

PETITS LIEUX, GRANDES DÉCOUVERTES  
PAR CEUX QUI L'HABITENT

DESTINATION BEAUCE

ROUTE DE LA BEAUCE ET LES MIRACLES BEAUCERONS

DESTINATION GASPÉ

REVITALISATION DE RIVIÈRE-AU-RENARD

DESTINATION GASPÉ

TOURNÉE DE FAMILIARISATION TOURISTIQUE

RAPPORT GÉNÉRAL ANNUEL 2025

DESTINATION GASPÉ

ACCUEIL DES CROISIÈRES HIVERNALES  
SAINT-LAURENT

PHRÉMAGOC

ATRO MRC DE ME



**Destination Beauce**

**DIGNE DE MENTION**

**DB**

MAI 2026

# MOT DU PRÉSIDENT



Chers partenaires, membres et amis de Destination Beauce,

C'est avec beaucoup de fierté que je vous présente ce rapport annuel, reflet d'une année marquée par l'engagement, la collaboration et une volonté commune de faire rayonner notre région.

La Beauce se distingue par son énergie, son audace et, surtout, par la force de sa cohésion régionale. Plus que jamais, nous avons su travailler ensemble – acteurs touristiques, municipalités, entreprises et organismes – afin d'offrir une expérience authentique et rassembleuse à nos visiteurs. Cette synergie est notre plus grande richesse et constitue un levier essentiel pour le développement durable et structuré de notre destination.

Je tiens également à souligner l'apport précieux de mon prédécesseur M. René Leduc, dont le dévouement a profondément marqué notre organisation; son héritage continuera d'inspirer nos actions.

Au cours de la dernière année, nous avons poursuivi nos efforts pour innover, adapter notre offre et renforcer notre positionnement, tout en demeurant fidèles à ce qui fait l'âme de la Beauce : son accueil chaleureux et son esprit entrepreneurial.

Je remercie sincèrement l'ensemble de nos partenaires pour leur confiance et leur implication. Ensemble, nous continuerons de bâtir une destination forte, cohérente et attractive.

Bonne lecture,

Avec reconnaissance et fierté beauceronne,

**Olivier Dumais,**  
**Président de Destination Beauce et**  
**représentant de la MRC de la Nouvelle-Beauce**

Les administrateurs 2025, de gauche à droite :

Gaétan Vachon (MRC Nouvelle-Beauce), François Morin (MRC Beauce-Sartigan), Jean-Yves Goulet (Bleuetière Goulet), Nick Fortin (Fromagerie la Pépète d'Or), Emmanuelle Grenier (Le Forgeron d'Or), Mireille Vézina (Hôtel et Centre de Congrès le Georgesville), Marie-Ève Poulin (Sartiga Spa sur le Lac), Vanessa Breton (Viva Cellules d'affaires vertes), René Leduc (MRC Beauce-Centre).

Les nouveaux administrateurs 2025 (suite aux élections automne 2025), de gauche à droite :

Manon Bougie (MRC Beauce-Sartigan), Marie-Émilie Slater Grenon (directrice du développement de Destination Beauce), Olivier Dumais (MRC de la Nouvelle-Beauce) et Jonathan V. Bolduc (MRC Beauce-Centre).



MAI 2026

## MOT DE LA DIRECTRICE

### Digne de mention !



L'année qui vient de s'écouler restera, sans contredit, une année marquante pour Destination Beauce. Au cours des derniers mois, notre organisation a poursuivi sa progression avec rigueur et ambition, dans un contexte où le tourisme évolue rapidement et où les attentes des visiteurs se transforment. Le dépôt de notre planification stratégique 2025–2030 nous guide désormais vers une approche collaborative, durable et ancrée dans l'identité beauceronne. Cette vision nous permet non seulement de répondre aux réalités actuelles, mais également de nous positionner avec confiance pour l'avenir. Plus que jamais, la Beauce est appelée à se démarquer par son authenticité, la qualité de son accueil et la richesse de son offre – « comme un Beauceron » sait le faire.

Cette année a également été ponctuée de reconnaissances significatives. Destination Beauce a eu l'honneur d'être lauréat OR aux Prix Azimut, en plus de souligner une nomination à titre de gestionnaire de l'année aux Prix Excellence en tourisme ainsi que l'attribution de la Médaille du couronnement du roi Charles III. Ces distinctions témoignent de la qualité du travail accompli et de la force de notre écosystème.

Au-delà de ces honneurs, c'est surtout la mobilisation de notre milieu qui mérite d'être mise en lumière. Partenaires, entreprises et collaborateurs contribuent chaque jour à faire évoluer notre destination et à enrichir l'expérience offerte aux visiteurs. Cette synergie est au cœur de notre développement.

Je souhaite également rendre un hommage sincère à Monsieur Leduc. Son engagement, sa vision et son dévouement envers notre organisation et la région auront laissé une empreinte durable.

Enfin, il importe de souligner le travail remarquable de notre équipe, de notre conseil d'administration et de l'ensemble de nos partenaires. Leur engagement constant permet à Destination Beauce de continuer à évoluer, à innover et à se distinguer.

Si cette année est digne de mention, c'est parce qu'elle confirme une chose essentielle : la Beauce avance, se distingue et s'affirme avec confiance.

Et surtout, que le meilleur reste à venir.

**Marie-Émilie Slater Grenon,**  
**Directrice du développement touristique**

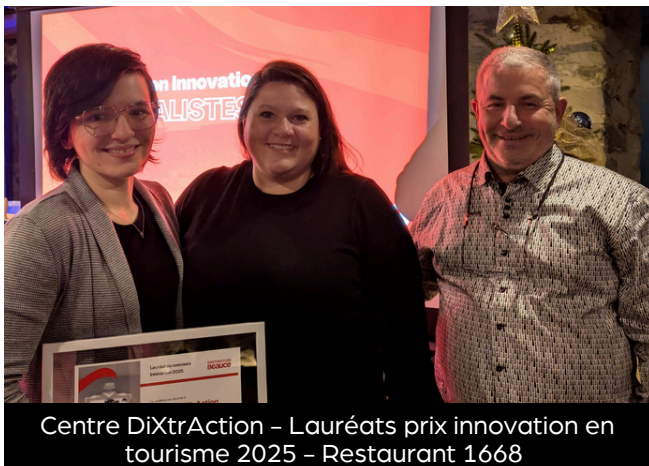
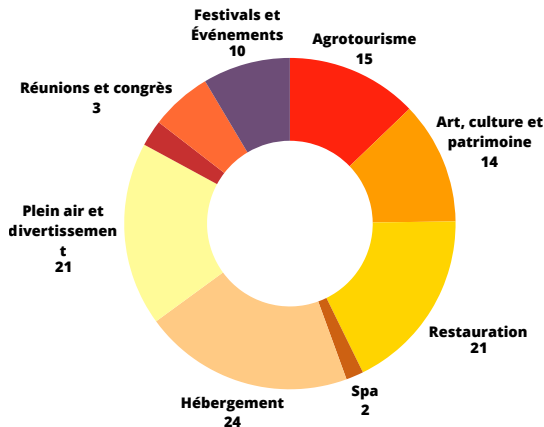
Mon équipe :

Karen Montembeault + 1/2, agente de communication et marketing;  
Marie-Eve Lacasse, agente de communication et marketing par interim;  
Kim Trépanier, agente d'accueil et communication;  
Meggan Leblond, Agente de développement touristique  
(entrée en poste juillet 2026).



# ALLIÉS

Nos 117 ALLIÉS par secteur d'activités



Centre DiXtrAction – Lauréats prix innovation en tourisme 2025 – Restaurant 1668

## Le réseau Destination Beauce

- 159 142\$ investis en promotion en 2025;
- + de 14,7 millions de personnes atteintes sur notre page FB en 2025;
- + de 36 220 personnes atteintes et 32 516 vues sur notre IG en 2025;
- 2 activités de réseautage 5 à 7 festifs où sont inscrites une cinquantaine 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;

## Nouveaux ALLIÉS 2025

Destination Beauce a accueilli de nouveau ou pour la première fois dans ses troupes en 2025, 9 entreprises ou Festivals touristiques. Les administrateurs souhaitent la bienvenue aux nouveaux ALLIÉS.



Lauréats du prix Azimut Or, sur la photo l'équipe de Destination Beauce en compagnie du sous-Ministre du Tourisme, M. Jessy Baron et de la députée de Rivière-du-Loup-Témiscouata et Ministre du Tourisme Mme. Amélie Dionne.

# COMMUNICATION ET CONCERTATION

Parler fort et mieux, informer et diffuser dans un réseau professionnel en croissance l'information touristique de la région en utilisant des méthodes sympathiques, personnalisées et authentiques pour faire rayonner la Beauce.

## Objectifs

- 1) Développer et entretenir notre collaboration avec les offices de la Chaudière-Appalaches ;
- 2) Consolider et étendre notre réseau de professionnels des relations publiques ;
- 3) Tours opérateurs et agences ;
- 4) En mode représentation ;
- 5) En mode festif ! 10 ans de l'organisation.

### Exemples d'indicateurs de mesure :

- Inviter et recevoir de 3 à 5 agences de voyages de façon personnalisée dans la région;
- Participation annuelle à 4 salons promotionnels concertés.



Salon plein air de Montréal – Avec les collègues de Chaudière-Appalaches – Mars 2025

# PROMOTION

Concerner les entreprises touristiques autour d'une **stratégie inclusive** permettant le positionnement efficace de la destination en plus d'**augmenter la notoriété** de la Beauce et ainsi **convertir** les actions promotionnelles en visiteurs séduits.

## Investissements

	2021	2022	2023	2024	2025
Investissement total	115 144\$	115 547\$	146 299\$	161 752\$	163 598\$
Taux de participation <small>*basé sur le nombre d'entreprises ALLIÉES 2025</small>	27%	29%	21%	29%	38%
Nombre d'entreprises différentes participantes	+/- 56	+/- 55	+/- 57	+/- 48	+/- 44
Nombre d'entreprises participantes	+/- 98	+/- 136	+/- 103	+/- 75	+/- 70



En mode shooting photo – Semaine de l'Érable 2025

## En chiffres

- 1 événement promotionnel : la Semaine de l'érable, 7e édition;
- 4 campagnes promotionnelles;
- 1 campagne de notoriété annuelle;
- Augmentation de 40% de l'adhésion sur FB;
- Augmentation de 11,5% de l'adhésion sur Instagram;
- 38 621\$ en promotion avec TCA (Investissement de 24 250\$ par Destination Beauce et bonification de 14 371\$ par TCA);
- Site web : près de 340 000 pages vues en 2025.



Émission en direct WKND 91.9 – au Saindoux Restaurant BBQ, Danaël au micro !

## Objectifs

- 1) Développer l'E-Repuration de la Destination;
- 2) En mode vélo ;
- 3) En mode relations publiques ;
- 4) Nos ALLIÉS ;
- 5) La Semaine de l'Érable;
- 6) Jeux du Québec;
- 7) Route de la Beauce.

### Exemples d'indicateurs de mesure :

- Participation de l'équipe sur 40 groupes de discussions minimum;
- Réaliser des actions à titre de "Local guide" afin de bonifier les fiches Google de nos ALLIÉS;
- Ajouter 1 à 2 nouveaux circuit de vélo de gravel chaque année sur RidewithGPT;
- Réaliser 3 à 5 invitations médias / années;
- 15 restaurants participants à la Semaine de l'Érable;
- Ajout d'un commanditaire à la Semaine de l'Érable;
- Formation des bénévoles des Jeux du Québec;
- Achat de signalisation/matériel d'accueil - 20 stations aux Jeux du Québec.



Verger l'Argousière – shooting photo été 2025

# ACCUEIL ET FORMATION

Réfléchir, développer et déployer une stratégie d'accueil amicale, vraie, décroisée misant sur l'authenticité, la bienveillance et la personnalisation des méthodes. Le visiteur est au cœur des actions et les beaucerons, les locaux, en charge de les séduire avant, pendant et après leur séjour par des expériences authentiques et véridiques.

Les visiteurs	2021	2022	2023	2024	2025
Bureau de Sainte-Marie	3034 visiteurs	1712 visiteurs	1710 visiteurs	1679 visiteurs	1448 visiteurs
Bureau de Saint-Georges	1082 visiteurs	914 visiteurs	576 visiteurs	Fermeture définitive	N/A
<b>Total</b>	4116 visiteurs	2626 visiteurs	2286 visiteurs	1679 visiteurs	1448 visiteurs

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



Grand défi Pierre Lavoie - Été 2025

## Objectifs

- 1) Fournir aux entreprises le matériel d'accueil optimisé et revu ;
- 2) Inciter, former et éduquer les ALLIÉS et partenaires ;
- 3) Mener une offensive de sensibilisation à la formation aux services de premières ligne ;
- 4) Réorganiser, former et inculquer la nouvelle méthode d'accueil touristique ;
- 5) Gérer, mettre à jour, coordonner la base de données entreprises.

### Exemples d'indicateurs de mesure :

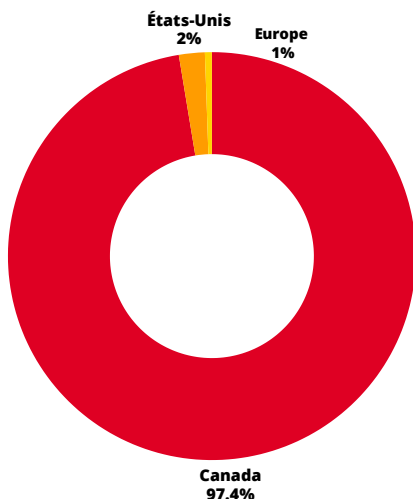
- Augmentation du nombre de scans de code QR de 10% par année;
- Augmentation du nombre de «Vrais Hôtes» de 10 par année sur le territoire de la Beauce;
- Réalisation de 10 formations en accueil par année;
- Distribution de 10 trousse d'accueil aux intervenants de première ligne.
- Réaliser un recensement biannuel des entreprises touristiques du territoire.



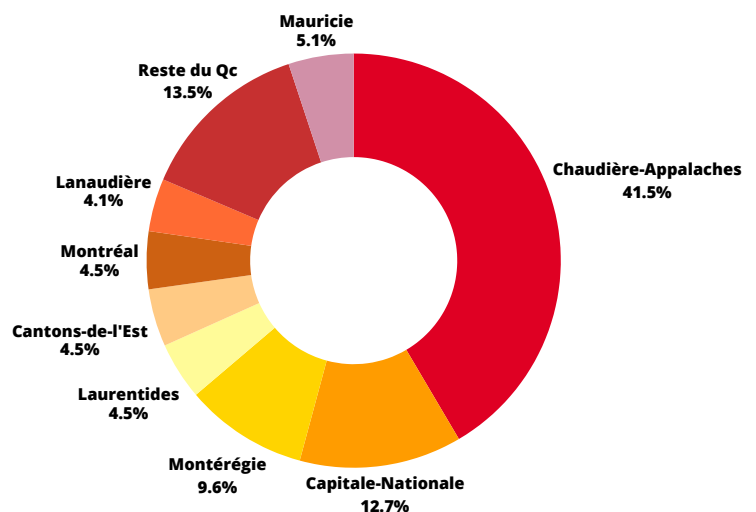
La Trotte 2025

## Les données de provenance

### Provenance de la clientèle

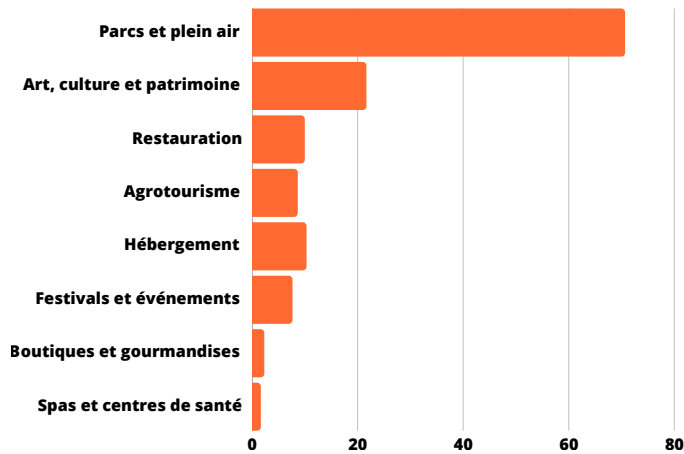


### Provenance de la clientèle du Québec



# ACCUEIL ET FORMATION (SUITE)

Activités recherchées

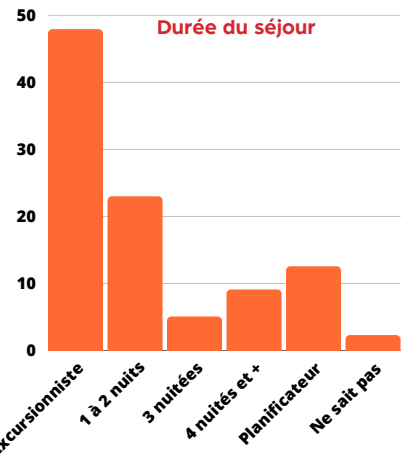


La Mignonne Beauceronne – Lauréate du prix Tape dans l'dos de Destination Beauce 2025

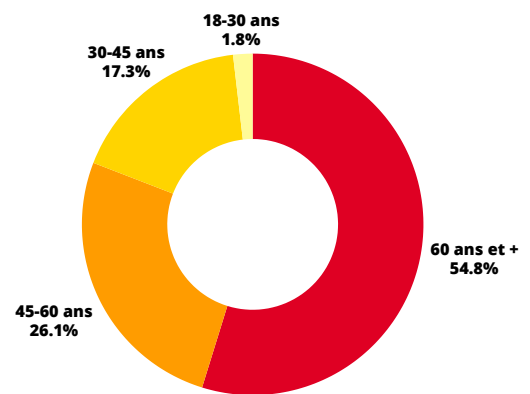
## Accueil de groupes, congrès & salons

En 2025, Destination Beauce a accompagné 15 groupes dans la région. En 2024 nous avons accompagné 12 groupes dans la région. L'équipe n'a pas participé à Bienvenue Québec depuis maintenant 2 ans, mais a tout de même entretenu et relancé les contacts tissés au fil des ans.

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 plein air, etc., ne sont que quelques exemple 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 reliés.



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



## Sondage de performance touristique - par TCA - été 2025

L'été 2025 aura été marqué par une performance touristique globalement positive dans la région. Au total, 119 entreprises, représentant 18 % des membres de Tourisme Chaudière-Appalaches, ont participé au sondage saisonnier. Bien que certains secteurs soient moins représentés dans l'échantillon, les résultats démontrent une tendance encourageante à l'échelle régionale.

Près de 80 % des entreprises touristiques ont observé un achalandage stable ou en hausse, tandis que 78 % indiquent avoir maintenu ou augmenté leur chiffre d'affaires comparativement à l'été 2024. L'agrotourisme et le plein air se démarquent particulièrement avec les plus fortes croissances observées. Le secteur culturel affiche également une reprise soutenue, un signal positif pour un milieu fortement touché par la pandémie.

Les entreprises notent principalement une clientèle québécoise composée de familles et de visiteurs plus âgés, dont les comportements d'achat demeurent prudents, avec des réservations de dernière minute et un intérêt marqué pour les activités accessibles et les découvertes gourmandes.

# DÉVELOPPEMENT, STRUCTURATION ET PARTENARIAT

Affiner notre intelligence d'affaire collective par la formation et l'éducation aux nouvelles tendances, supporté par une proximité et une accessibilité des ressources de l'équipe et leur expertises distinctes.

## Concertation, réseautage, mobilisation de l'industrie et amélioration continue

En 2025, Destination Beauce a poursuivi ses efforts afin de mobiliser et accompagner l'industrie touristique beauceronne par la coordination d'activités favorisant le réseautage, les échanges et le co-développement entre les partenaires du territoire. Plusieurs outils destinés aux entreprises et organisateurs ont également été mis à jour ou bonifiés, notamment les aide-mémoires de début de saison, les ressources liées aux subventions ainsi que différents outils destinés aux événements et initiatives corporatives.

En collaboration avec Tourisme Chaudière-Appalaches, des démarches ont été amorcées afin de développer des outils de sensibilisation liés à la E-réputation et à la visibilité numérique des entreprises touristiques. L'accompagnement des ALLIÉS est demeuré une priorité afin de soutenir leur développement et renforcer le positionnement de la destination.

Destination Beauce a également poursuivi l'application de recommandations issues de son plan d'action en développement durable, notamment en matière d'événementiel, de pratiques internes et de déplacements.

Sur le plan du développement touristique, l'organisation a soutenu différentes initiatives visant à diversifier l'offre régionale, notamment autour du vélo, des visites manufacturières et d'expériences distinctives. Des actions de concertation et de promotion liées à la Véloroute et au développement de haltes VR ont aussi été amorcées avec différents partenaires du territoire.

## Gouvernance, données et diversification des revenus

Enfin, Destination Beauce a poursuivi ses efforts de promotion et de rayonnement de la destination par diverses initiatives et représentations, tout en travaillant à structurer davantage la collecte de données touristiques et à diversifier ses sources de financement afin d'assurer la pérennité et le développement de l'organisation.



Implication de l'équipe dans différents comités du dépôt de candidature et maintenant de l'organisation de la finale des Jeux du Québec à Saint-Georges en 2027

## Objectifs

- Développer et bonifier la trousse d'outils signés DB;
- En mode développement durable;
- En mode véloroute;
- Les haltes VR;
- La Route de la Beauce;
- Développement et positionnement de la région.

### Exemples d'indicateurs de mesure :

- 1) 5 activités de réseautage et une augmentation de la participation de 10% par année;
- 2) Former et informer les ALLIÉS sur l'E-réputation;
- 3) Diffuser et sensibiliser nos partenaires à la politique d'achat;
- 4) Recenser les haltes VR du territoires et les services relatifs;
- 5) Diffuser le cahier du Miracle beauceron dans les écoles;



La véloroute et sa structuration, une priorité importante de la planification stratégique 2025-2030 de Destination Beauce !