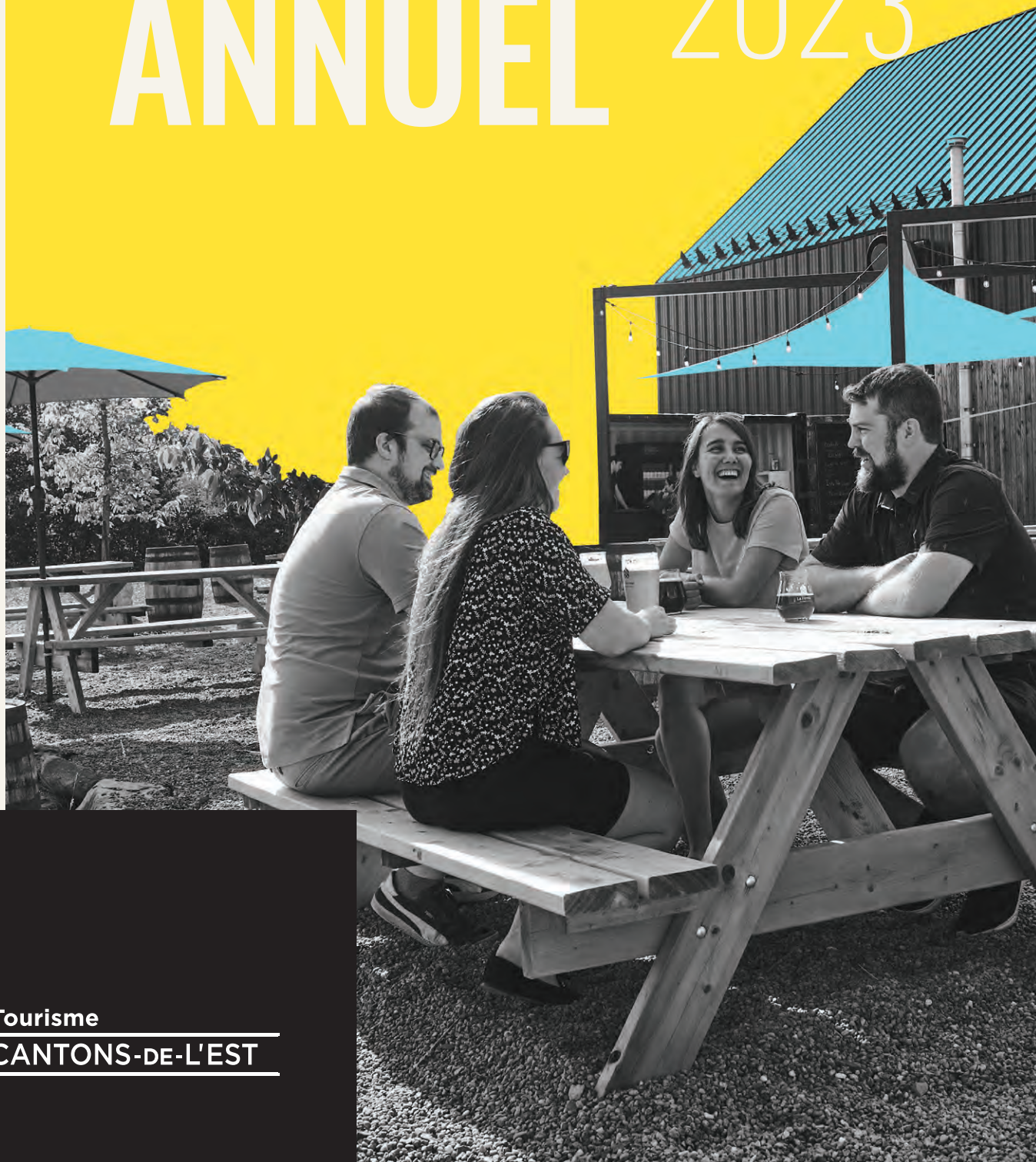


RAPPORT ANNUEL 2022 2023



Tourisme

CANTONS-DE-L'EST



Mot de la présidente

L'essence de mon premier mandat en tant que présidente du conseil d'administration de TCE aura été teintée sans aucun doute par cette collaboration qui anime notre milieu et il m'apparaît essentiel de le souligner ici. Collaboration avec nos membres : vous, entreprises touristiques, avec les agents touristiques de nos MRC, les employés de notre association touristique (ATR), les partenaires régionaux et gouvernementaux, etc. Force est de constater que cette concertation est le moteur même du rayonnement et du développement prolifique des Cantons-de-l'Est et qu'elle génère l'énergie et la mobilisation régionale qui mènent à terme avec succès, de nombreux projets.

L'ATR élabore et met en œuvre près d'une dizaine de plans de développement et d'action. 2022-2023 aura été l'année d'échéance des plans vélo et tourisme gourmand ainsi que le lancement d'une réflexion pour un plan en tourisme durable et en vélo de montagne.

Cette année aura aussi été marquée par le renouvellement de nos ententes avec les instances provinciales et fédérales. Ces enveloppes nous permettront de poursuivre les efforts déployés pour soutenir et développer l'industrie. Le ministère du Tourisme a réitéré sa confiance envers l'association touristique en tant que mandataire officiel en matière de tourisme pour la région des Cantons-de-l'Est en renouvelant l'entente et en bonifiant celle-ci annuellement de plus de 30 %.

Ce sont près de 2,5 M\$ qui seront injectés par le gouvernement du Québec sur les trois prochaines années pour nous permettre de promouvoir la destination, accueillir les visiteurs, développer l'offre touristique et représenter notre industrie.

Signe que l'industrie touristique de la région est reconnue, valorisée et importante pour l'économie du Québec, le MTO aura aussi renouvelé l'entente de partenariat régional et transformation numérique en tourisme (EPRNT) qui permettra le financement de projets structurants et novateurs. C'est 1,7 M\$ que le MTO injectera sur trois ans, bonifié par un apport de 1,15 M\$ de l'ATR.

Le soutien de DEC, dans notre dernière année d'entente, nous aura aussi permis de reprendre nos activités post-covid. Il favorisera assurément notre capacité à tirer notre épingle du jeu dans les prochaines années. Les défis seront nombreux, mais les opportunités le seront tout autant. D'ailleurs, l'association s'est dotée d'une planification stratégique qui dirigera les priorités de notre ATR et de la destination pour les trois prochaines années. Je suis convaincue que ce plan, doté d'une vision centrée sur un tourisme durable, un désir de poursuivre un positionnement fort de notre destination sur les marchés cibles et de travailler avec une posture de leadership collaboratif nous permettra de maintenir les Cantons-de-l'Est comme l'une des destinations les plus prisées au Québec.

Je tiens à remercier, au nom de toute l'équipe et du conseil d'administration, notre directrice générale, Annie Langevin, qui nous quittera à la fin juin. Tous les administrateurs, mais aussi l'ensemble des acteurs de l'industrie touristique de la région, ont pu profiter de son leadership rassembleur et de sa vision. Je ne peux passer sous silence les efforts qu'elle a déployés tant pour faire rayonner la destination, appuyer l'industrie, mettre en valeur tous ses artisans et artisanes, soutenir son équipe et rendre facile et agréable le travail des administrateurs. Annie laissera sa marque dans les Cantons-de-l'Est de par sa passion et sa grande détermination qui ont joué un rôle primordial dans la réalisation de la mission de l'organisation.



Caroline Sage
Présidente



Mot de la directrice générale

Après deux années en dents de scie, nous espérons tous un retour à la normale. Force est de constater que l'industrie s'est d'abord relevée, et maintenant se métamorphose faisant face à des défis constants, à des visiteurs dont les habitudes de consommation et les exigences ont évolué et où la prémisses de faire comme en 2019 ne tient plus la route. Cette nouvelle normalité, nous l'accueillons avec optimisme, convaincus qu'ensemble, nous continuerons de tirer notre épingle du jeu comme destination touristique.

Pour ce faire, nous avons travaillé à l'élaboration de notre prochain plan stratégique et ce, en prenant le pouls du milieu.

- Cent vingt-huit (**128**) répondants à notre sondage aux membres
- Cent (**100**) élus auront complété le sondage sur les défis et opportunités à venir en tourisme
- Près de **800** citoyens de notre région auront donné leur opinion quant au tourisme durable pour les Cantons-de-l'Est

Les démarches entreprises avec le comité territorial sur les priorités et enjeux touristiques communs à nos neuf MRC, les nombreux ateliers de travail avec les administrateurs du conseil d'administration et l'équipe de TCE ainsi que les réponses obtenues de nos membres via le sondage passé auprès d'eux, nous ont permis de réaliser un plan stratégique avec des orientations concrètes au bénéfice de notre destination.

La reprise du secteur touristique s'accélère partout au pays, et les Cantons-de-l'Est ne sont pas en reste. Dotés de cette vision claire, nous sommes confiants de la suite.

Le succès que nous avons connu cette dernière année relève de l'effort continu et concerté de chacune des parties prenantes de l'industrie touristique de la région : le conseil d'administration, l'équipe de TCE, les partenaires, ainsi que vous, nos membres. Pour cela, je vous dis bravo, et merci.

La confiance et la satisfaction que vous éprouvez envers votre association touristique est significative et nous motive à faire vivre la mission de l'organisation, à innover et à nous mobiliser pour soutenir l'industrie. Près de 85 % d'entre vous affirment être satisfaits de votre expérience de membre chez nous, avec une très grande satisfaction pour la promotion de la région, la représentation de l'industrie touristique régionale et l'accueil touristique. À la lecture de ce rapport, vous constaterez que l'équipe de votre ATR a multiplié les projets et les initiatives porteuses. J'en souligne quelques-unes au passage.

QUELQUES FAITS SAILLANTS

SIT

Après cinq ans de participation à ce projet de développement d'une base de données collective et collaborative à l'échelle du Québec, nous aurons été cette année l'une des trois premières associations touristiques à joindre cet écosystème. Avec l'ajout de collaborateurs dans les

prochaines années, la centralisation des informations touristiques nous fera assurément tous gagner en efficacité et en qualité de la donnée à diffuser.

Formation Fous des Cantons

Première année de cette formation en ligne sur la région destinée aux employés de première ligne de notre industrie, les employés des bureaux d'information touristique et de TCE auront été les premiers à participer à la formation. Bravo aux 69 employés ayant complété la formation et ayant ainsi pu bénéficier de notre passe Fous des Cantons.

Prix d'excellence en tourisme

Tourisme Cantons-de-l'Est et Tourisme Montérégie ont reçu un Prix d'excellence en tourisme dans la catégorie Innovation et développement de l'offre - réseau avec le lancement de la Véloroute Gourmande! Ce produit issu d'une réelle collaboration entre deux régions touristiques est voué à un bel avenir.



Plan montagnes

La région des Cantons-de-l'Est aura été une des neuf régions du Québec à se voir octroyer des fonds (1,2 M\$) pour la mise en place du Plan montagnes. Nous souhaitons que ce plan prenne en considération le développement et la consolidation du tourisme de montagne en complémentarité avec la dynamique touristique et communautaire entourant nos sommets. Un mandat a été donné à aux firmes RCGT et Addere afin d'effectuer un diagnostic complet de notre destination et faire émerger les opportunités et enjeux du développement de ce créneau.

New York Times

Les Cantons-de-l'Est ont fait parler d'eux aux États-Unis et à l'international cette année, notamment en figurant parmi le prestigieux palmarès des 52 destinations à visiter en 2023 du New York Times (la seule destination canadienne de la liste!), résultat des efforts de relations publiques et médiatiques de notre équipe.

Estrie / Cantons-de-l'Est

Les noms de notre région auront enflammé les foules lors des audiences publiques portant sur le choix du nom administratif de la région. Tourisme Cantons-de-l'Est aura fait les représentations qui s'imposent en faveur du nom Cantons-de-l'Est. Le statut qui sera le verdict final.

QUE RÉSERVE L'AVENIR?

→ Potentiel Grands Prix Cyclistes dans la région en 2024-2025

Avec le support de la Table des MRC de l'Estrie et plusieurs partenaires régionaux, nous travaillons à obtenir la 3^e épreuve cycliste professionnelle du circuit *UCI World Tour* en Amérique du Nord. Une opportunité de visibilité sans précédent pour notre région qui viendra renforcer notre positionnement vélo sous toutes ses formes.

→ Éclipse 2024

Le 8 avril 2024, la région se trouvera sur la trajectoire d'une éclipse solaire totale, un phénomène astronomique unique. Pour une des rares fois de l'histoire, l'éclipse se produira directement au-dessus d'un site d'observation astronomique de classe internationale, soit celui du mont Mégantic. Tourisme Cantons-de-l'Est (TCE) et de nombreux acteurs régionaux se mobilisent afin de se préparer.

→ Plan directeur vélo de montagne

Forte d'un plan directeur rédigé en collaboration avec nos huit centres de vélo de montagne ainsi que nos partenaires régionaux et nationaux, la région des Cantons-de-l'Est se positionne afin de devenir une destination vélo de montagne de calibre international. Les acteurs du milieu sont mobilisés et comptent amorcer la mise en œuvre de ce plan dès ce printemps. TCE est en appui à cette démarche.



→ Tourisme durable et collaboration SADC-CAE

Un premier plan en tourisme durable pour les Cantons-de-l'Est sera déposé cet été nous permettant de mettre en place des actions concrètes pour notre destination et notre industrie touristique. Je tiens à souligner un premier partenariat fort prometteur entre les SADC et CAE de notre région et Tourisme Cantons-de-l'Est dans l'accompagnement des entreprises touristiques pour réaliser ce plan.

→ Connaissance stratégique

Par diverses collaborations et la mise en place de priorités fermes au plan stratégique, votre ATR a le profond désir d'accroître ses capacités d'intelligence d'affaires afin d'optimiser ses décisions et d'accompagner plus efficacement les partenaires du milieu dans leur développement. Une posture essentielle pour l'avenir.

Cette année sera ma dernière à titre de directrice générale de l'association. Elle aura été riche en réalisations et succès divers, mais surtout riche de mes contacts avec vous, chers membres, ainsi qu'avec nos nombreux partenaires.

Caroline et tous les administrateurs du conseil d'administration, merci pour votre support pour ces nombreux échanges faits avec rigueur mais dans l'ouverture et la bonne humeur.

Et à vous, ma gang, ces 21 humains dévoués, créatifs et extraordinaires que sont les employés de TCE, merci pour ces liens tissés serrés que nous avons bâtis au fil d'innombrables projets. Merci pour vos idées, vos fous rires, votre énergie, votre désir de faire mieux.

Je suis reconnaissante de ces sept dernières années où j'ai eu l'occasion de vivre des moments et des rencontres marquantes, et d'œuvrer au sein d'une industrie qui génère réellement des moments de pur bonheur.

Au plaisir de vous visiter bientôt,



Annie Langevin
Directrice générale



Votre association touristique régionale

**Tourisme Cantons-de-l'Est est l'une des 22 associations
touristiques régionales (ATR) du Québec et le mandataire
officiel du ministère du Tourisme dans la région.**



Mission

Fondée en 1978, Tourisme Cantons-de-l'Est a pour but de favoriser le développement de l'industrie touristique des Cantons-de-l'Est ainsi que la promotion de ses produits touristiques sur les marchés québécois et internationaux par le regroupement, la concertation, le soutien et la représentation des intervenants touristiques de la région.

Vision

La région des Cantons-de-l'Est incarne l'art de vivre au Québec, comme milieu de vie et comme destination touristique.

Valeurs

Comme organisation, Tourisme Cantons-de-l'Est appuie ces orientations et aligne ses façons de faire sur des valeurs corporatives profondes.

Les opérations de Tourisme Cantons-de-l'Est comportent cinq principaux champs d'intervention visant à la fois à soutenir nos entreprises et organisations et à améliorer l'expérience de nos visiteurs.

1. Développement et structuration de l'offre touristique
2. Mise en marché de la destination et des expériences touristiques
3. Déploiement et coordination de l'accueil et de l'information touristique
4. Animation du territoire et services aux membres
5. Représentation et rayonnement régional de l'industrie touristique

Cet art de vivre propre aux Cantons-de-l'Est s'exprimera à la fois :

- Par la qualité et la mise en valeur de son patrimoine naturel et bâti
- Par le dynamisme de ses communautés vivantes, fières de leur histoire et de leur milieu culturel riche et créatif
- Par une variété d'expériences touristiques favorisant la rencontre et le bien-être

Plus précisément, Tourisme Cantons-de l'Est, comme organisation, vise à :

- Être créateur et innovateur
- Être un leader collaborateur
- Soutenir un développement

Plan stratégique 2018-2022

Orientations stratégiques et axes d'intervention

1

Enrichir l'offre par la création et la structuration d'expériences touristiques authentiques et originales en lien avec la promesse « art de vivre »

- 1.1** Faire en sorte que les Cœurs villageois proposent une expérience touristique authentique
- 1.2** Mettre en place des conditions pour faire des Cantons-de-l'Est une destination gourmande innovante et reconnue
- 1.3** Transformer les potentiels de randonnée et de cyclotourisme en expériences touristiques structurées et intégrées
- 1.4** Traduire la promesse « art de vivre » à toutes les étapes du parcours du visiteur afin de créer de l'adhésion et de la fidélité à la marque
- 1.5** Favoriser la création d'expériences touristiques et de moments thématiques sur des périodes clés et des segments de clientèles ciblés

2

Transformer le marketing de la destination par un enrichissement des contenus et une segmentation plus fine des clientèles par une meilleure connaissance de leur parcours

- 2.1** Enrichir et raffiner la marque Cantons-de-l'Est et son positionnement « art de vivre »
- 2.2** Faire vivre la destination, la marque « Cantons-de-l'Est » et ses expériences par la production de contenus originaux et la diffusion sur de multiples plateformes
- 2.3** Faire évoluer la stratégie d'investissement par marché en fonction des données de la recherche notamment pour faire croître notre performance sur les marchés hors Québec
- 2.4** Diffuser les nouvelles approches et investir plus d'énergie pour mettre en marché les nouvelles expériences-clients
- 2.5** Développer une meilleure intelligence d'affaires autour des marchés et clientèles et des parcours clients

3

Modifier notre culture et nos pratiques d'accueil de l'information en lien avec notre positionnement « art de vivre » et les enjeux technologiques

- 3.1** Améliorer et enrichir les outils d'accueil par l'information (avant / pendant / après séjour).
- 3.2** Définir un cadre clair entre TCE et les territoires pour faciliter le travail du personnel de première ligne
- 3.3** Favoriser une culture « accueil-art de vivre » chez tous les acteurs de l'industrie touristique dans un premier temps et partout dans la région par la suite
- 3.4** Positionner TCE comme « expert » et « influenceur » afin d'inspirer, mobiliser et accompagner les territoires dans leur projet d'accueil

4

Intensifier notre rôle d'animateur en mise en valeur du territoire auprès des entreprises et organisations touristiques et non touristiques

- 4.1** Redéfinir notre approche de services aux membres afin d'offrir des services variés et à valeur ajoutée aux membres
- 4.2** Intensifier le réseautage, la concertation et le partenariat avec les entreprises et organisations touristiques (et non touristiques) par une animation innovante et soutenue
- 4.3** Faire rayonner l'industrie touristique et la représenter tant dans les Cantons-de-l'Est qu'au niveau national en tant qu'acteur social et économique important
- 4.4** Participer à la mise en place des projets structurants autour de l'approche d'attractivité territoriale

Votre équipe et son organigramme

Administration



Annie Langevin



Pauline Boucher



Joyce Émond



Julie Mercier

Marketing, marque et contenu



Karine Guilbault



Julie Desmarais



Isabelle Bergeron



Danielle Longchamps



Sarah
Arseneault-Dumais



Roxanne Tardif



Jessie Jolin



Dominique Labonté



Marie-Claude Carrier



Vanessa Barrat



Virginie Martineau

Accueil, services aux membres et développement



Noémie Poirier



François Roberge



Vicky Villeneuve



Lyette Lemay



Annie Fontaine



Aurore Vincent

Relations publiques et communications corporatives



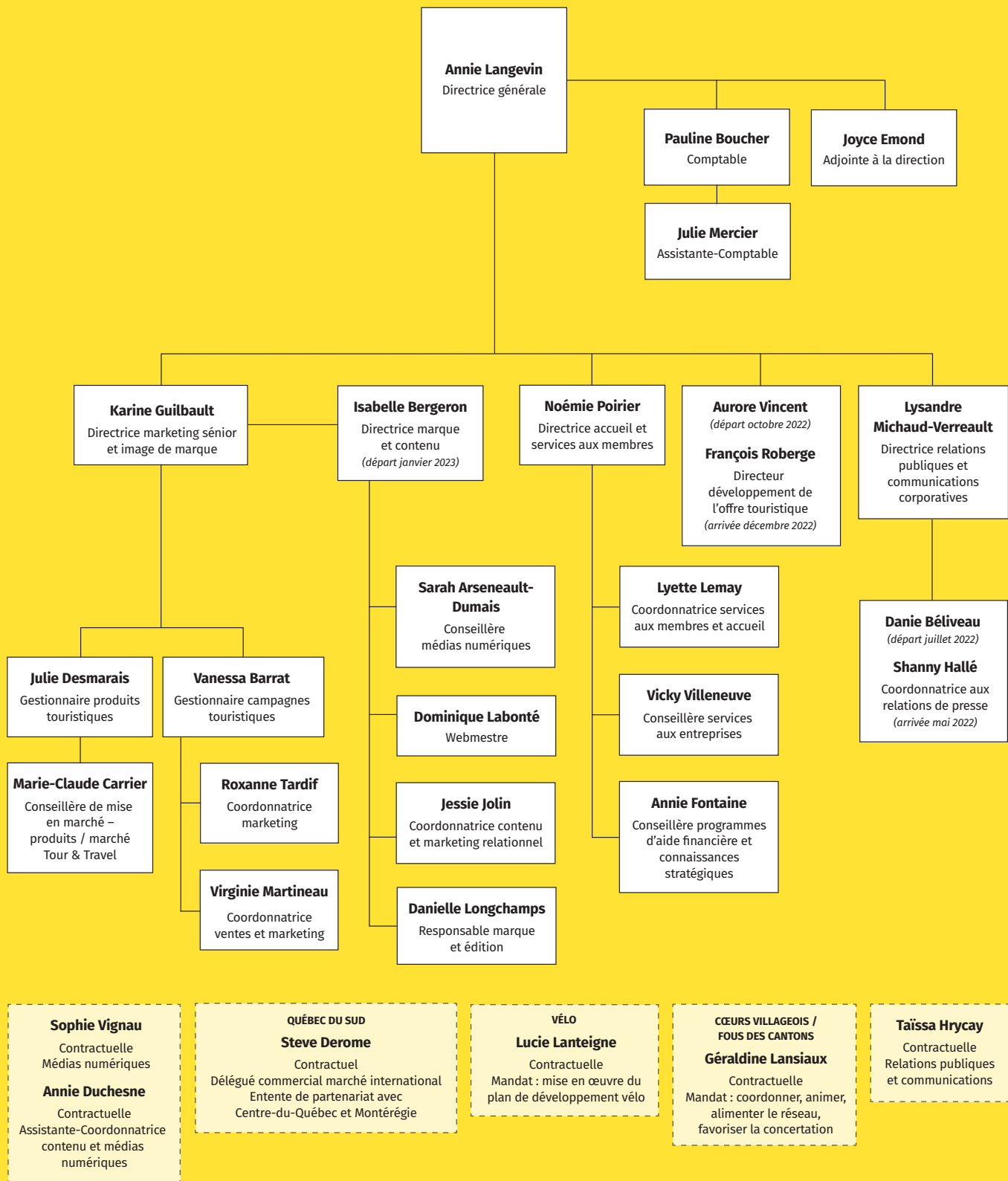
Danie Béliveau



Lysandre
Michaud-Verreault



Shanny Hallé



Membres du conseil d'administration

Comité exécutif

Présidente :	Caroline Sage / Camping Parc de la Gorge de Coaticook, Hébergement-Restaurant
1 ^{er} vice-président :	Samuel Grenier / Zoo de Granby, Autres Attraites et Événements
Trésorier :	Denis Bernier / Destination Sherbrooke, MRC Sherbrooke et désigné par le comité territorial
Secrétaire :	Julie Zeitlinger / Au Diable Vert, station de montagne, Plein air

Administrateurs, administratrices et représentation du conseil d'administration

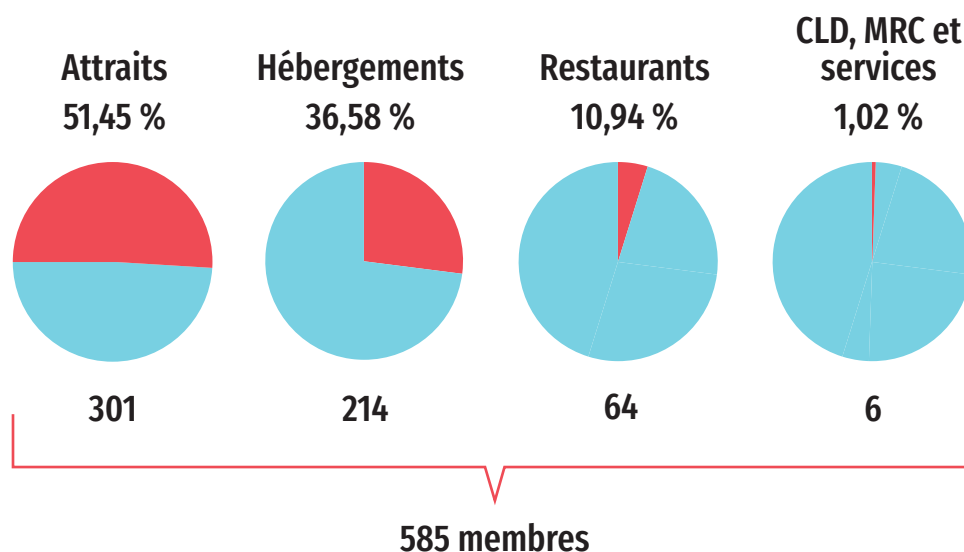
Samuel Anderson / Espace 4 saisons, Hébergement-Restaurant
Denis Beauchamp / CLD Brome-Missisquoi, MRC Brome-Missisquoi et désigné par le comité territorial
Patrice Cordeau / Université de Sherbrooke, Expert-Coopté
Dany Gareau / Parc national du Mont-Mégantic, Parcs nationaux
Mélanie Éliane Marcoux / Verger Le Gros Pierre, Agrotouristique
Olivier Marcoux / Bromont Campervan, Relève
Claude Péloquin / Bromont, montagne d'expériences, Expert-Coopté
Julie Rouillard / Camping Aventure Mégantic, Hébergement-Restaurant
Jean-François Ruel / SDE GRANIT, MRC Granit et désigné par le comité territorial
Jean-Michel Ryan / Mont SUTTON, Ski alpin
Benoît Sirard / Spécialiste en hôtellerie et tourisme, Président sortant de charge

Comité territorial

Denis Beauchamp / CLD Brome-Missisquoi
Denis Bernier / Destination Sherbrooke
Stéphanie Boisvert / MRC Coaticook
Agathe Boudreault-Beaucage / MRC Val-Saint-François
Stephen Cabana / MRC Memphrémagog
Johanie Laverdière / MRC des Sources
Hélène Plante / Commerce Tourisme Granby et région
Julie Pomerleau / CLD Haut-Saint-François
Jean-François Ruel / SDE Granit

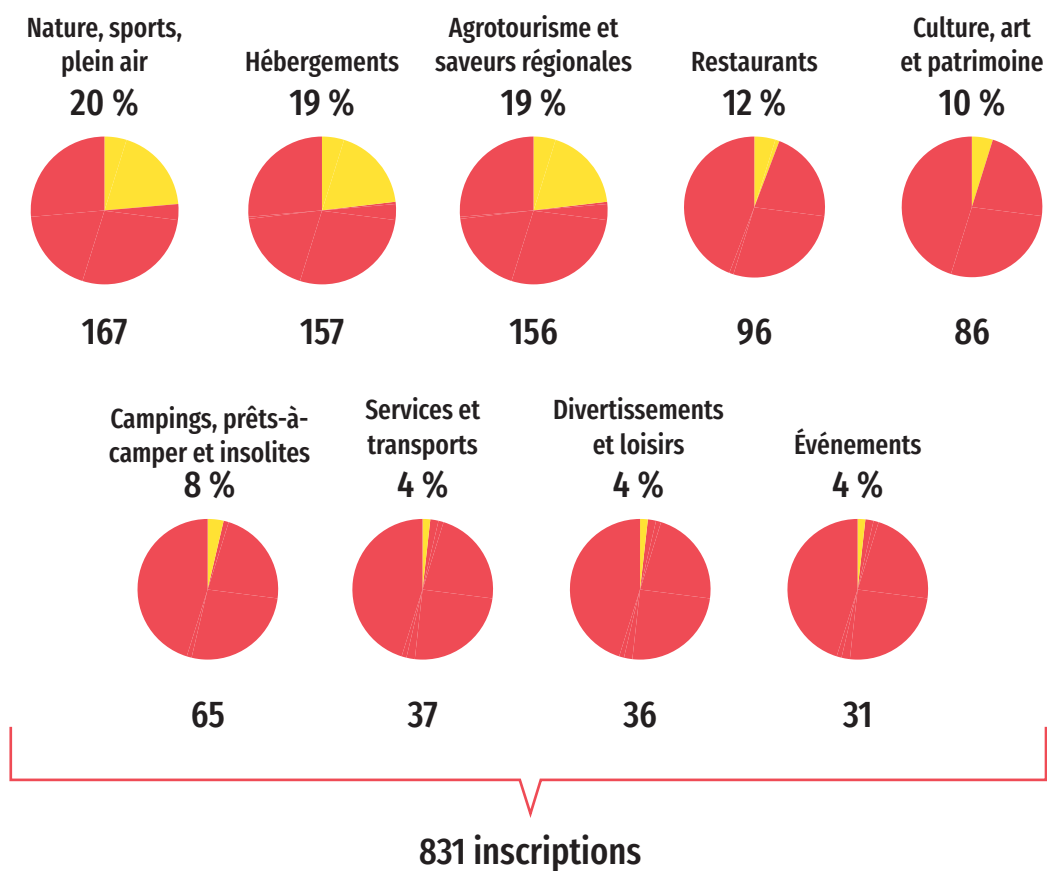
Membres

Répartition par secteurs d'activité



Inscriptions par catégorie

Hébergements, attraits, restaurants, événements et services représentés





Statistiques de destination

Résultats régionaux

En collaboration avec les territoires, l'ATR invite l'ensemble des entreprises touristiques à se prononcer sur les résultats des saisons estivale et hivernale afin d'alimenter la production de bilans saisonniers et les communications sur le sujet. Au total, nous avons eu 250 répondants pour le bilan estival et 105, pour le bilan hivernal.

Bilan estival 2022

Selon une majorité de répondants, la période estivale 2022 a été un peu moins forte que 2021, mais tout de même positive par rapport à l'été 2019. Rappelons qu'en 2021, avec la fermeture des frontières et les Québécois au rendez-vous dans les régions, l'été avait été hors norme.

Bilan hivernal 2022-2023

Par rapport au dernier hiver pré-pandémique (2019-2020), près de 75 % des répondants confirment des résultats égaux ou supérieurs. La météo du mois de mars a permis de prolonger les sports d'hiver et de bien terminer la saison.

Marchés

C'est sans surprise le retour des visiteurs américains qui est plus marqué chez les répondants par rapport à 2021, avec une progression notée par près de la moitié des entreprises touristiques. Bien que les visiteurs ontariens étaient déjà présents dans la région au cours de l'été 2021, une progression a tout de même été observée chez 30 % des répondants. Le même constat, mais de façon moins marquée, s'est répété pour l'hiver.

La clientèle hors Québec a plus que doublé dans les bureaux d'accueil et d'information touristique, tout comme elle a fortement augmenté sur le site Web de la destination.

Profil et comportement des visiteurs

La moitié des répondants aux bilans de saison mentionne avoir noté des impacts de l'inflation et de l'insécurité financière dans le comportement des visiteurs.

La participation de la région à un important sondage aux visiteurs, en collaboration avec l'AITQ et la Chaire de tourisme Transat, permettra de mettre à jour le profil des visiteurs. Ce sont près de 80 entreprises partenaires qui participent comme points de collecte depuis juin 2022 et jusqu'à la fin de 2023.

Statistiques d'hébergement

Établissements hôteliers et résidences
de tourisme (appartements, maisons,
chalets) de quatre unités de location et plus.



Hôtellerie

2022 a été excellente en termes d'achalandage versus les cinq dernières années, notamment juillet et août qui ont battu des records de taux d'occupation.

Année	Nbre chambres louées	Nbre chambres occupation	Taux moyens	Prix
Région Cantons-de-l'Est				
2019	3 486	1 605	46 %	135,10 \$
2020	3 376	1 107	33 %	132,10 \$
2021	3 375	1 421	42 %	149,60 \$
2022	3 298	1 643	50 %	172,40 \$
VAR. 2022 / 2021	-2 %	+ 16 %	+ 8 écart	+ 15 %
Moyenne des régions (sans Québec et Montréal)				
2019	1 972	1 031	52 %	127,92 \$
2020	2 111	750	37 %	114,51 \$
2021	2 210	982	46 %	127,23 \$
2022	2 238	1 204	54 %	145,05 \$
VAR. 2022 / 2021	+ 1 %	+ 23 %	+ 8 écart	+ 14 %

Les données sont des moyennes quotidiennes.

*Excluant le camping, les gîtes, les centres de vacances, les pourvoiries, les auberges de jeunesse et les résidences étudiantes.

Source : Ministère du Tourisme/Institut de la statistique du Québec



Camping

On note un léger recul par rapport aux deux derniers étés de pandémie, mais tout de même une belle performance versus 2019.

Année	Nbre emplacements disponibles	Nbre emplacements occupés	Taux occupation
Région Cantons-de-l'Est			
2019	6 466	2 616	40 %
2020	6 287	3 267	52 %
2021	6 020	3 356	56 %
2022	6 316	3 142	50 %
VAR. 2022 / 2021	+ 5 %	- 6 %	- 6 écart
Moyenne des régions (sans Québec et Montréal)			
2019	2 929	1 100	38 %
2020	3 145	1 323	44 %
2021	2 900	1 428	50 %
2022	2 904	1 234	43 %
VAR. 2022 / 2021	0 %	- 14 %	- 7 écart

Seuls les emplacements et campeurs de passage sont considérés. Les données excluent les sites de prêts-à-camper. Les données sont des moyennes quotidiennes. Source : Ministère du Tourisme/Institut de la statistique du Québec.



Prêts-à-camper

L'offre, en développement depuis plusieurs années, a fait un bond considérable cette année, alors que la demande est restée plutôt stable. Ce qui résulte en un ajustement à la baisse du taux d'occupation moyen pour les mois estivaux.

Année (Juin-août)	Nbre emplacements disponibles	Nbre emplacements occupés	Taux occupation
Région Cantons-de-l'Est			
2019	8 813	5 065	58 %
2020	11 389	7 287	64 %
2021	12 830	9 025	70 %
2022	15 918	8 743	55 %
VAR. 2022 / 2021	+ 24 %	-3 %	-15 écart
Moyenne des régions (sans Québec et Montréal)			
2019	4 565	2 491	56 %
2020	5 050	2 974	58 %
2021	6 431	4 161	62 %
2022	6 474	3 598	56 %
VAR. 2022 / 2021	+ 1 %	- 14 %	+ 8 écart

Les données sont des moyennes mensuelles. Source : Ministère du Tourisme/Institut de la statistique du Québec.

Accueil et expérience-client



Politique d'accueil

Le comité régional de la politique d'accueil réunit annuellement l'ensemble des responsables des **19 bureaux d'accueil et d'information touristique** des Cantons-de-l'Est. Une rencontre de mise à jour régionale a eu lieu en octobre 2022 où un bilan estival, un partage des enjeux et bons coups en accueil et des échanges sur différents sujets se sont déroulés.

Fous des Cantons

La formation en accueil touristique Fous des Cantons a eu lieu pour une première année pilote avec les conseillers en séjour des BAT-BIT. La majorité de ceux-ci a complété la formation, leur donnant accès à la passe Fous des Cantons, une passe offrant des privilèges dans plus de 50 entreprises et organismes membres de l'ATR. De nouveaux modules sont en création et viendront parfaire les connaissances régionales des conseillers en séjour.

Crowdchat

Nous poursuivons notre collaboration avec la conciergerie virtuelle Crowdchat, basée dans la région. Le service est disponible en français 24/7 sur notre site Web et répond aux demandes d'information touristique des visiteurs, mais aussi aux demandes concernant la passe l'Est Go et la Véloroute Gourmande. **Plus de 10 000 sessions de clavardage** ont été comptabilisées dans l'année.

BIT

Bureau d'information touristique

BUREAUX PERMANENTS

Bureau d'information touristique de Bromont

Bureau d'accueil touristique d'East Angus

Bureau d'accueil touristique de la région de Mégantic

Bureau d'information touristique de Memphrémagog

Bureau d'information touristique de Sherbrooke

Bureau d'accueil touristique de Sutton

Bureau d'accueil touristique du Pays de l'Ardoise

BAT

Bureau d'accueil touristique

BUREAUX SAISONNIERS

Bureau d'accueil touristique de Cowansville

Bureau d'information touristique de la MRC des Sources

Bureau d'accueil touristique de Dunham

Bureau d'accueil touristique de Frelighsburg

Bureau d'accueil touristique de Granby

Bureau d'accueil touristique de Lac-Brome

Bureau d'accueil touristique de Lambton

Bureau d'accueil touristique du Canton de Potton

Bureau d'accueil touristique de North Hatley

Bureau d'accueil touristique de Waterloo

Relais d'information touristique

Relais d'information touristique d'Ayer's Cliff

Relais d'information touristique de La Patrie

Centre d'appels du MTO

Formation centre d'appels du MTO : deux présentations annuelles aux conseillers en séjour sont planifiées pour présenter les nouveautés estivales et hivernales des Cantons-de-l'Est.

Le nombre d'appels reçus pour les Cantons-de-l'Est (1 800 355-5755) a subi une légère baisse de **- 5,09 %**.

Total des appels reçus entre le 1^{er} avril 2022 et le 31 mars 2023 : **1 007**

La grande majorité des gens qui s'informent sur notre région viennent de Montréal, de la Montérégie et des Cantons-de-l'Est.

16,5 % des demandes viennent de la clientèle hors Québec, dont un peu plus de la moitié de l'Ontario et **4,5 %** des États-Unis.

Système d'information touristique (SIT) – Base de données centralisée

Tourisme Cantons-de-l'Est a migré sa base de données sur les entreprises et les informations destinées aux visiteurs sur le SIT. Les membres ont fait une première mise à jour annuelle de leurs informations via ce nouveau système. Rappelons que cette base de données collective et centralisée des informations touristiques des entreprises est utilisée à l'échelle provinciale. Lorsque les différents acteurs de l'industrie auront joint aussi la plateforme, il n'y aura plus qu'un endroit où colliger et mettre à jour les informations destinées à renseigner les visiteurs sur l'offre touristique. L'utilisation d'un outil numérique partagé permettra des économies de temps et d'argent et l'accès à une information à jour sur de multiples plateformes pour le visiteur.

Cette plateforme contiendra également un nouveau module permettant au personnel d'accueil et d'information touristique d'effectuer des recherches personnalisées pour les visiteurs en raison des multiples informations sur les entreprises qui y sont colligées. TCE a contribué au développement de celui-ci en partenariat avec deux gestionnaires de bureaux d'information touristique de la région et la gestionnaire de Crowdchat.



Services aux membres

Sondage aux membres

À l'aube d'une nouvelle planification stratégique, une enquête réalisée par Touriscope en novembre 2022 a été faite auprès des membres de TCE pour comprendre les besoins et attentes de ceux-ci face à leur ATR. Ce sondage permettait également de soulever leurs enjeux d'affaires. Cent vingt-huit (128) entreprises membres ont répondu au sondage. La majorité des membres (83 %) se disent satisfaits de leur expérience en tant que membre de TCE et 30 % d'entre eux se disent très satisfaits.

Le sondage a permis d'identifier notamment un besoin marqué de la part des membres pour l'accompagnement en stratégie marketing et une préférence plus marquée d'outils en format numérique que papier pour la promotion et l'information touristique.

Tourisme Cantons-de-l'Est en action avec ses membres

LANCEMENT DE LA SAISON TOURISTIQUE ESTIVALE 2022 ET DE LA SAISON HIVERNALE 2022-2023

Afin de bien renseigner les membres sur les nouveautés saisonnières, deux lancements de saison en mode virtuel ont eu lieu les 11 mai et 15 novembre 2022. Au programme : présentation des campagnes marketing saisonnières et des actions en relations de presse de TCE et présentation des nouveautés et faits saillants par les agents touristiques des neuf territoires. Les représentants du CIBLE, du Chemin des Cantons, de La Route des vins de Brome-Missisquoi et de la Route des Sommets ont également été invités à partager leurs nouveautés pour les saisons estivale et hivernale, si tel était le cas. Les documents présentés lors des rencontres et les liens de visionnement des vidéoconférences ont été partagés à tous les membres ainsi qu'aux agents du MTO, de Crowdchat et aux responsables des BIT-BAT.

Lancement estival → 53 participants
Lancement hivernal → 49 participants

TOURNÉE DE DÉBUT DE SAISON ESTIVALE DES MEMBRES

Une tournée estivale dans le cadre de la mise en place du sondage aux visiteurs a permis d'échanger avec une **trentaine de membres**, de prendre le pouls sur les enjeux, les besoins et les perspectives.

ATELIER SUR LES PARTENARIATS ET FORFAITS ENTRE ENTREPRISES TOURISTIQUES DANS LA RÉGION DES SOURCES - FÉVRIER 2023

Lors de cet atelier, notre coordonnatrice marketing et ventes a partagé son expérience et ses conseils pour favoriser les liens entre les entreprises touristiques de cette région.

28 participants

JOURNÉE MARKETING – RENCONTRE ANNUELLE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DES CANTONS-DE-L'EST – 21 FÉVRIER 2023

Le retour en présentiel de l'incontournable journée marketing fut grandement apprécié avec un taux d'appréciation global de plus de 80 % de la part des membres et des étudiants du programme de tourisme du Cégep de Granby présents. La programmation sous la thématique de l'inspiration comportait notamment des présentations d'experts, de membres et de partenaires de TCE.

185 participants

OFFRE D'ACCOMPAGNEMENT DE SERVICE D'EXPERTS-CONSEILS DE 90 MINUTES GRATUIT

Nous avons mis en place une offre gratuite de services de conseils de quatre experts spécialisés respectivement en accompagnement stratégique, gestion hôtelière, ressources humaines et marketing pour répondre à certains besoins ponctuels des entreprises touristiques.

27 entreprises accompagnées

Offres de services

FORFAITS PHOTOGRAPHIES – VISITES VIRTUELLES

Deux forfaits sont proposés aux membres à coût très avantageux pour obtenir des photos professionnelles de leur entreprise.

Une entente avec la firme magogoise Metareal pour la captation de visites virtuelles a aussi été négociée pour les membres de TCE.

OFFRE D’AFFICHAGE DANS LES PRÉSENTOIRS CANTONS-DE-L’EST DES CENTRES INFOTOURISTE ET DES LIEUX D’ACCUEIL ET D’INFORMATION TOURISTIQUE DE LA RÉGION

Nous avons poursuivi l’offre d’affichage dans nos présentoirs régionaux et dans les Centres Infotouriste à nos membres.

8 entreprises participantes

Communications aux membres et entreprises touristiques

BULLETIN AUX MEMBRES

Nous avons envoyé **26** bulletins aux membres pour un excellent taux d’ouverture moyen de **50,3 %**. Plusieurs rubriques thématiques s’y retrouvent pour informer les membres bimensuellement sur les activités, formations et actualités à ne pas manquer.

GROUPE D’ENTRAIDE DES ENTREPRISES TOURISTIQUES DES CANTONS-DE-L’EST

L’animation du Groupe d’entraide des entreprises touristiques des Cantons-de-l’Est à raison de deux parutions en moyenne par semaine sur Facebook s’est poursuivie, rejoignant ainsi plus de **360** entreprises touristiques de la région.

Formations et webinaires

En plus de partager régulièrement à ses membres des formations et webinaires des associations touristiques sectorielles et partenaires touristiques, TCE s'est également doté de certaines autres formations et webinaires pertinentes pour ceux-ci.

Webinaire FONDS Écoleader	Avril 2022 30 participants	Cette présentation a été accompagnée de témoignages d'entreprises qui ont pu bénéficier du fonds ainsi que de l'expertise des conseillers.
Formation sur l'arrêt des cookies et des stratégies Web	Novembre 2022 20 participants	La présentation par Frédéric Gonzalo a permis de comprendre les stratégies à mettre en œuvre depuis ce changement sur le Web.
Webinaire pour mieux travailler avec les influenceurs	Mars 2023 19 participants	Tourisme Cantons-de-l'Est et l'AITQ ont tenu un webinaire sur les bonnes pratiques pour une collaboration réussie avec les influenceurs et les créateurs de contenu. Cette rencontre a été animée par Jeanne Rondeau-Ducharme (@jeannemap).
Formation sur le réseau de distribution touristique	Mars 2023 19 participants	En collaboration avec l'ARF-Québec (Association des agences réceptives et forfaitistes du Québec), TCE a offert gratuitement à ses membres une formation portant sur le réseau de distribution touristique : son fonctionnement et ses acteurs principaux, comment travailler avec le réseau, ses avantages, etc.

Plan d'action main-d'œuvre

Tourisme Cantons-de-l'Est s'est doté à nouveau d'un plan d'action en main-d'œuvre validé par un comité issu de partenaires du milieu.

AXES D'INTERVENTION	ACTIONS RÉALISÉES
Recrutement	<ul style="list-style-type: none"> → Orienter les entreprises vers les ressources et programmes pour le recrutement à l'international → Informer les entreprises des programmes de soutien et organismes qui accompagnent, à intégrer certaines clientèles
Optimisation des processus	<ul style="list-style-type: none"> → Partage aux entreprises de l'outil de diagnostic RH et des services d'accompagnement de Services Québec → Promotion de l'offre gratuite de 90 minutes d'accompagnement de notre experte RH (service conseil)
Rétention/ Fidélisation	<p>Formation – Positionnement employeur</p> <ul style="list-style-type: none"> → Formation pour favoriser la compréhension et l'amélioration de l'expérience employé au sein d'une entreprise, la maîtriser pour se démarquer et fidéliser ses employés. → 3^e cohorte – 3 entreprises participantes <p>Formation – Recruter efficacement sur le Web</p> <ul style="list-style-type: none"> → Deux cohortes d'entreprises ont profité de ces deux formations créées par le CQRHT et financées en partie par le ministère du Tourisme. → Les thématiques abordées étaient les suivantes : <ul style="list-style-type: none"> - Définir son positionnement employeur - Communiquer son positionnement avec le marketing RH - Améliorer l'expérience employé - Élaborer une stratégie et de bonnes pratiques pour recruter sur le Web

Valorisation

Mettre en place et participer à l'échelle régionale à la campagne de valorisation des métiers en tourisme du CQRHT

TCE a mandaté l'agence Sept/24, spécialisée en marketing RH, pour articuler une stratégie de valorisation des métiers en tourisme pour 2023-2025. Celle-ci sera en cohérence avec la campagne nationale développée par le CQRHT et l'AITQ.

Collaboration avec les organismes en employabilité

- Orientation Travail
- Action Emploi Granby
- ADN Emploi
- SEMO de Cowansville

Orientation Travail a formé une cohorte « tourisme » d'une vingtaine d'individus de 45 ans et plus avec qui, sept séances d'information sur l'industrie touristique sont réalisées. Lors de ces séances, une présentation de l'industrie touristique dans son ensemble, des divers emplois possibles au sein de celle-ci dans les Cantons-de-l'Est ainsi qu'une présentation d'entreprises de la région venant expliquer les emplois disponibles au sein de leurs entreprises, étaient réalisées.

Une séance d'information a aussi été réalisée avec SEMO de Cowansville avec un groupe de huit personnes de 45 ans et plus.

Assurer une présence en salon pour des clientèles spécifiques

Salon 50+ Estrie (FADOQ Estrie)

TCE était présent avec un kiosque double pour valoriser les emplois auprès des 50 ans et plus avec la participation de sept entreprises - Novembre 2022

Participation avec Vision attractivité à trois salons à Montréal pour les emplois en région

- Salon de l'immigration et de l'intégration au Québec - Mai 2022
- Salon de l'emploi et de la formation continue (Événement Carrière) - Octobre 2022
- Foire nationale de l'emploi - Octobre 2022

Réseautage/ Partenariat

Poursuivre l'animation d'une communauté de pratiques RH Tourisme

→ Coordination et animation d'une communauté de pratiques RH à laquelle participe plus d'une douzaine de professionnels RH de grandes entreprises touristiques de la région. Des rencontres mensuelles en virtuel et une en présentiel ont été réalisées en cours d'année.

Groupe RH Lab sur Facebook

→ L'animation du groupe Facebook « RH Lab » s'est également poursuivie avec un partage d'actualités, réflexions d'experts RH et de formations et webinaires concernant les défis en main d'œuvre - 133 membres

Bulletin spécial « Défi main-d'œuvre »

Un bulletin spécial « Défi main-d'œuvre » a été envoyé aux membres et partenaires de TCE afin de les informer des différents services offerts dans la région et par l'ATR ainsi que des outils, programmes et soutien financier disponibles pour les aider à faire face à leurs enjeux en main-d'œuvre. Ce premier bulletin spécial a obtenu un haut taux d'ouverture de près de **63 %**.



EASTERN TOWNSHIPS

AU VIGNOBLE D'ORFORD, VINEYARD



12 façons de profiter de Magog et de ses environs



14 FAMILY OUTINGS

IN THE EASTERN TOWNSHIPS



EASTERN TOWNSHIPS

MONT-MÉGANTIC NATIONAL PARK



EASTERN TOWNSHIPS

SAINT-BENOIT-DU-LAC ABBEY



C'est ici que je joue dehors

Découvrez une foule d'activités!

CANTONS DE L'EST



C'est ici que je m'amuse



VÉLOROUTE GOURMANDE

235 km de découvertes à travers la Montérégie et les Cantons-de-l'Est. veloroutegourmande.com



DÉCOUVREZ TOUS LES ATTRAITS ICI

TOURISME MONTRÉGIE

CANTONS DE L'EST



C'est ici que

j'admire le ciel étoilé, les Appalaches, le sourire de mes enfants à la pêche...

Découvrez

12 raisons de tomber en amour avec Mégantic

CANTONS DE L'EST



CANTONS DE L'EST

C'est ici que je joue dehors

Découvrez une foule d'activités!

Marketing

Été 2022 / Campagne estivale

PÉRIODE	MARCHÉS	BUDGET
30 mai au 2 octobre	<ul style="list-style-type: none"> - Québec - Ontario - Nord-Est des États-Unis 	450 000 \$
DESCRIPTION CAMPAGNE	OBJECTIFS	PARTENAIRES
<p>Mettre en marché la destination et ses expériences touristiques phares</p> <p>La campagne estivale a été basée sur du contenu éditorial mettant en avant les expériences phares de la région. En étroite collaboration avec nos territoires, notre équipe de création de contenu a mis en place des itinéraires thématiques qui ont été promus dans divers médias. Ce contenu fut mis de l'avant aussi bien en intra qu'en hors Québec.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Augmenter la notoriété de la région sur les marchés hors Québec - Regagner la part de visiteurs hors Québec pré-pandémie - Maintenir l'intérêt gagné de la part des Québécois depuis 2020 - Générer et maintenir un intérêt soutenu de la part de la cible tout au long de son parcours - Faciliter et inciter la réservation en créant des liens entre les visiteurs et l'attrait/hébergement 	<ul style="list-style-type: none"> - Haut-Saint-François - Val-Saint-François - Destination Sherbrooke - Memphrémagog - Région de Mégantic - Granby et sa région - Vallée de la Coaticook - Brome-Missisquoi
CONTENUS	MÉDIAS	RÉSULTATS
<ul style="list-style-type: none"> - Création d'une vidéo de 15 secondes - Affichage en super panneaux - Création de deux itinéraires par territoire - <i>Bucket list</i> d'activités - Capsule télé (Salut Bonjour) - Journaux - Bannières Web - Infolettres - Tuiles natives - Stories - SEM 	<ul style="list-style-type: none"> - TVA - Salut Bonjour - La Tribune - La Voix de l'Est - Le Soleil - ÉAQ - Québecor Média - YouTube - Google - Facebook - Instagram - Pinterest - TikTok 	<ul style="list-style-type: none"> - 25,5 millions d'impressions en affichage - 3 297 143 vues de la vidéo - 681 626 clics générés par l'ensemble des tactiques déployées - 309 752 utilisateurs - 404 924 sessions - Environ 2 600 000 personnes rejointes - 51 000 visites vers les sites de nos partenaires directement attribuables à la campagne

Été 2022 / Campagne vélo

PÉRIODE	MARCHÉS	BUDGET
30 mai au 2 octobre	<ul style="list-style-type: none"> - Québec - Ontario - Nord-Est des États-Unis 	50 000 \$
DESCRIPTION CAMPAGNE	OBJECTIFS	PARTENAIRES
<p>Faire la promotion de l'offre vélo en mettant l'emphase sur la diversité de types de vélo proposés.</p> <p>La campagne vélo a été basée sur du contenu éditorial mettant de l'avant les différents types de vélo dans la région. En étroite collaboration avec nos territoires, notre équipe de création de contenu a mis en place des circuits thématiques qui ont été promus dans divers médias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Demeurer LA Destination Vélo au Québec - Communiquer sur la pluralité de nos offres vélo - Regagner la part de visiteurs hors Québec pré-pandémie - Rajeunir les visiteurs hors Québec - Maintenir l'intérêt gagné de la part des Québécois depuis 2020 	<ul style="list-style-type: none"> - Destination Sherbrooke - Memphrémagog - Région de Mégantic - Granby et sa région - Vallée de la Coaticook - Brome-Missisquoi
CONTENUS	MÉDIAS	RÉSULTATS
<ul style="list-style-type: none"> - Contenus rédactionnels - Bannières Web - GIFS - Circuits vélo thématiques - Infolettres dédiées 	<ul style="list-style-type: none"> - Vélo Mag - Radio-Canada - Médias sociaux : Facebook et Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> - 2 623 366 impressions en numérique (toutes tactiques confondues) - 515 372 en portée totale des tactiques <p>Médias sociaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - 49 668 clics générés par l'ensemble des tactiques déployées

Été 2022 /

Campagne de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

Aventures en nature

PÉRIODE	MARCHÉS	BUDGET
6 juin au 11 septembre	<ul style="list-style-type: none">- Ontario- Nord-Est des États-Unis Cible : <ul style="list-style-type: none">- Adultes 25+, intérêt voyage et budget disponible pour le faire	565 000 \$
DESCRIPTION CAMPAGNE	OBJECTIF	PARTENAIRES
Créer une campagne pour positionner le Québec comme une destination incontournable de plein air, qui offre une variété d'activités et d'hébergements, autant pour les passionnés que pour les amateurs.	<ul style="list-style-type: none">- Augmenter la notoriété et la considération de l'expérience « Aventures en nature » du Québec, soit des activités de plein air et de villégiature auprès des passionnés et des amateurs de plein air	<ul style="list-style-type: none">- Région de Mégantic- ASTROLab du Mont-Mégantic
CONTENUS	MÉDIAS	RÉSULTATS
<ul style="list-style-type: none">- Article mentionnant l'ASTROLab du parc national du Mont-Mégantic- Tuiles natives- Itinéraires	<ul style="list-style-type: none">- Outside- Tripadvisor- Yahoo!	<ul style="list-style-type: none">- Outside : 47 368 pages vues de l'article où L'ASTROLab du Mont-Mégantic a été mis de l'avant. 3 m 46 de temps moyen passé sur l'article (versus 1,05 minute benchmark).- Tripadvisor : 14 973 pages vues sur les deux itinéraires où nous étions présents.- Yahoo! Tuiles natives : pour nos publications spécifiques dans l'ensemble de la campagne déployée : 2 423 visites qualifiées, 3,24 \$ CPVQ (benchmark 15 \$) : meilleure performance de tous les partenaires participants.

Été 2022 /

Campagne de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

Saveurs locales

PÉRIODE	MARCHÉ	BUDGET
Juin-août 2022	<ul style="list-style-type: none"> - Ontario <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adultes 25+ - Cuisinomanes - Amateurs de produits locaux et d'expériences authentiques 	400 000 \$
DESCRIPTION CAMPAGNE	OBJECTIFS	PARTENAIRE
Développement d'une campagne cohérente en regard de l'écosystème de la campagne de destination, positionnant l'offre de saveurs locales comme un incontournable lors d'un voyage au Québec.	<ul style="list-style-type: none"> - Développer la notoriété de l'expérience - Contribuer à mettre de l'avant l'offre gastronomique de la destination - Faire connaître sa diversité, la positionner comme un incontournable lors d'un voyage au Québec 	La Route des vins de Brome-Missisquoi
CONTENUS	MÉDIAS	RÉSULTATS
<ul style="list-style-type: none"> - Article dans le Globe & Mail - Tapis volant et bannières - Publication sociale sponsorisée 	<ul style="list-style-type: none"> - Globe and Mail - The Atlantic - The Guardian - Bell - Pinterest - Programmatique - Facebook - Instagram 	<p>Résultats globaux</p> <ul style="list-style-type: none"> - 16 675 195 impressions - 7 013 visites qualifiées sur le site de Bonjour Québec - 71 978 pages vues sur le site de Bonjour Québec (tous partenaires confondus) <p>Résultats spécifiques TCE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Globe and Mail : 137 218 impressions de l'article pour 214 clics (0,16 % CTR) - Facebook : publication statique - 587 visites qualifiées générées

Hiver 2022-2023 / Campagne hivernale

PÉRIODE	MARCHÉS	BUDGET
14 novembre 2022 au 10 mars 2023	- Québec - Ontario - Nord-Est des États-Unis	200 000 \$
DESCRIPTION CAMPAGNE	OBJECTIFS	PARTENAIRES
<p>La campagne hivernale a été basée sur du contenu éditorial mettant en avant les expériences phares de la région. Ce contenu fut mis de l'avant aussi bien en intra qu'en hors Québec.</p> <p>En étroite collaboration avec nos territoires, notre équipe de création de contenu a mis en place des « Top activités » qui ont été promus dans divers médias en intra-Cantons.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Augmenter la notoriété de la région sur les marchés hors Québec - Regagner la part de visiteurs hors Québec pré-pandémie - Maintenir l'intérêt gagné de la part des Québécois depuis 2020 - Générer et maintenir un intérêt soutenu de la part de la cible tout au long de son parcours - Faciliter et inciter la réservation en créant des liens entre les visiteurs et l'attrait/hébergement 	<ul style="list-style-type: none"> - Destination Sherbrooke - Memphrémagog - Région de Mégantic - Granby et sa région - Vallée de la Coaticook - Brome-Missisquoi
CONTENUS	MÉDIAS	RÉSULTATS
<ul style="list-style-type: none"> - Création d'une vidéo de 15 secondes - Création d'un « Top activités » par territoire - Bannières Web - Infolettres - Tuiles natives - Stories - SEM 	<ul style="list-style-type: none"> - La Tribune - La Voix de l'Est - La Presse - Québecor Média - YouTube - Google - Facebook - Instagram 	<ul style="list-style-type: none"> - 41 millions d'impressions en affichage - 875 000 visionnements de la vidéo - 366 000 clics générés par l'ensemble des tactiques déployées - 867 327 utilisateurs - 1 105 302 sessions - 12 000 visites vers les sites de nos partenaires directement attribuables à la campagne - Le tiers du trafic provient des campagnes payantes

Hiver 2022-2023 /

Campagne de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

Aventures en nature

PÉRIODE	MARCHÉS	BUDGET
Décembre 2022 à mars 2023	<ul style="list-style-type: none">- Québec- Ontario- Nord-Est des États-Unis <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none">- Adeptes et amateurs de plein air et de villégiature- Couples, familles et amis	168 560 \$
DESCRIPTION CAMPAGNE	OBJECTIFS	PARTENAIRES
Développer une campagne pour positionner le Québec comme une destination incontournable de plein air en hiver qui offre une variété d'activités et d'hébergements autant pour les passionnés que pour les amateurs.	<ul style="list-style-type: none">- Obtenir une considération active sur les contenus de Bonjour Québec- Générer des visites qualifiées vers le site de Bonjour Québec et les sites partenaires	Aucun
CONTENUS	MÉDIAS	RÉSULTATS
<ul style="list-style-type: none">- Une page de publicité- Un article de contenu personnalisé- Infolettre- Promotion sociale	<ul style="list-style-type: none">- National Geographic- Backpacker	N/A

Hiver 2022-2023 /

Campagne de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

Plaisirs d'hiver en nature

PÉRIODE	MARCHÉS	BUDGET
Décembre 2022 à fin-février 2023	<ul style="list-style-type: none"> - Québec - Ontario - Nord-Est des États-Unis <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adeptes et amateurs de plein air et de villégiature - Couples, familles et amis 	240 000 \$
DESCRIPTION CAMPAGNE	OBJECTIFS	PARTENAIRE
Développer une campagne pour positionner le Québec comme une destination de plein air incontournable en hiver qui offre une variété d'activités et d'hébergements autant pour les passionnés que pour les amateurs.	<ul style="list-style-type: none"> - Positionner le Québec comme une destination de proximité idéale pour les séjours en nature - Augmenter la notoriété et la considération de l'expérience aventure en nature en période hivernale au Québec - Promouvoir l'attractivité et la diversité des activités en nature à faire au Québec en période hivernale 	Balnéa Spa
CONTENUS	MÉDIAS	RÉSULTATS
<ul style="list-style-type: none"> - Article - Promotion sociale - Tuiles natives 	<ul style="list-style-type: none"> - Condé Nast - Yahoo! 	<ul style="list-style-type: none"> - Condé Nast : <ul style="list-style-type: none"> 37 979 pages vues Temps moyen : 46,6 s 2 216 clics - Tuiles natives : <ul style="list-style-type: none"> 6 687 visites qualifiées 1,45 \$ CPVQ (benchmark 15 \$) 0,22 % visites qualifiées

Hiver 2022-2023 /

Campagne Ski L'EST GO

PÉRIODE	MARCHÉS	BUDGET
Mi-octobre 2022 au début mars 2023	<ul style="list-style-type: none"> - Ontario - Nord-Est des États-Unis - Intra-Québec (marché de destination) 	35 000 \$
DESCRIPTION CAMPAGNE	OBJECTIF	PARTENAIRES
La carte L'EST GO, produit commun des quatre stations de ski de la région, a été à nouveau mise en vente cette année.	<ul style="list-style-type: none"> - Générer des nuitées et visites via un engagement de préachats de billets ski 	<ul style="list-style-type: none"> - Quatre stations de ski (Bromont, montagne d'expériences, Mont-Orford, Owl's Head et Mont SUTTON) - Six hébergements participants
CONTENUS	MÉDIAS	RÉSULTATS
<ul style="list-style-type: none"> - Article - Promotion sociale 	<ul style="list-style-type: none"> - SEM - Médias sociaux (pour annoncer la présence aux salons) - Infolettres - Bannières - Relations de presse - Retour des salons de Toronto et Boston 	<ul style="list-style-type: none"> - 5 800 acheteurs de la carte/ saison 2022-2023 - 18 000 jours ski - Meilleur vendeur : quatre jours ski - Seulement 54 jours ont été nécessaires pour dépasser les ventes réalisées en 125 jours en 2021 <p>Provenance des acheteurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - Québec : 69 % - Ontario : 26 % - États-Unis : 4 % - Nouveau-Brunswick, Colombie-Britannique, Alberta, Manitoba : 0,73 % - Internationaux (Suisse, Allemagne et France) : 0,06 %

Hiver 2022-2023 /

Campagne ski intra-Québec partenariat avec ASSQ

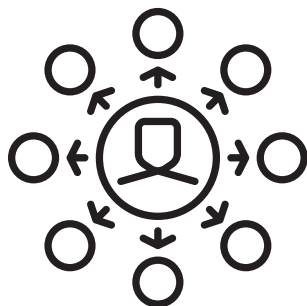
PÉRIODE	MARCHÉS	BUDGET
Octobre 2022 au 19 février 2023	Intra-Québec : - Montréal - Rive-Sud - Gatineau	Investissements globaux de 800 000 \$ incluant la contribution de stations de ski : 50 000 \$
DESCRIPTION CAMPAGNE	OBJECTIFS	PARTENAIRES
TCE et les quatre stations majeures de la région ont décidé de bénéficier de l'expertise de l'ASSQ et de son agence, en ajoutant avec eux des investissements supplémentaires afin d'obtenir un meilleur poids média. Une campagne de Destination Cantons-de-l'Est a donc été réalisée parallèlement à la campagne provinciale.	<ul style="list-style-type: none"> - Campagne provinciale : inspirer et convaincre les skieurs et planchistes à effectuer un voyage de ski au Québec cet hiver - Campagne destination Cantons-de-l'Est : utiliser les économies d'échelle du grand plan de l'ASSQ pour vendre la carte L'EST GO 	<ul style="list-style-type: none"> - Quatre stations de ski (Bromont, montagne d'expériences, Mont-Orford, Owl's Head et Mont SUTTON) - Six hébergements participants
CONTENUS	MÉDIAS	RÉSULTATS
<ul style="list-style-type: none"> - Page dédiée à TCE - Infolettre dédiée à plus de 200 000 adresses qualifiées - Bannières et amplification médias - Publications sociales dédiées - Recyclage à partir des plateformes numériques - Concours 	<p>Campagne Destination Cantons-de-l'Est (poids média supplémentaire)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plein écran et bannières de recyclage dans l'EXTRA de La Presse - Infolettre dédiée aux abonnés ÉAQ - Vidéo et diaporama animé sur Facebook et Instagram - Annonces textes sur Google 	<ul style="list-style-type: none"> - 2 475 556 impressions (Cantons-de-l'Est) - 12 500 visites qualifiées (section Cantons-de-l'Est)

Hiver 2022-2023 /

Campagne ski hors Québec en collaboration avec l'AITQ

PÉRIODE	MARCHÉS	BUDGET
16 novembre 2022 au 28 février 2023	<ul style="list-style-type: none"> - Ontario - Nord-Est américain <p>Cibles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Skieurs intermédiaires et avancés de 18 ans et + - Couples, familles et amis 	Collectif ski (AITQ) : 540 000 \$ incluant la contribution de TCE et des 4 stations de ski : 58 500 \$
DESCRIPTION CAMPAGNE	OBJECTIFS	PARTENAIRES
La campagne s'est déployée en trois phases afin de suivre le parcours des skieurs soit motiver, outiller et activer. Les messages et les tactiques ont été adaptés en fonction des phases.	<ul style="list-style-type: none"> - Augmenter la considération et la notoriété de l'expérience ski au Québec - Montrer l'accessibilité et la diversité de l'expérience ski au Québec - Générer des séjours ski 	<ul style="list-style-type: none"> - Quatre stations de ski (Bromont, montagne d'expériences, Mont-Orford, Owl's Head et Mont SUTTON) - Six hébergements participants
CONTENUS	MÉDIAS	RÉSULTATS
<ul style="list-style-type: none"> - Vidéos natives - Publiportages - Amplification de contenu et ciblage - Courriels dédiés 	<ul style="list-style-type: none"> - Ski Canada - CBC - Yahoo - Web et médias sociaux 	<p>Campagne sur le site de bonjourquebec.com</p> <ul style="list-style-type: none"> - 149 020 383 impressions - 41 342 visites qualifiées - 394 783 pages vues <p>Page destination Cantons-de-l'Est</p> <ul style="list-style-type: none"> - 7 239 586 impressions - 5 383 visites qualifiées - 13 860 pages vues uniques

Club Affaires



20
partenaires

La reprise des activités en tourisme d'affaires a été excellente pour l'ensemble des partenaires. Des activités ont été réalisées en fonction des quatre priorités du plan stratégique du Tourisme d'affaires, définies par les partenaires du Club Affaires.

Réseautage entre les membres du Club Affaires

- Une tournée de familiarisation entre les partenaires

Formation des membres et de leurs équipes

- Veille en tourisme d'affaires partagée aux partenaires

Promotion de la destination auprès des planificateurs

- Une première campagne promotionnelle a été réalisée à l'automne en collaboration avec sept partenaires générant près d'une quarantaine de demandes de soumissions et une augmentation de visiteurs sur la section Réunion du site de TCE de 991 %
- Un événement découvertes en septembre à Montréal, 40 planificateurs présents
- Deux tournées de familiarisation pour les planificateurs d'événements ont eu lieu. Celle du 6 juillet a accueilli 17 participants et généré 55 visites en entreprises alors que celle du 8 février a accueilli 15 planificateurs et a généré 40 visites en entreprises

Développement des affaires

- La mise à jour de la base de données
- Un sondage sur les besoins des planificateurs d'événements et de congrès a été réalisé

Site Internet et réseaux sociaux



Fréquentation site Internet

	cantonsdelest.com	easterntownships.org
Visites	2 294 013 (+1,5 %)	907 095 (+ 82,9 %)
Pages vues	4 570 966 (-7,2 %)	1 591 830 (+ 47 %)

Augmentation globale de 18,9 % des visites

1^{er} avril 2022 au 31 mars 2023

Faits saillants

Augmentation de **162 %** des visites en provenance des États-Unis

Augmentation de **411 %** des visites en provenance de l'Ontario

Les campagnes promotionnelles ont généré le tiers des visites sur le site de la destination

La section *Articles et Blogues* a généré :

- **983 334** visites et **1 424 195** pages vues (+1,9 %) en français

- **306 049** visites et **402 875** pages vues (+100 %) en anglais



Fréquentation réseaux sociaux

	Facebook (français)	Facebook (anglais)	Instagram	Pinterest	Tiktok
1 ^{er} avril 2022	75 600	25 683	16 520	748	ND
31 mars 2023	84 806	27 252	18 734	833	734
Variation 2022-2023	+ 11 %	+ 6 %	+ 12 %	+ 10 %	-

Un compte Tiktok a été créé à l'automne 2022. Huit vidéos ont été publiées entre octobre et décembre. La vidéo la plus populaire (au Ranch Winslow) a atteint plus de **34 500** vues.

Stratégie de contenu

Articles et blogues

46 nouveaux articles et blogues ont été rédigés à l'interne ou en partenariat avec des collaborateurs externes. Plus de 45 chroniques *Quoi faire ce week-end* ont été diffusées hebdomadairement avec une moyenne de consultation de plus de 1 000 fois par semaine pour un total de 51 897 pages vues (+19 %).

Contenus populaires en français

Visites

32 activités à faire en couple cet automne dans les Cantons	19 706
Six campings au bord de l'eau	19 634
Sept cabanes à sucre qui sortent de l'ordinaire	19 272

Contenus populaires en anglais

Visites

Skiing in the Townships: 38 things to do for a great time on the slopes	19 690
Dream Spas Unique Experiences	12 339
Armand Gamache's Winter World	10 914

Jean-Philippe Dion



Pour une deuxième année consécutive, l'animateur et producteur Jean-Philippe Dion a été notre ambassadeur officiel. Il a été présent au lancement de la saison estivale et a partagé plusieurs publications sur ses réseaux sociaux en lien avec les Cantons-de-l'Est. Il est venu visiter quatre lieux culturels et rencontrer les gens qui les gèrent. De ces rencontres, quatre capsules vidéo ont été créées.

Au total, ces capsules ont été vues 773 346 fois (vues à 3 sec.) et ont généré plus de 2 270 réactions sur nos réseaux sociaux.

Vues à 3 sec.	Vues à 25 %	Vues à 100 %
773 346	17 433	5 240

Série Artisans Gourmands

Une série d'articles et de capsules vidéo mettant de l'avant neuf producteurs et artisans des Cantons-de-l'Est a été créée et diffusée.

Vues à 3 sec.	Vues à 25 %	Vues à 100 %
103 175	33 221	10 144

Acquisition d'abonnés à l'infolettre

Deux stratégies d'acquisition d'abonnés à l'infolettre ont été déployées sur Facebook.

Automne

10 septembre au 31 octobre 2022

Courriels français

3 134

Courriels anglais

560

Hiver

12 janvier au 28 février 2023

Courriels français

1 500

Courriels anglais

800

26 infolettres avec des thématiques diverses ont été envoyées sur les marchés intra et hors Québec.

Taux d'ouverture moyen

Français
34,3 %

Anglais
41 %

Taux de clics moyen

Français
4 %

Anglais
4,7 %

*Moyenne de l'industrie du tourisme :
taux d'ouverture 21,3 % et taux de clics 2,6 %.

Nouvelle initiative de diffusion : campagnes sur Spotify

Pour la série *Cinq choses à faire à...* (15 villes et villages mis de l'avant). Les publicités audio ont généré **604** clics sur nos articles.

Pour les marchés de Noël : les publicités audio ont généré **101** clics sur notre répertoire.

Robot conversationnel

Deux tactiques ont été lancées sur Facebook à l'aide d'un robot conversationnel. L'objectif était de proposer des activités aux potentiels visiteurs des marchés hors Québec (Ontario et USA) selon leurs intérêts et réponses.

La tactique d'été (13 juillet au 13 septembre) a généré **771** conversions sur Messenger et plus de **4 000** messages ont été échangés entre le robot et les visiteurs. Une tactique similaire a été lancée à l'automne (19 septembre au 3 novembre). Cette dernière a généré plus de **409** conversions sur Messenger et plus de **3 000** messages entre le robot et les visiteurs.

Tour & Travel



Création d'une section Web destinée aux voyageurs avec lancement en septembre. Du 1^{er} septembre 2022 au 31 mars 2023 il y a eu **442** visites sur la page en français et **251** visites sur la page en anglais.

Bonification des outils de promotion de la destination (guide du voyageur, vidéo 4 saisons et banque d'images libres de droits).

Rencontre avec une vingtaine de partenaires en juin pour présenter le plan d'action de TCE auprès du réseau de distribution et présenter les rôles des divers paliers de représentation.

Bienvenue Québec 2022 Multi-marchés, groupes et FIT

Octobre 2022

50 rencontres

Rencontres permettant de faire un point sur la reprise post-pandémique et pour faire une mise à jour de l'offre régionale auprès des voyageurs.

Participation au petit-déjeuner des acheteurs (virtuel) – présentation de la région sous forme d'un itinéraire reliant les incontournables.

Congrès de l'ARF-Québec 2022

Novembre 2022

75 participants

Réceptifs et voyageurs québécois, groupes et FIT

Conférences, réseautage et commandite du cocktail de clôture pour annoncer Sherbrooke / Cantons-de-l'Est comme destination hôte du congrès pour 2023.

American Bus Association Marketplace

Février 2023

30 rencontres

Marchés américain et canadien, principalement groupe et un peu de FIT

Rencontres avec des voyageurs et réceptifs américains, développant principalement le marché de groupe. Focus sur les voyageurs de la Nouvelle-Angleterre. Intérêt pour les circuits combinés USA / CAN.

Adventure Week Marketplace (ATTA)

Février 2023

10 voyageurs et 5 médias

Marché américain FIT et petits groupes, axé plein air

Avec le collectif Aventures en nature (AITQ). Promotion de la destination auprès d'une quinzaine de voyageurs et médias américains spécialisés en voyages d'aventure et de plein air. Plus en notoriété / considération qu'en conversion, car la majorité des voyageurs présents ne développaient pas encore la destination québécoise.

Québec du Sud

Activités	Dates et lieux	Marchés	Clientèle cible	Nombre de personnes/ entreprises rencontrées
Mission France	Mars 2022 Paris et Lyon	France	Voyagistes et médias	24 voyagistes 23 médias et influenceurs
Événement Bonjour Québec	Avril 2022 Vancouver	Canada	Voyagistes et médias	28 voyagistes et 10 médias
Rendez-Vous Canada	Mai 2022 Toronto	Multi-marchés	Voyagistes	60 voyagistes
Tournée Québec Festif	Juillet 2022	France	Médias	5 influenceuses
Tournée Culinary Trends	Septembre 2022	Canada	Médias	3 journalistes
Tournée Canadian Affair	Septembre 2022	UK	Voyagistes	12 participants
Tournée HVT (High Value Traveller)	Octobre 2022	France	Voyagistes	6 participants
Tournée pré-Bienvenue Québec	Octobre 2022	Multi-marchés	Voyagistes	13 participants
Bienvenue Québec	Octobre 2022 Montréal	Multi-marchés	Voyagistes	35 voyagistes
Showcase Canada	Novembre 2022 Londres	UK	Voyagistes et médias	45 voyagistes et 10 médias
Mission Europe francophone	Novembre 2022 Paris, Marseille et Bruxelles	Europe francophone	Voyagistes et médias	40 voyagistes et 20 médias
Tournée collectif autochtone et érable	Mars 2023	France	Médias	3 journalistes

Accueil médias

- Reportage magazine Seasons des Pays-Bas en avril
- Accueil influenceur Bruno Maltor et Jeanne Rondeau-Ducharme en juillet
- Accueil Josh Rimmer marché LGBTQ+ canadien et américain en août
- Accueil Éditions Hachette / Guide Évasion en septembre
- Reportage émission Gaydio de Londres en janvier
- Accompagnement équipe médias sociaux de Destination Canada en février
- Accueil Jakob Strobel de l'Allemagne sur la motoneige en février
- Reportage Les animaux de la 8 sur la Sucrerie de la Montagne en mars



Relations publiques et communications

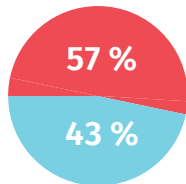
Promotion et rayonnement de la destination auprès des médias

- **272** demandes journalistiques répondues (+13 %)
- **105** entrevues dans la presse écrite, à la radio et à la télévision
- Des chroniques radio sur les ondes de ICI Première Radio-Canada Estrie pour présenter des idées d'activités et faire voyager les auditeurs dans la région.
Un total de **17** participations de 5 à 10 minutes chacune, atteignant **918 000** Estriens (auditoire potentiel total)
- Rédaction et diffusion de **33** communiqués (+50 %)
- **146** communiqués de nos membres et invitations à des lancements et conférences de presse relayés et partagés auprès des médias par notre équipe (+4,2 %)

Résultats

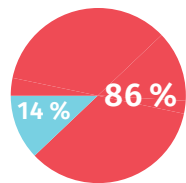
Mentions/ Couverture médiatique

2 937 (57 %) intra-Québec
2 220 (43 %) hors Québec



Sujets

4 432 (86 %) touristiques
705 (14 %) enjeux d'affaires publiques



Top 5 des médias nous ayant le plus mentionné

1. Radio-Canada et Voix de l'Est
2. La Tribune
3. Estrie Plus
4. Reflet du Lac
5. Progrès de Coaticook

Top 5 des médias nous ayant mentionné ayant atteint la plus grande audience

1. Yahoo! et MSN
2. New York Times
3. The Daily Mail
4. CBC
5. Narcity et Radio-Canada

Retombées totales

5,8 milliards d'impressions (audience potentielle)

146,9 M \$ en valeur média (équivalence publicitaire)

Nous avons dépassé la couverture médiatique de 2021-2022 (+ **3 161** mentions) et l'objectif initial de l'augmenter de **10 %** a été largement dépassé : on note une augmentation de **260 %** des mentions. Ceci s'explique d'une part par la relance de l'industrie, le travail de relations médias de plusieurs partenaires régionaux, l'augmentation de nos offensives médias, le dynamisme de notre présence aux bourses et événements médias, et surtout, la performance de notre outil de veille en ligne qui nous permet de retrouver davantage d'articles.

De plus, la mention des Cantons-de-l'Est dans le New York Times en janvier 2023 comme étant la seule destination canadienne à faire partie du Palmarès des **52** endroits à visiter en 2023 (*52 Places to go*) a permis à la destination de rayonner à l'international et obtenir une excellente couverture intra-Québec.

Retombées totales du New Times

220 mentions

742,6M de vues potentielles

18,2M US \$ d'AVE (Advertising Value Equivalency)

Bourses, congrès et tournées de presse

Sept participations à des congrès et bourses média (+2)

210 journalistes, blogueurs et influenceurs rencontrés individuellement lors de ces événements (+80 %).

- Événement Bonjour Québec à Toronto, avril 2022
- Événement Bonjour Québec à Vancouver (QDS), avril 2022
- Bourse des médias du Québec (virtuel), avril 2022
- Bourse des médias du Québec (virtuel), septembre 2022
- Événement Bonjour Québec à Toronto, octobre 2022
- IMM – International Media Market à New York, janvier 2023
- Bourse des médias du Québec (virtuel), mars 2023

Organisation de **50** tournées média individuelles et deux tournées de groupe dans la région qui résultent en l'accueil de **52** médias (18 influenceurs et 34 journalistes) et tout autant de couverture médiatique et sur les réseaux sociaux (+10,6 %).

→ **24** provenant du Québec

→ **28** hors Québec

- 9 Ontario
- 11 États-Unis
- 1 Colombie-Britannique
- 3 France
- 2 Belgique
- 1 Allemagne
- 1 Italie

Global Cycling Network

Nous avons organisé une tournée de presse de quatre jours pour l'équipe de tournage de GCN en français pour une émission qui permet de faire découvrir notre magnifique région à travers le vélo.

GCN est une plateforme numérique qui diffuse la majorité des courses de vélo du *World Tour* dans le monde entier, et dans plus de 40 langues. Cette plateforme fait partie du groupe média américain DISCOVERY qui compte aussi EUROSPO RTS, une chaîne télé diffusée dans plus de 37 pays européens et plus de 80 pays dans le monde entier.

La vidéo *Nos vacances vélo au travers des cantons de l'est du Québec!* a été visionnée plus de **30 000** fois sur YouTube et a généré plus d'une centaine de commentaires positifs et **1 400** j'aime.

Sur Instagram, GCN en français a fait une publication qui a généré **652** j'aime. De plus, les animateurs Loïc Chétout et Florian Chabbal ont publié des dizaines de stories sur leur périple dans la région.



Influenceurs

Encore cette année, nous avons multiplié les collaborations avec différentes personnalités publiques, créateurs de contenus et influenceurs voyage au Québec et à l'international afin d'accroître la portée de notre destination et rejoindre un plus grand public cible.

Résultats

+ 239 contenus médias sociaux créés

+ 1,27 M d'impressions totales

+ 879 349 personnes atteintes

14,57 % taux d'engagement moyen

(moyenne de l'industrie : 1,5 à 2 %)

À cela s'ajoute la campagne d'influence avec Nicolas Duvernois pour le Tourisme d'affaires qui démontre que l'influence n'est pas seulement réservée au tourisme d'agrément.



Affaires publiques

COUVERTS EN 2022-2023

- Changement de nom de la région
- Main-d'œuvre en tourisme
- Covid-19 : retour à une normalité pré-pandémique et les impacts sur l'industrie
- Fonds d'aide au tourisme et programmes financiers pour les entreprises de la région
- Affluence des touristes internationaux
- Tourisme durable
- Tendances touristiques et intentions des visiteurs
- Prédiction et constat des saisons touristiques, bilans et retombées de l'industrie dans la région (achalandage et taux d'occupation)
- Statistiques diverses et popularité de créneaux ou activités

RÉSULTATS

- 38 entrevues dans la presse écrite, à la radio et à la télévision sur des enjeux régionaux et de l'industrie (36 % des entrevues TCE totales)
- 705 mentions d'affaires publiques (14 % de la couverture médiatique totale)

Outils promotionnels



Guide touristique 2022-2023

80 000 copies

Version Web :
1^{er} avril 2022 au 31 mars 2023

FR : **17 435** prévisualisations
(- 0,4 % vs 2021-2022)
ANG : **13 435** prévisualisations
(- 9,6 % vs 2021-2022)



Guide vélo 2021-2023

120 000 copies

Version Web :
1^{er} avril 2022 au 31 mars 2023

FR : Édition 2021-2023 : **14 017** vues
Édition 2023-2025 : **1 925** vues
(31 janvier 2023 au 31 mars 2023)
(+ 168,5 % vs 2021-2022)
ANG : Édition 2021-2023 : **5 591** vues
Édition 2023-2025 : **1 374** vues
(2 février 2023 au 31 mars 2023)
(+ 227,8 % vs 2021-2022)



12 escapades rando

Un nouveau guide téléchargeable a été créé pour mettre de l'avant 12 escapades de rando avec lieux où dormir et manger à proximité. La page Web du guide a été visitée plus de **26 000** fois et le guide a été consulté plus de **13 400** fois.



Guide du voyageur 2022-2023

FR : **878** prévisualisations
(+ 100 % vs 2021)
ANG : **817** prévisualisations
(+ 69 % vs 2021)



Guide du planificateur 2022

FR : **733** prévisualisations
(+ 48% vs 2021)
ANG : **137** prévisualisations
(- 46 % vs 2021)



40 façons de profiter de l'été avec les enfants

FR : **3 888** vues
(+1 480,5 % vs 2021-2022)
274 téléchargements

ANG : 989 vues
(+760 % vs 2021-2022)
100 téléchargements



Circuit les Têtes fromagères 2022-2023

FR : **2 828** vues (+ 48,4 % vs 2021-2022)
571 téléchargements

ANG : **1 654** vues (+ 73 % vs 2021-2022)
348 téléchargements



45 idées pour vivre pleinement les Cantons

FR : **4 519** vues
(+89,3 % vs 2021-2022)
555 téléchargements

ANG : **1 854** vues
(-4,3% % vs 2021-2022)
341 téléchargements



Circuit microbrasseries Brasseurs des Cantons 2022-2023

FR : **3 469** vues (+ 69,4 % vs 2021-2022)
695 téléchargements

ANG : **1 051** vues (+ 747,6 % vs 2021-2022)
190 téléchargements

Distribution des documents de TCE et Créateurs de saveurs

Les outils touristiques ont été distribués à plus de 280 membres ayant passé préalablement une commande, aux 22 ATR du Québec et Centres Infotouriste ainsi qu'auprès des visiteurs ayant visité les bureaux d'accueil et d'information touristique et passé une commande via le site Web de TCE.

Documents distribués

194 889

aux entreprises membres

28 635

dans les lieux d'accueil et de renseignement touristique

18 140

en réponse aux demandes individuelles via notre site Web

3 901

en réponse aux demandes d'entreprises non membres via courriel info@atrce.com

+ distribution des documents de TCE dans les 22 ATR du Québec



Développement et structuration de l'offre

Véloroute Gourmande

La Véloroute Gourmande, circuit vélo de 235 km entre Montréal et Sherbrooke, a été lancée en avril 2022 avec Tourisme Montérégie après plusieurs années de structuration et de mobilisation.

Réalisations

- Deux conférences de presse le 28 avril pour le lancement officiel
- Participation à deux salons (Montréal et Québec)
- Mise en ligne du circuit sur *Ride With GPS* et *Ondago* et production d'une carte téléchargeable et imprimable en collaboration avec Vélo Québec
- Production de divers outils promotionnels
- Production du guide des partenaires pour mobilisation du milieu
- Poursuite d'amélioration du site Web phase 3 en démarrage
- Présentation de la Véloroute le 25 octobre lors du colloque de Vélo Québec
- Obtention du Prix d'Excellence en tourisme catégorie Innovation et développement de l'Alliance de l'industrie touristique
- Mention dans le Top 52 Destinations du New York Times
- Présentation de la Véloroute dans le cadre de *Cycle Tourism Conference Canada* organisé par *Ontario by Bike*

CAMPAGNE PROMOTIONNELLE

Objectifs

- Faire connaître (développer la notoriété) la Véloroute Gourmande sur les marchés ciblés
- Générer des visites sur le site Web de la Véloroute Gourmande (75 000 visites)
- Générer des retombées chez les partenaires le long du circuit

Période

Du 30 juin au 2 octobre 2022

Marchés

Montréal, Québec, Gatineau

Cible

18-64 ans

- Cycliste autonome qui veut un minimum de confort, mais organise son voyage seul ou en couple par lui-même
- Cycliste sportif encadré recherche un peu plus de confort avec le transport de bagages
- La famille touche-à-tout qui pratique le vélo parmi d'autres activités lors de leur séjour vélo

Médias

- Google SEM et bannières responsives, Facebook et Instagram et Vélo Mag (papier et web)
- Accueil de trois journalistes/influenceurs

Résultats

- 105 000 visites sur le site Web (objectif de 75 000) et un temps passé de 5:15
- 70 mentions médiatiques

Destination touristique responsable et durable

Tourisme Cantons-de-l'Est a entrepris l'élaboration d'un plan régional pour un tourisme durable. Cette démarche vise à mettre en place un tourisme régional résilient, intelligent, harmonieux et prospère dans une perspective de collaboration et d'entraide, avec les entreprises touristiques et partenaires du milieu.

Réalisations majeures

- Consultation physique en avril 2022 avec les intervenants touristiques et non touristiques
- Ateliers (6) de consultation des entreprises touristiques dans le cadre de la planification stratégique durable des Cantons-de-l'Est. Ces ateliers de consultation ont regroupé 100 gestionnaires touristiques et 10 associations touristiques sectorielles (ATS)
- Sondage auprès des citoyens des Cantons-de-l'Est au sujet du tourisme durable et responsable
- Cartographie des pratiques écoresponsables des membres de Tourisme Cantons-de-l'Est
- Dépôt du Plan de tourisme durable et responsable des Cantons-de-l'Est à l'été 2023

Associations touristiques sectorielles (ATS) ayant participé à la démarche de planification

Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand du Québec (AATGQ)

Association du tourisme religieux et spirituel du Québec (ATRSQ)

Association des stations de ski du Québec (ASSQ)

Association hôtellerie Québec (AHQ)

Association québécoise des spas (AQS)

Aventure écotourisme Québec (AEQ)

Camping Québec

Événements attractions Québec (EAQ)

Sociétés des musées québécois

Société du réseau Économusée (SRE)

Destination gourmande

Le Plan de développement et commercialisation du tourisme gourmand est issu du Plan de développement en tourisme gourmand élaboré en partenariat avec le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE). Il a pour objectif de poursuivre le développement et accroître le rayonnement du tourisme gourmand dans la région et de positionner les Cantons-de-l'Est comme destination gourmande majeure au Québec.

Réalisations majeures

→ Brasseurs des Cantons

- Accroissement du nombre de microbrasseries participantes par l'ajout d'une nouvelle microbrasserie
- Réédition de la carte des Brasseurs des Cantons
- Mise en marché d'une caisse de 12 bières variées à l'image de Brasseurs des Cantons. Les consommateurs sélectionnent eux-mêmes la composition de leur caisse. Trente (30) microbrasseries des Cantons-de-l'Est sont mises en valeur par cette initiative. À ce jour, plus de 100 caisses ont été vendues.

→ Têtes fromagères

Rédition de la carte des Têtes fromagères - 14 au total

→ Expérience client en agrotourisme

Un programme d'accompagnement des entreprises agrotouristiques sur l'expérience client a été mis en place. Cet accompagnement a permis aux entreprises participantes d'avoir un diagnostic personnalisé et un plan d'action pour améliorer leurs processus d'affaire et ainsi une expérience client améliorée. Une première cohorte de sept entreprises a été formée en 2022.

Développement et structuration de la destination gourmande



Des marques et des signatures qui distinguent l'offre gourmande des Cantons-de-l'Est



CRÉATEURS DE SAVEURS

176 entreprises producteurs et transformateurs

Initiée par le Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE), Créateurs de saveurs Cantons-de-l'Est est la certification des produits agroalimentaires cultivés, transformés ou cuisinés dans les Cantons-de-l'Est.

CAFÉS DE VILLAGE

18 cafés

Les Cafés de village sont des lieux où se rassemblent résidents et visiteurs, et où on profite d'une cuisine mettant en valeur les produits locaux du coin. Ils sont profondément ancrés dans l'identité des villages et constituent une composante essentielle du tissu social et de l'attrait touristique de chacun d'eux. Les Cafés de village sont membres de Tourisme Cantons-de-l'Est.

BRASSEURS DES CANTONS

30 microbrasseries

Brasseurs des Cantons regroupe les microbrasseries des Cantons-de-l'Est souhaitant faciliter la découverte de l'industrie brassicole. Chacune des microbrasseries participantes possède une personnalité bien à elle. Les microbrasseries Brasseurs des Cantons sont membres de Tourisme Cantons-de-l'Est.

SOUVENIRS DE CUEILLETTE

50 entreprises agrotouristiques

Souvenirs de cueillette regroupe les entreprises agrotouristiques offrant l'opportunité d'expérimenter la cueillette. Le calendrier de cueillette s'étalant de juin à décembre, permettant un éventail de produits en débutant par les petits fruits et se terminant par les sapins.

TÊTES FROMAGÈRES

14 artisans fromagers

Les Têtes fromagères regroupe les artisans fromagers des Cantons-de-l'Est qui mettent tout leur cœur et leur talent dans les produits qu'ils fabriquent. Les artisans fromagers Têtes fromagères sont membres de Tourisme Cantons-de-l'Est.

Destination plein air

Tourisme Cantons-de-l'Est et Conseil Sport Loisir de l'Estrie travaillent de concert à la mise en œuvre du Plan régional de développement du plein air 2020-2024. Ce plan s'inscrit dans un contexte où la pratique du plein air chez toutes les clientèles est en forte croissance et où les politiques et les programmes de développement sont au rendez-vous. Ce plan a donc pour objectif de consolider les Cantons-de-l'Est comme une destination plein air de choix.

Réalisations majeures

- Consolidation de quatre centres de prêt d'équipement de plein air gratuit, soit Mont-Ham, Zec Louise-Gosford, Parc de la Gorge de Coaticook et Sentiers de l'Estrie
- Partage de connaissances sur les impacts sociaux et économiques du plein air

Bienvenue Randonneurs

Bienvenue Randonneurs est une certification pour les lieux d'hébergement offrant des services adaptés aux attentes de la clientèle pratiquant la randonnée pédestre.

- 26 lieux d'hébergement sont certifiés

Bienvenue cyclistes

Bienvenue cyclistes est une certification pour les lieux d'hébergement offrant un accueil et des services adaptés aux besoins de la clientèle pratiquant le vélo.

- 53 lieux d'hébergement sont certifiés

Destination vélo

Tourisme Cantons-de-l'Est travaille de concert avec les intervenants de la région dans le but d'implanter une culture vélo et de structurer une expérience cycliste de calibre international pour répondre aux besoins des diverses clientèles. La région des Cantons-de-l'Est est une destination vélo de choix au Québec.

Réalisations majeures

- Embauche d'une ressource spécialisée en cyclisme pour soutenir le développement des projets cyclistes sur le territoire
- Élaboration du Plan directeur du vélo de montagne des Cantons-de-l'Est. Ce plan vise à positionner les Cantons-de-l'Est comme destination de vélo de montagne et à mettre en place des mesures permettant de développer une culture de vélo de montagne identitaire à la région
- Amélioration de l'offre de service pour l'accueil de la clientèle cycliste
- Régionalisation de l'initiative *Fièremment Vélo!* qui est maintenant offerte dans 6 territoires de MRC
- Tenue du Forum régional de vélo 2023 qui a regroupé plus de 80 intervenants
- Organisation d'une étape des Grands prix de cyclisme dans les Cantons-de-l'Est a reçu l'aval des instances régionales. L'Union cycliste internationale (UCI) annoncera à l'été son calendrier 2024

Cœurs villageois

La certification Cœurs villageois a été mise en œuvre en 2015 par Tourisme Cantons-de-l'Est et a pour but d'accompagner des municipalités dans leur accueil des visiteurs et leur mise en tourisme. La démarche, qui s'apparente à une planification stratégique orientée vers l'accueil touristique, est menée par des comités locaux de citoyens soutenus par la municipalité.

Actuellement, 12 villages et villes des Cantons-de-l'Est ont la certification « Cœurs villageois ». Ils ont développé une identité forte et une expérience unique pour les visiteurs. Le village de Richmond est actuellement en démarche d'accompagnement pour la certification.

Développement de Cœurs villageois hors Cantons-de-l'Est

À la demande de deux MRC, soit celle de Bellechasse-Etchemin suivie par celle de Lotbinière, TCE a permis d'étendre la certification et l'accompagnement de d'autres villages.

Tournée des comités Cœurs villageois

Une tournée pour rencontrer tous les comités Cœurs villageois et conseils municipaux a été réalisée au cours de l'année 2022 pour faire une mise à jour des démarches entreprises depuis 2015. Cette opération aura permis à plusieurs nouveaux élus de comprendre mieux le concept et d'évaluer les besoins d'accompagnement.

Journée du réseau des Cœurs villageois

- Le 8 novembre 2022 avait lieu cette rencontre à Cookshire-Eaton : un atelier-conférence portant sur la culture comme outil de développement des territoires faisait partie de la programmation.
- Échanges sur la réalisation de trois projets
 - La maison des Vins de Dunham
 - Réorganisation du bureau d'accueil de Lambton
 - Initiatives culturelles de Cookshire-Eaton

Un réseau Cœurs villageois animé!

Les rencontres mensuelles du réseau auxquelles assistent la grande majorité des représentants des Cœurs villageois sont très appréciées et permettent de réaliser un plan d'action ainsi que de faire naître des projets collectifs tels que :

- Place publique hivernale, un concept d'aménagement unique à chacun avec thématique commune. La première a été construite à Cookshire-Eaton.
- Un projet d'implantation de bornes électriques pour vélo avec équipement et casiers est en phase de financement pour six Cœurs villageois. Les villages impliqués sont Cookshire-Eaton, Coaticook, Eastman, Dunham, Lambton et Waterloo. Saint-Adrien s'ajoute à la démarche.
- Un diagnostic de la participation et mobilisation citoyenne a été réalisé par Laurie Plourde dans le cadre d'un essai-intervention de la maîtrise en Administration, en management public et développement local de l'Université de Sherbrooke. Outre une analyse théorique, elle a réalisé neuf entrevues avec différents partenaires des Cœurs villageois. Cela, dans le but de dégager des recommandations pour améliorer la participation et la mobilisation citoyenne.

Un tête-à-tête avec la ministre du Tourisme, Caroline Proulx

Le 24 janvier 2023, la ministre du Tourisme, Caroline Proulx, a rencontré en privé les ambassadeurs de quelques représentants des Cœurs villageois dont ceux de Cookshire-Eaton, Waterloo, Eastman, Piopolis ainsi qu'une représentante de la MRC du Haut-Saint-François. Cette rencontre a permis à la ministre et à son équipe de bien saisir la démarche d'accompagnement et les effets de levier et de structuration en région de ce projet novateur.

Programmes d'aide financière

Les deux paliers de gouvernement ont mis en place diverses mesures d'aide pour contrer les effets de la pandémie et stimuler l'investissement touristique.

Nous aurons accompagné plus d'une cinquantaine d'entreprises touristiques afin de les orienter vers les bons programmes et ressources pertinentes.

Entente de partenariat régionale et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) 2022-2025

Le fonds de développement de l'offre régionale a été renouvelé avec le ministère du Tourisme (MTO). Avec des investissements respectifs de 1,15 M\$ de TCE et de 1,7 M\$ du MTO, c'est plus de 2,5 M\$ qui seront disponibles en subvention pour le développement de l'offre régionale et pour le développement numérique des entreprises.

Deux appels de projets se sont tenus cette année, à l'automne et au printemps. Le premier appel a permis de supporter six projets de développement de l'offre et six projets de développement numérique. Les projets du deuxième appel sont en cours d'analyse.

		1 ^{er} appel 2022	2 ^e appel 2023
Développement de l'offre touristique	Nombre de projets subventionnés	6	En cours
	Montant de subventions	309 817 \$	En cours
	Investissements totaux des projets subventionnés	1 553 595 \$	En cours
Développement numérique des entreprises	Nombre de projets subventionnés	6	En cours
	Montant de subventions	98 445 \$	En cours
	Investissements totaux des projets subventionnés	324 910 \$	En cours

Annexe

Membres des comités 2022-2023

Comité régional de la politique d'accueil

Colette Baert / Tourisme Memphrémagog
Bruno Bélisle / BAT de North Hatley
Aymeric Blassiaux / BIT Bromont
France Breton et Anne Pouleur / BAT Frelighsburg
Louis Carignan et Laurent Frey / BAT du Pays de l'Ardoise
Maria Cordaro / BAT Lac-Brome
Catherine Demange et Jean-François Ruel / SDE Granit
Noémie Denicourt et Marie-Ève Poirier / BAT Waterloo
David Fournier et Étienne Bouchard / BAT East Angus
Philippe Goyette / BAT Cowansville
Danielle Jobin / BIT Memphrémagog
Marie-Jo Labrecque et Guylaine Rouleau / Municipalité de Lambton
Véronique Pelletier / MRC des Sources
Ève Sano-Gélinas / BAT de Dunham
Valérie Thérien / Municipalité Canton de Potton
Hélène Vandenberghé et Sabrina Blouin / Destination Sherbrooke
Heidi Vanha et Jennifer Davidson / CDE Sutton
Audrey Vendette et Hélène Plante / Commerce Tourisme Granby région

Communauté de pratiques ressources humaines

Karine Beaudoin et Lucie St-Arnaud / Zoo de Granby
Véronique Corriveau / ressource spécialisée en RH
et MRC Memphrémagog
Marie-Claude Déry / Domaine Château-Bromont
Claude Dubé / Owl's Head
Mélanie Fortier / Bromont, montagne d'expériences
Michelle-Andrée Girard / Le Vertendre
Marie-Eve Gagné / Hôtel Le Castel
Josée Gollain / Mont Orford
Caroline Houle et Françoise Parent / Orford Musique
Sophie Jacques / SPA Eastman
Marie-Claude Lavallière / Mont Sutton
Nicolas Legris / PAL + (Escapades Memphrémagog)
Odette Lemaire / Abbaye St-Benoit-du-Lac
Mélicha Vachon / Jouvence

Comité marketing

Vanessa Barrat / Tourisme Cantons-de-l'Est
Hélène Bienvenue / Zoo de Granby
Lynn Blouin / Destination Sherbrooke
Julie Desmarais / Tourisme Cantons-de-l'Est
Karine Guilbault / Tourisme Cantons-de-l'Est
Annie Langevin / Tourisme Cantons-de-l'Est
Gilbert Lemieux / Domaine Château-Bromont
Line Ricard / ESG UQAM
Caroline Sage / Présidente, Tourisme Cantons-de-l'Est
et Parc de la Gorge de Coaticook
Julie Zeitlinger et Jeremy Fontana / Au Diable Vert, station de montagne

Comité affaires et congrès

Catherine Arguin et Hélène Chagnon / Destination Sherbrooke
Marie-Claude Carrier / Tourisme Cantons-de-l'Est
Julie Desmarais / Tourisme Cantons-de-l'Est
Danielle Godin / Ripplecove Hôtel & Spa
Julie Grenier / Pal +
Lyne Morissette / Hôtel Chéribourg et Hôtel Manoir des Sables
Caroline Synnott / Hôtel Château-Bromont
Hugo Veilleux / La Petite Auberge de Jouvence

Table régionale vélo

Colette Baert / Tourisme Memphrémagog
Christine Baron / Conseil Sport Loisir de l'Estrie
Guylaine Beaudoin / CLD Brome-Missisquoi
Véronick Beaumont / MRC Haut-Saint-François
Marie-Georges Bélanger / Parc national du Mont-Mégantic
Stéphanie Boisvert / MRC Coaticook
Agathe Boudreault-Beaucage / MRC Val-Saint-François
Nathalie Bourgeois / Ville de Sherbrooke
Jacynthe Caron / Conseil régional de l'environnement de l'Estrie
Mélanie Désautels / MRC Memphrémagog
Julie Desmarais / Tourisme Cantons-de-l'Est
Nadia Fredette / Conseil Sport Loisir de l'Estrie
Dany Gareau / Parc national du Mont-Mégantic
Karine Guilbault / Tourisme Cantons-de-l'Est
Danielle Jean / MRC Haut-Saint-François
Marie-Josée Laforge / MRC Val-Saint-François
Annie Langevin / Tourisme Cantons-de-l'Est
Lucie Lanteigne / Consultante
Johanie Laverdière / MRC des Sources
Nicolas Legault / Centre national de cyclisme de Bromont
Éric Lessard / Parc national de Frontenac
Brigitte Marchand / Parc national du Mont-Orford
Joanna Mc Seffar / MTQ
Stéphane Morin / Parc national de la Yamaska
Hélène Plante / Commerce Tourisme Granby région
Dominique Provost / MRC Haut-Saint-François
François Roberge / Tourisme Cantons-de-l'Est
Jean-François Ruel / MRC du Granit
Annie Turcot / CARTHU, MRC Haute-Yamaska
Hélène Vandenberghe / Destination Sherbrooke
Poste vacant / MRC des Sources

Comité vélo de montagne

Guylaine Beaudoin / CLD Brome-Missisquoi
Stéphanie Boisvert / MRC Coaticook
Agathe Boudreault-Beaucage
(remplacement de Marie-Josée Laforge) / MRC du Val-Saint-François
Myriam D'Auteuil / Conseil Sport Loisir de l'Estrie
Julie Desmarais / Tourisme Cantons-de-l'Est
Marie-Pierre Hamel / Haut-Saint-François
Lucie Lanteigne / Tourisme Cantons-de-l'Est
Nicolas Legault / Centre national de cyclisme de Bromont
Brigitte Marchand / Parc national du Mont-Orford
Hélène Vandenberghe / Destination Sherbrooke
Aurore Vincent et François Roberge / Tourisme Cantons-de-l'Est

Comité pilotage développement durable

Denis Beauchamp / CLD Brome-Missisquoi
Lynn Bourassa / MAPAQ-Estrie
Jacynthe Caron / Conseil régional environnement de l'Estrie
Vanessa Cournoyer-Cyr / Vision attractivité
Jocelyna Dubuc / Spa Eastman
Dany Gareau / Parc national du Mont-Mégantic
William Hogg / Destination Sherbrooke
Martin Lavoie / Centre de villégiature Jouvence
Pierre Mino / Conseil de la culture de l'Estrie
Jean-François Ruel / SDE Granit
Daniela Severin / Bromont, montagne d'expériences
Annie Langevin / Tourisme Cantons-de-l'Est
François Roberge / Tourisme Cantons-de-l'Est

Merci à nos partenaires gouvernementaux de contribuer à l'essor de l'industrie touristique des Cantons-de-l'Est.

Ministère du Tourisme



Fonds régions et ruralité (FRR)



Services Québec



Développement économique Canada
pour les régions du Québec

Emploi Canada



TOURISME CANTONS-DE-L'EST
20, RUE DON-BOSCO SUD
SHERBROOKE
J1L 1W4

CANTONSDELEST.COM