



DESTINATION Beauce

RAPPORT GÉNÉRAL ANNUEL 2024

Destination Beauce

AVEC FIERTÉ

DB

MAI 2024

MOT DU PRÉSIDENT

Chers partenaires, membres et amis de la Beauce,



C'est avec une immense fierté que je vous présente le rapport annuel de Destination Beauce, une vitrine de notre engagement collectif pour faire rayonner notre magnifique région.

L'année écoulée a été marquée par des défis, mais surtout par des avancées significatives dans la promotion de la Beauce comme destination touristique distinctive, authentique et chaleureuse. Cette réussite est avant tout le fruit d'un travail d'équipe remarquable.

Je tiens à souligner l'implication précieuse de notre conseil d'administration, dont la vision, la rigueur et le dévouement ont été des leviers clés dans nos prises de décision. Leur appui stratégique nous a permis de naviguer avec confiance, tout en gardant notre mission bien ancrée : promouvoir le tourisme et les activités touristiques dans la région de la Beauce et ses environs.

Je remercie également notre équipe dévouée, qui travaille avec passion et créativité pour faire briller la Beauce ici et ailleurs. Leur dynamisme, leur professionnalisme et leur amour du territoire sont palpables dans chaque projet mené.

À vous, nos membres, partenaires, collaborateurs et ambassadeurs, je vous adresse toute ma reconnaissance. Vous êtes les piliers de notre réseau, et c'est grâce à votre contribution que nous bâtissons, jour après jour, une destination forte, accueillante et inspirante.

La Beauce est reconnue pour son audace, sa solidarité et son identité bien à elle. En misant sur ce qui nous distingue, nous avons su bâtir un modèle touristique à échelle humaine, ancré dans nos valeurs et tourné vers l'avenir.

Merci de faire partie de cette belle aventure. Continuons ensemble à faire de la Beauce une destination où l'on revient toujours avec le sourire.

Avec reconnaissance et fierté beauceronne,

René Leduc,
Président de Destination Beauce et
représentant de la MRC Beauce-Centre

Les administrateurs 2024, de gauche à droite :

Mireille Vézina (Hôtel et Centre de Congrès le Georgesville), Emmanuelle Grenier (Le Forgeron d'Or), Marie-Ève Poulin (NRJ Spa Nordique), René Leduc (MRC Beauce-Centre), Nick Fortin (Fromagerie la Pépîte d'Or), Gaétan Vachon (MRC Nouvelle-Beauce), François Morin (MRC Beauce-Sartigan). Absents sur la photo : Claudia Poulin (Woodooliparc) et Jean-Yves Goulet (Bleuetière Goulet)



MAI 2025

MOT DE LA DIRECTRICE



De la réalisation à l'évolution !

L'année qui s'achève aura été marquée par des accomplissements majeurs qui méritent d'être soulignés avec fierté. Après près de sept ans d'efforts, de détermination et de collaboration, nous avons complété le projet d'envergure de la Route de la Beauce qui représente bien plus qu'un simple aboutissement : il incarne notre vision à long terme, notre engagement envers notre milieu et notre capacité à concrétiser des ambitions collectives.

Par ailleurs, soucieux de placer l'humain au cœur de notre développement, nous avons officialisé cette année une politique de gestion des ressources humaines structurée et porteuse. Cette démarche marque notre volonté d'offrir à nos équipes un cadre de travail équitable, mobilisateur et orienté vers l'épanouissement professionnel. C'est une étape essentielle pour assurer la pérennité de notre mission et renforcer notre culture organisationnelle.

Dans un contexte politique marqué par l'incertitude, il est plus que jamais essentiel de maintenir le cap. Nous réaffirmons avec confiance notre rôle actif dans le développement touristique de notre région, convaincus que notre capacité d'adaptation, notre ancrage local et notre vision à long terme sauront traverser les changements avec sérénité et pertinence. Nous amorcerons sous peu une importante démarche de planification stratégique qui guidera notre action pour les prochaines années. Une politique de développement durable viendra également s'ajouter à notre cadre organisationnel, afin d'inscrire nos actions dans une perspective encore plus responsable et tournée vers l'avenir. Enfin, de nouvelles embauches sont venues renforcer l'équipe en fin d'année, injectant un vent de fraîcheur, de nouvelles idées et de l'élan pour relever les défis à venir.

Ces réalisations, aussi ambitieuses soient-elles, ne sont possibles que grâce à l'engagement indéfectible de nos employés, au soutien précieux de notre conseil d'administration et à la collaboration de nos partenaires. À chacun d'entre vous, nous adressons nos plus sincères remerciements.

Marie-Émilie Slater Grenon, Directrice du développement touristique

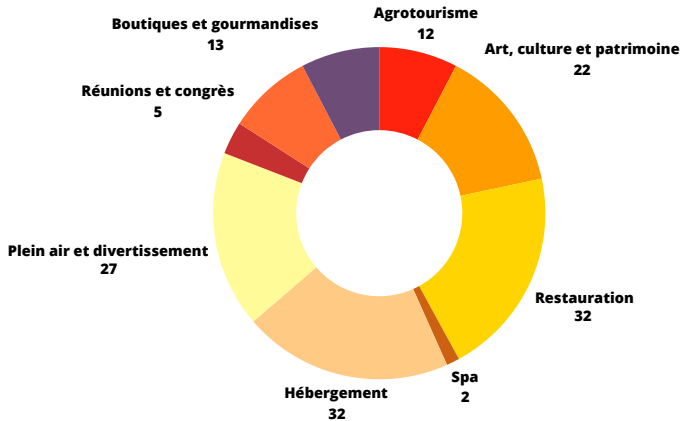
Mon équipe :

Karen Montembeault, agente de communication et marketing;
Slavka Côté-Claveau, agente de développement touristique;
Kim Trépanier, agente d'accueil et communication;
Meggan Leblond, préposée à l'accueil touristique.



ALLIÉS

Nos 157 ALLIÉS par secteur d'activités



AGA et Lancement de saison touristique – Camping Luciole – St-Philibert

Nouveaux ALLIÉS 2024

Destination Beauce a accueilli **de nouveau ou pour la première fois** dans ses troupes en 2024, 26 entreprises ou Festivals touristiques. Les administrateurs souhaitent la bienvenue aux nouveaux ALLIÉS. Il est à noter que les Festivals et événements touristiques avaient été retirés du décompte des dernières années vue l'incertitude de ce secteur d'activité.

Le réseau Destination Beauce

- 161 752\$ investis en promotion en 2024;
- + de 3,7 millions de personnes atteintes sur notre page FB en 2024 (+52%);
- + de 63 000 personnes atteintes sur notre IG en 2024 (-46%);
- Carte touristique 2024 distribuée en 20 000 copies;
- 2 activités de réseautage 5 à 7 festifs où sont inscrites une quarantaine d'entreprises;
- 1 tournée de familiarisation pour les ALLIÉS
- 1 soirée remise de prix : Le Noël du Tourisme
- 1 bureau d'information touristique moderne et central;



Finalistes aux Prix d'Excellence en Tourisme 2024 – Catégorie Innovation et développement de l'offre touristique – projet de plus de 100 000\$ pour la Route de la Beauce en compagnie de la gang de TCA eux aussi finalistes ! Bravo la Chaudière-Appalaches pour ces nominations !

Nos objectifs gestion 2021-2024

- Augmentation de 5% par année de la part du milieu en 2022-24;
- Augmentation du nombre d'ALLIÉS de 5% par année;
- Augmentation du taux de participation aux activités de réseautage et aux formations.



Lors du lancement de AirWoodooli – Juin 2024

COMMUNICATION ET PROMOTION

Investissements

	2020	2021	2022	2023	2024*
Investissement total	115 184\$	115 144\$	115 547\$	146 299\$	161 752\$
Taux de participation <small>*basé sur le recensement 2024 des entreprises touristiques</small>	N/A	27%	29%	21%	29%
Nombre d'entreprises différentes participantes	N/A	+/- 56	+/- 55	+/- 57	+/- 48
Nombre d'entreprises participantes	N/A	+/- 98	+/- 136	+/- 103	+/- 75



5 à 7 festif 2024 – Mini Golf La Mine D'Or – Beauceville

La promotion

- 1 événement promotionnel : la Semaine de l'érable;
- 4 campagnes promotionnelles;
- 1 campagne de notoriété annuelle;
- 5 participations à des salons (vélo, moto, etc.) en concertation avec les autres offices de la Chaudière–Appalaches;
- Augmentation de 7% de l'adhésion sur FB;
- Augmentation de 3% de l'adhésion sur Instagram;
- 54 350\$ en promotion avec TCA (Investissement de 31 925\$ par Destination Beauce et bonification de 22 425\$ par TCA);
- Site web : plus de 206 000 pages vues en 2024**.

*La révision des modes et du nombre de campagnes justifie ces données. (voir section investissement du milieu dans EFS 2024 – en augmentation)

**2024 entrée en vigueur de la nouvelle loi 25 protégeant la confidentialité des données.



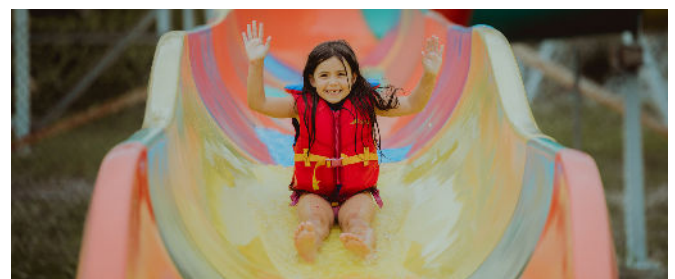
Lancement Anekdote – Viva Cellules d'affaires vertes – Sainte-Marie

Les communications

- Envoi de la brochure de cadeaux corporatifs à +/- 50 clubs sociaux de la région pour les inciter à l'achat local à l'automne;
- Envoi de la brochure des offres aux camps de jours à +/- 40 municipalités de la Chaudière–Appalaches;
- Campagne de recrutement vidéo dynamique et novatrice;

Nos objectifs communication et promotion 2021-2024

- Population plus ambassadrice (augmenter le nombre de formation en accueil touristique, l'achalandage de nos médias sociaux et la participation aux activités promotionnelles);
- Augmentation de la notoriété de l'offre touristique auprès des Beauceurons;
- Augmentation du nombre de dossiers de candidature au concours en innovation touristique;
- Augmentation de la couverture médiatique touristique de la région;
- Maintien du taux de l'occupation hôtelière, de Camping Québec et de Tourisme Affaires Québec en 2021 (comparable à 2019) et augmentation de 5% par année 2022-2024;
- Doter la région de bornes de comptage sur la Véloroute et colliger l'information à des fins statistiques.



ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE

Les visiteurs	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Bureau de Sainte-Marie	3603 visiteurs	2186 visiteurs	3034 visiteurs	1712 visiteurs	1710 visiteurs	1679 visiteurs
Bureau de Saint-Georges	838 visiteurs	488 visiteurs	1082 visiteurs	914 visiteurs	576 visiteurs	Fermeture définitive
Total	4441 visiteurs	2674 visiteurs	4116 visiteurs	2626 visiteurs	2286 visiteurs	1679 visiteurs

*Selon les données recueillies annuellement du 19/06 au 06/09



Les outils et les mesures

- Carte touristique imprimée et distribuée à 20 000 exemplaires;
- 1 bureau d'information touristique régional;
- Sondage de la performance - Été 2024 par TCA;
- Création et embauche d'une nouvelle ressource dédiée aux communications et l'accueil touristique via des mesures de formations soutenues.

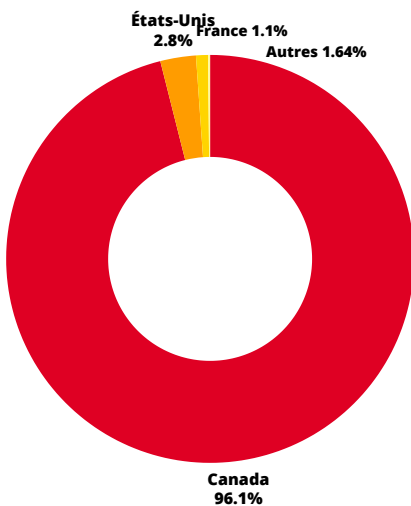


Nos objectifs accueil et information touristique

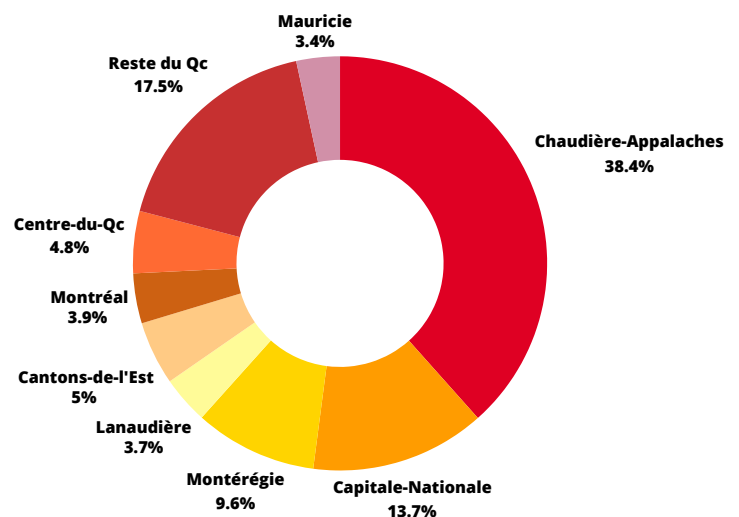
- Augmentation du taux de satisfaction des entreprises touristiques (sondage lors du renouvellement ALLIÉS);
- Amélioration du taux de satisfaction des visiteurs (sondage aux lieux d'accueil touristique et dans les entreprises);
- Augmenter le nombre de personnes formées en accueil sur le territoire de 5% par année.

Les données de provenance

Provenance de la clientèle

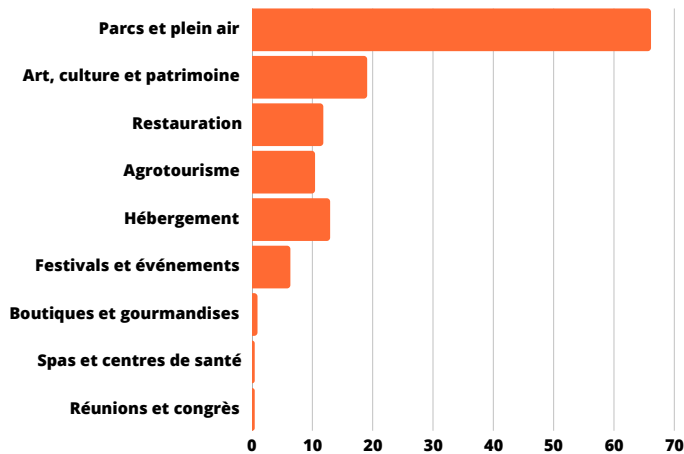


Provenance de la clientèle du Québec



ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE (SUITE)

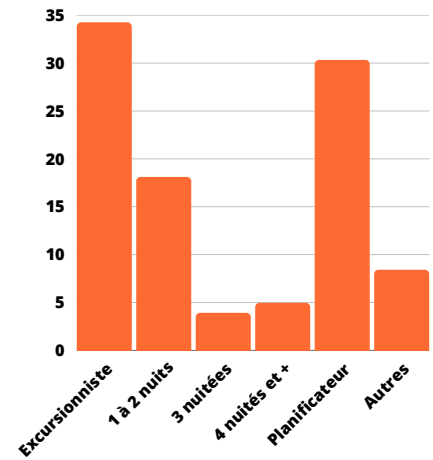
Activités recherchées



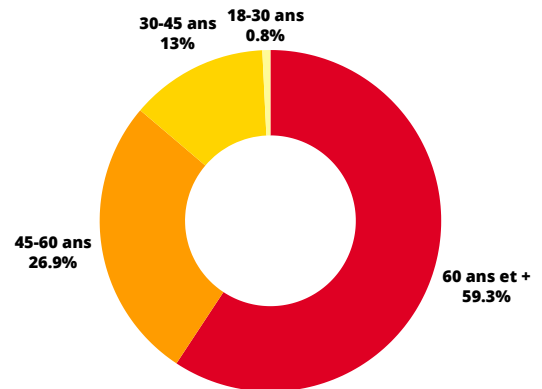
Achalancement touristique global

Selon le sondage de performance mené par Tourisme Chaudière-Appalaches pour la période du 1^{er} juin au 30 septembre 2024 (169 entreprises répondantes), la saison touristique estivale semble avoir été positive pour la majorité des entreprises touristiques de la Chaudière-Appalaches. Plus de 64% des entreprises ont connu une situation à la hausse ou identique à 2023 (qui fut une année record pour beaucoup d'entre eux). 29% des entreprises ont vu une baisse de leur achalandage. Les principales raisons mentionnées pour la baisse d'achalandage demeurent la température incertaine et la situation économique. On constate que la clientèle tarde à arriver en juillet, ce qui en fait la période la plus touchée par la baisse d'achalandage. Contrairement à 2023, septembre n'a pas enregistré de hausse cette année, alors qu'il avait été exceptionnel l'an dernier.

Durée du séjour



Tranche d'âge estimée par visiteur dans les bureaux d'information touristique



Accueil de groupes, congrès & salons

En 2024, Destination Beauce a accompagné 12 groupes dans la région en plus de créer 60 plans personnalisés à des organisateurs de voyages. En 2023 nous avons accompagné 7 groupes dans la région et créé 45 plans personnalisés. L'équipe n'a pas participé à Bienvenue Québec 2024, mais a tout de même entretenu et relancé les contacts tissés au fil des ans. Nous avons également reçu l'équipe de Voyage Plein Soleil pour une tournée de familiarisation de 3 jours qui s'est concrétisée par plus de 10 itinéraires dans la région en 2025 par cette agence !

Grâce à un grand projet de concertation régional, Destination Beauce peut participer à différents salons à moindre coûts en utilisant également moins d'effectifs dans l'équipe. En effet, chaque secteur de la Chaudière-Appalaches se partage les coûts et plages horaires de différents événements. Salon moto, salon vélo de Québec et Montréal, salon du VR, etc., ne sont que quelques exemples des clientèles et produits qui ont été offerts aux visiteurs de ces salons pour faire rayonner l'offre touristique de la région dans ces secteurs d'activités ou secteurs liés.

SOUTIEN AUX ENTREPRISES

Quelques-unes de nos implications

- Participation à différents comités sectoriels, formations, consultatifs;
- Accompagnement des promoteurs et la mise à profit de notre ample réseau de contacts;
- Création d'outils communicationnels facilitants (communiqués de presse, déroulement, etc.) disponibles pour les ALLIÉS.

Les lauréats

Ci-dessous, les représentants du Woodooliparc, lauréats du prix Tape dans l'dos de Destination Beauce lors du Concours en innovation 2024. Également, André et Lisa des Amants de la Scène se sont aussi vu remettre le prix de ses pairs pour le projet de Festival d'Été de Saint-Georges. FÉLICITATIONS !

Le concours en innovation se veut une façon de souligner le travail exceptionnel des gens d'ici, qui par leur passion et leur expertise propulsent toujours davantage la destination touristique de la Beauce ! Merci à tous pour votre excellent travail.

Des projets porteurs et inspirants

- Implication soutenue de la part de l'équipe à différents comités techniques pour la candidature de St-Georges aux Jeux du Québec;
- Participation aux projets signatures de la MRC Beauce-Sartigan et MRC Nouvelle-Beauce;
- Tournée inspirationnelle dans la région du Centre-du-Québec (Nicolet et environ) par l'équipe DB;

Nos objectifs soutien aux entreprises 2021-2024

- Mobilisation des entreprises touristiques autour des comités sectoriels;
- Développer un produit touristique en lien avec le marché du vélo.



Lauréat du Concours innovation 2024 à gauche : L'équipe des Amants de la Scène représentée par Lisa et André
 Lauréats du prix Tape dans l'dos de Destination Beauce (à droite): L'équipe du Woodooliparc représentée par Claudia et Alexandre

