

# BILAN 2023



Performances touristiques  
et organisationnelles

**QUÉBEC** cité  
l'accent  
d'Amérique



## Mot de la présidente et du directeur

Chers membres et partenaires,

Alors que nous clôturons notre première année complète post-pandémique, nous sommes remplis de fierté et de reconnaissance pour ce que nous avons accompli ensemble. Notre succès retentissant au-delà de toutes prévisions a solidifié notre position de leader parmi les destinations touristiques canadiennes. En effet, nous avons observé un bilan dépassant les données de 2019. Cette réussite est le fruit de notre capacité collective à nous adapter et à nous réinventer face aux défis sans précédent.

Nous sommes donc plus qu'heureux d'affirmer que le creux de la vague pandémique est officiellement derrière nous et que la région de Québec a su répondre à la soif de voyage post-COVID. Nous pouvons maintenant nous concentrer sur le futur, 2023 devenant notre nouvelle référence pour l'année à venir.

### Un tourisme tourné vers l'avenir

En 2023, chez Destination Québec cité (DQc), nous avons continué à nous réinventer et à transformer nos pratiques pour avancer avec agilité dans la réalisation de notre plan stratégique audacieux 2022-2025. Notre nouvelle structure interne et notre approche de leadership collaboratif ont été des catalyseurs clés pour nous adapter aux réalités changeantes de notre industrie et pour saisir de nouvelles opportunités. Tous ces éléments nous ont permis de réaliser notre souhait de positionner Québec comme leader pour un tourisme durable et responsable, une destination dans laquelle les idées créatives et novatrices prennent vie.

Notre mission promeut un développement touristique qui respecte et valorise notre riche patrimoine culturel, naturel et humain, tout en favorisant la prospérité économique de la région, et c'est ce que nous continuons à mettre de l'avant. Les orientations que nous avons définies guident nos efforts pour un tourisme toujours plus compatible avec l'avenir, et nous sommes ravis de constater à chaque occasion votre engouement pour ce virage durable qui est essentiel pour assurer la pérennité de notre destination et de notre industrie.

## L'innovation au cœur de la destination

L'innovation est désormais au cœur de nos actions et continuera de l'être afin de répondre aux défis actuels et futurs, tels que ceux liés à la main-d'œuvre ou encore aux changements climatiques. Cet engagement envers l'innovation prend notamment forme dans le développement et le soutien de solutions créatives et durables qui répondent aux besoins de nos visiteurs, aux enjeux auxquels nous sommes confrontés et au respect de notre environnement unique. Nous continuerons de paver la voie par des initiatives fortes telles que les projets entrepreneuriaux, la transformation numérique et durable du voyage, ainsi que le jumelage de l'expertise et le talent de nos équipes au dynamisme et à la créativité de la communauté afin de créer un carrefour d'idées novatrices.

## Toujours plus loin, ensemble

Le futur de DQc est résolument tourné vers la collaboration et l'excellence. C'est grâce à la mobilisation et à l'engagement de notre industrie autour d'une vision forte que Québec s'est affirmée comme une destination incontournable sur la scène mondiale. Le statu quo n'est pas une option. Il nous faut évoluer avec le monde, répondre aux besoins de nos communautés et envisager l'avenir avec audace.

En terminant, nous tenons à souligner l'importance de votre implication, votre adaptabilité aux réalités et façons de faire actuelles ainsi que votre passion qui sont les moteurs de notre réussite collective. Votre apport est primordial pour que Québec demeure une destination recherchée et appréciée des visiteurs, de laquelle nous pouvons tous être immensément fiers. Nous vous remercions sincèrement de votre engagement continu et de contribuer au rayonnement de la région.

Continuons d'agir ensemble, avec résilience et innovation, pour faire de la région de Québec une destination responsable encore plus inspirante, où chaque visiteur vit une expérience authentique et mémorable.



LE DIRECTEUR,  
Robert Mercure



LA PRÉSIDENTE,  
Caroline Lepage



# Performance et promotion de la destination

## Bilan touristique

Pour l'année 2023, la région de Québec affiche une hausse du nombre de chambres louées de 14 % par rapport à ce qui avait été observé en 2022. Le nombre de chambres vendues est même plus élevé qu'en 2019 (+3 %).

Le taux d'occupation pour l'ensemble de l'année s'élève à 65,4 %. Pour 2022, celui-ci était de 59,4 %.

Le nombre de chambres louées a progressé de 2 554 077 chambres en 2022 à 2 921 342 en 2023. La période de juin à septembre 2023 représente 41 % des chambres louées dans l'année. Le tarif quotidien moyen pour la location d'une chambre progressait de 195 \$ en 2022 à 205 \$ en 2023, soit une hausse de 5 %. La destination maintient un taux de satisfaction des clientèles touristiques à un niveau élevé puisque 87 % des touristes se sont déclarés satisfaits de leur séjour dans la région en 2023.

**65,4 %**

Taux d'occupation hôtelier

**14 %**

Hausse du nombre  
de chambres louées

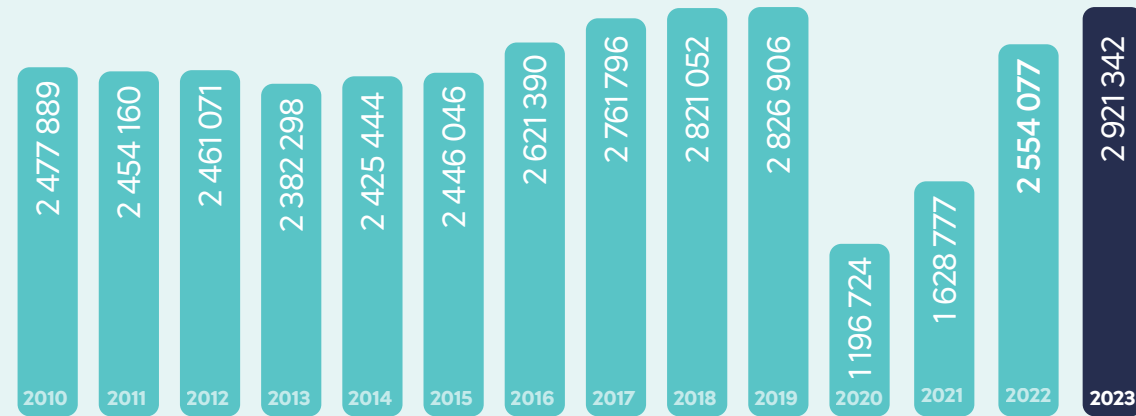
**+5,0 %**

204,50 \$ tarif quotidien  
moyen d'une chambre louée



## Chambres louées

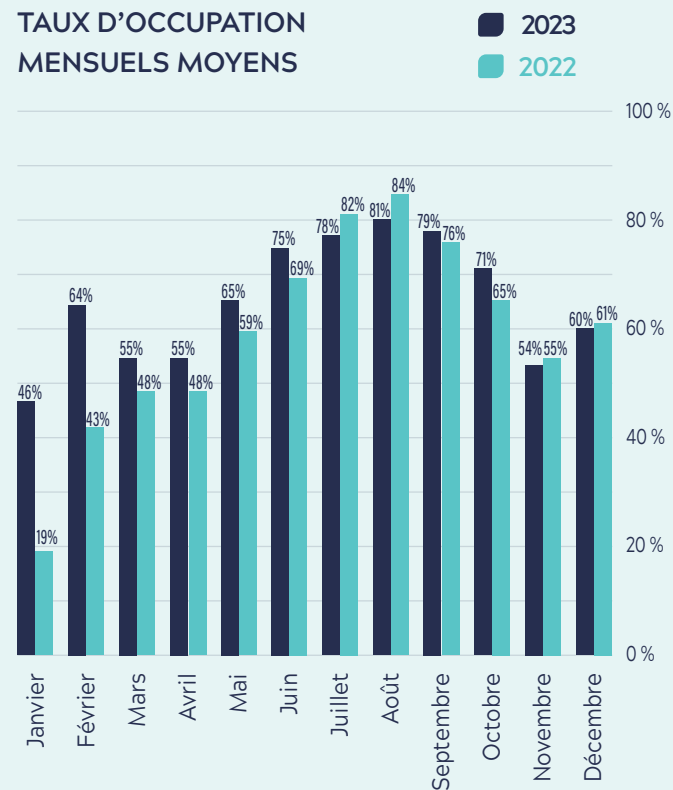
(RÉGION DE QUÉBEC)



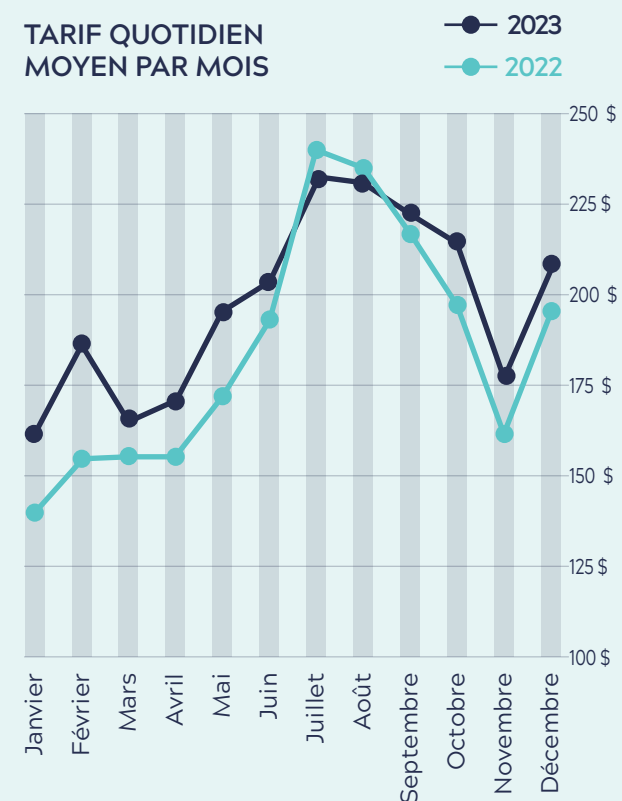
## Statistiques hôtelières

(RÉGION DE QUÉBEC)

COMPARATIF DES  
TAUX D'OCCUPATION  
MENSUELS MOYENS



TARIF QUOTIDIEN  
MOYEN PAR MOIS



## Marketing consommateur

L'année 2023 a été caractérisée par une reprise touristique significative, ramenant les performances à des niveaux similaires à ceux d'avant la pandémie. Les campagnes pour 2023 ont eu pour objectif de stimuler le tourisme à des moments clés, dans le but d'obtenir un achalandage équilibré sur l'ensemble du territoire de la région de Québec.

En matière de publicité, l'année 2023 a amené quelques défis. En effet, la loi 25 au Canada et le GDPR (Règlement général sur la protection des données) en Europe ont transformé le paysage de la publicité en renforçant la protection de la vie privée des utilisateurs et en limitant la manière dont les données personnelles peuvent être utilisées à des fins publicitaires. Ces législations visent à assurer la protection des données personnelles en accordant plus de droits aux individus et en imposant des obligations plus strictes aux organisations en matière de collecte et de gestion des données. De plus, en raison de l'inflation, les coûts des médias et de la production publicitaire augmentent et le prix est plus cher payé pour une même visibilité qu'auparavant.

### Faits saillants pour l'ensemble des campagnes et initiatives payantes en 2023

- 954 millions d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes;
- 293 millions de vues des vidéos des campagnes estivales et hivernales;
- 4,2 millions de sessions sur les plateformes web;
- 387 000 liens sortants vers des sites partenaires.

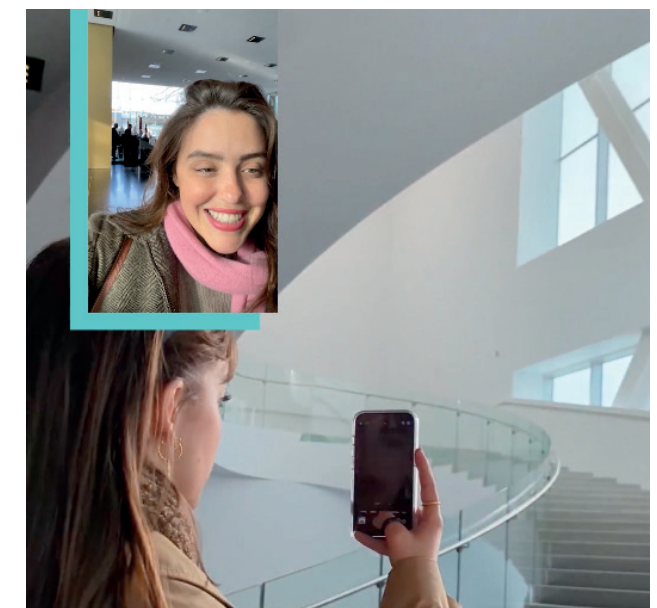
### Intra-Québec

#### J'ai mon voyage et autres initiatives multiplateformes en continu

Visant à promouvoir la destination à longueur d'année ainsi qu'à stimuler un achalandage équilibré, une toute nouvelle série intitulée « J'ai mon voyage » a été produite en collaboration avec des créateurs de contenu. Les contenus vidéo s'inspirent ainsi de la plateforme sociale BeReal où l'on présente simultanément les attraits surprenants de Québec et la réaction des protagonistes. « J'ai mon voyage » a ainsi permis de positionner Québec comme une destination idéale pour une escapade authentique auprès des Québécois.

#### Faits saillants pour ce marché en 2023<sup>2</sup>:

- > 151 millions d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes;
- > 36 millions de vues des vidéos des campagnes estivales et hivernales;
- > 1,1 million de sessions sur les plateformes web de DQc.



## Canada et États-Unis

### Québec, une destination inspirante et autres initiatives multiplateformes en continu (été 2023 – mars à août)

Une importante campagne publicitaire multiplateforme a été conçue et diffusée afin de continuer à attirer les touristes canadiens tout en inspirant les touristes américains, de retour pendant la saison estivale. Pour ce faire, la campagne a mis en vedette deux muralistes qui découvrent la ville dans toutes ses nuances à travers les témoignages de résidents. En plus de cette campagne publicitaire, Québec a hérité d'un nouvel art mural vibrant, coloré et moderne.

#### Faits saillants pour ce marché à l'été 2023<sup>3</sup>:

- > 182 millions d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes;
- > 51 millions de vues des vidéos des campagnes;
- > 740000 sessions sur les plateformes web de DQc.



## France

### Coup de foudre et autres initiatives multiplateformes en continu (hiver 2023 – septembre à décembre)

Ajoutant une touche d'humour à des images démontrant que Québec est une destination romantique par excellence, et tout particulièrement en hiver alors qu'elle devient un véritable conte de fées à ciel ouvert, la nouvelle campagne déployée sur le marché français ainsi qu'à l'intra-Québec présentait une histoire d'amour hors du commun.

#### Faits saillants pour ce marché à l'hiver 2023<sup>4</sup>:

- > 131 millions d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes;
- > 42 millions de vues des vidéos des campagnes;
- > 260 millions de sessions sur les plateformes web de DQc.

## Canada et États-Unis

### Québec City Puts On a Show et autres initiatives multiplateformes en continu (hiver 2023)

Poursuite de la campagne publicitaire Québec City Puts On a Show sur les marchés de l'Ontario et des États-Unis. Au cœur du concept créatif se trouvaient le mouvement, la culture et le patrimoine québécois. La campagne publicitaire, transportant les visiteurs dans l'univers féerique de la destination en hiver, était ponctuée d'une performance artistique, sous le signe de la danse, à couper le souffle.

#### Faits saillants pour ce marché à l'hiver 2023:

- > 159 millions d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes;
- > 45 millions de vues des vidéos des campagnes;
- > 538 millions de sessions sur les plateformes web de DQc.

## Tous marchés

### Volet conversion et autres initiatives multiplateformes en continu

Initiatives visant à générer des occasions d'affaires aux entreprises touristiques et à les accompagner dans leurs besoins en commercialisation. Les audiences ciblées ont posé une action concrète laissant croire qu'elles sont en train de planifier une visite et prêtes à réserver un hébergement.

#### Faits saillants pour ce volet en 2023 :

- > 19 millions d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes;
- > 183000 sessions sur les plateformes Web de DQc;
- > 83000 liens sortants du site web ou opportunité (lead) envoyés à un partenaire.

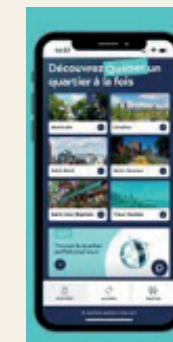
## Tous marchés

### Volet exploration et autres initiatives multiplateformes en continu

Être la référence pour les visiteurs et les résidents de la grande région de Québec et augmenter l'achalandage des attraits, restaurants et événements pendant le séjour. Les audiences ciblées sont des voyageurs identifiés comme étant à destination. L'initiative Québec local se poursuit afin d'inciter les résidents de la grande région de Québec à visiter des attraits, des restaurants et des événements de la destination.

#### Faits saillants pour ce volet en 2023 :

- > 11 millions d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes;
- > 525000 sessions sur les plateformes Web de DQc;
- > 88000 liens sortants du site web ou opportunité (lead) envoyés à un partenaire.



## Projet spécial à destination: Explore

L'achalandage équilibré au cœur des préoccupations de DQc:

- > 36000 vues sur les bornes interactives situées au Château Frontenac et au Musée de la civilisation;
- > Plus de 55000 vues sur la plateforme mobile;
- > Près de 2500 sessions de la plateforme en provenance des codes QR distribués aux commerçants.

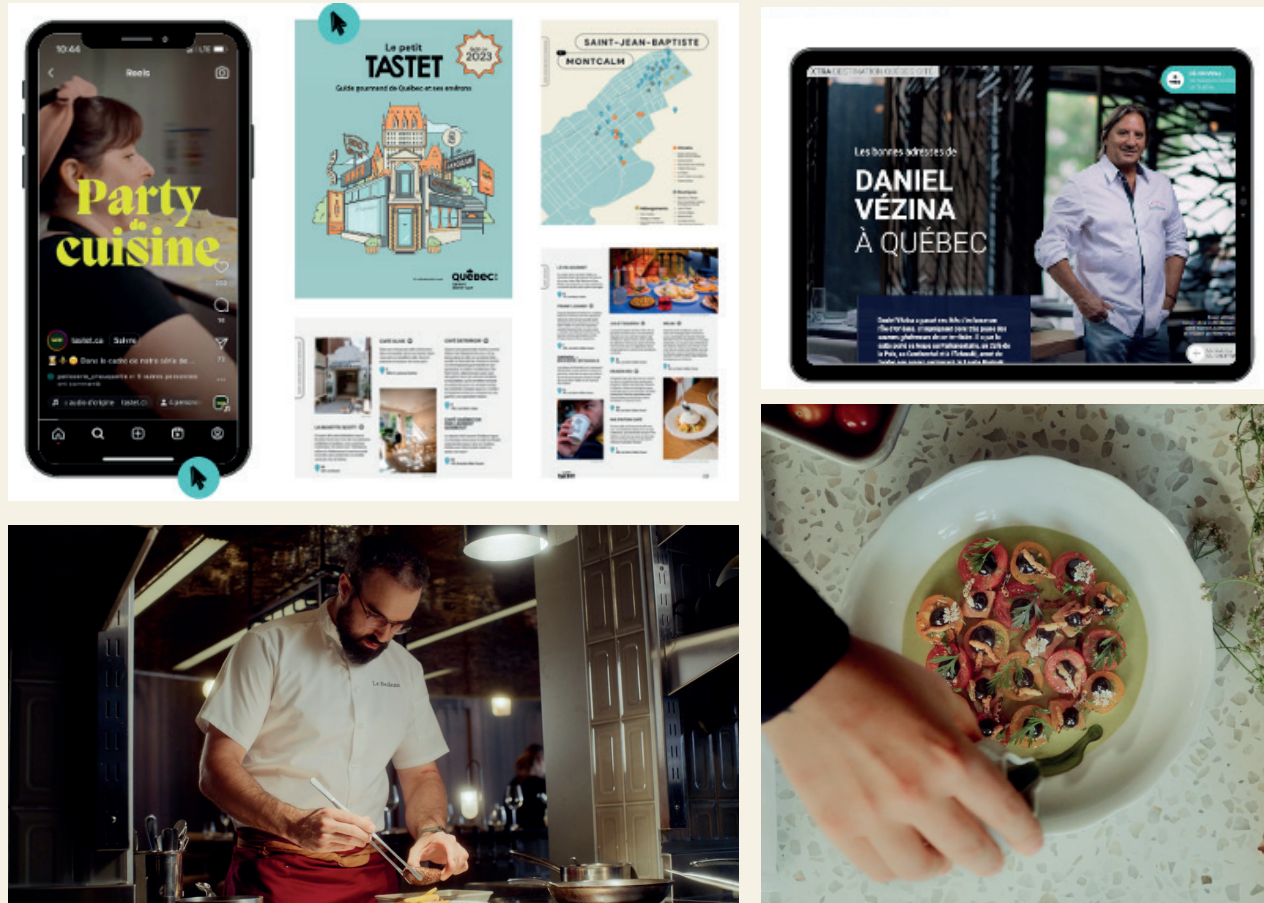
## Partenariats

DQc poursuit ses partenariats d'affaires en commercialisation afin d'assurer le rayonnement de la destination et de ses différents produits prioritaires et de niche.

### Intra-Québec

#### Campagne Saveurs locales (automne 2023)

En partenariat avec la Ville de Québec



Campagne ayant l'objectif de promouvoir l'expérience gastronomique de la région de Québec afin de stimuler la relance du centre-ville et de faire rayonner la qualité et le talent des restaurateurs de la Capitale-Nationale.

- > 55 millions d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes;
- > 21 millions de vues des vidéos des campagnes estivales et hivernales;
- > 216000 sessions sur les plateformes web de DQc;
- > 28000 liens sortants vers des sites partenaires.

### Porte d'entrée – France

#### Itinéraires responsables dans l'Est du Québec

Structuration d'itinéraires responsables dans l'Est québécois positionnant la région de Québec comme porte d'entrée. Ce travail a été réalisé en collaboration avec sept associations touristiques régionales pour développer de nouveaux circuits et partenariats de contenu avec la Sépaq, Parcs Canada, Croisières AML, Tourisme Autochtone Québec et Aventures écotourisme Québec.

- > 157 millions d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes;
- > 71 millions de vues des vidéos des campagnes estivales et hivernales;
- > 565000 sessions sur les plateformes web de DQc;
- > 24000 liens sortants vers des sites partenaires.



### Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ)

Participation à la campagne provinciale sur les marchés de la France, des États-Unis et du Canada.

#### Promotion des produits de niche:

- > Promotion du ski via la campagne de l'Association des stations de ski du Québec, par la campagne collective de l'AITQ et par la campagne ski Québec région regroupant le Mont-Sainte-Anne, la Station touristique Stoneham, Le Relais et les MRC de la Côte-de-Beaupré et de la Jacques-Cartier;
- > Promotion de la motoneige via la campagne collective de l'AITQ et par une campagne Destination motoneige conjointe avec Tourisme Charlevoix et Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean;
- > Promotion du vélo de montagne via le collectif Québec vélo de montagne regroupant cinq centres (Vallée Bras-du-Nord, Sentiers du Moulin, Empire 47, Mont-Sainte-Anne, Le Massif), les MRC de la Côte-de-Beaupré, de La Jacques-Cartier, de Portneuf et de Charlevoix, ainsi que DQc et le Secrétariat de la Capitale-Nationale;
- > Promotion du Chemin du Roy en collaboration avec Tourisme Lanaudière et Tourisme Mauricie – déploiement de campagne à l'été 2023 et élaboration d'un plan stratégique 2024-2026.

# Stratégie de marque

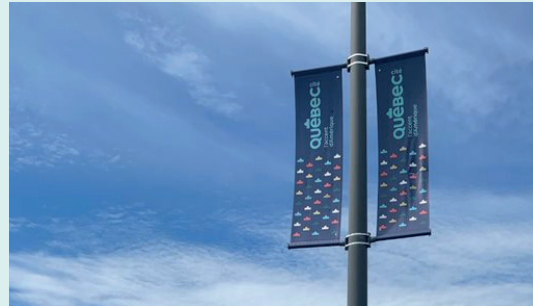
## Signature 3D

Depuis l'été 2022, la région de Québec fait voyager encore davantage son accent, notamment sur les médias sociaux, alors qu'elle s'est dotée d'une reproduction en trois dimensions de Québec cité (DQc). La marque en 3D voyage au sein de la destination en changeant de lieu d'hébergement, à forte fréquentation touristique, deux fois par année. Les visiteurs ont pu la retrouver pour la durée de la saison estivale 2022 à la Pointe-à-Carcy, ensuite à l'hiver 2023 à la place Jean-Béliveau. À l'été 2023, elle était installée au quai des Cageux et, depuis cet automne, elle est située devant la gare du Palais jusqu'à la fonte des neiges en avril 2024.



## Parapluies Petit-Champlain

Après une légère pause, les iconiques parapluies de la rue du Cul-de-Sac dans le Quartier Petit Champlain ont fait leur retour à l'été 2023! Ce magnifique décor aérien tant admiré par les passants est accessible pour tous les visiteurs de ce secteur patrimonial. Le rouge, le bleu, le vert, le beige et le turquoise, en lien avec les couleurs de la marque de la destination, sont les teintes vedettes qui ont orné le ciel. Cette collaboration sera reconduite pour la saison estivale 2024.



## Oriflammes

Depuis la saison estivale 2022, DQc a une entente de visibilité avec la Commission de la capitale nationale du Québec, afin d'installer des oriflammes sur la promenade Samuel-De Champlain. Cette collaboration sera reconduite pour la saison estivale 2024.



## Magazine

En collaboration avec l'Association hôtelière de la région de Québec (AHRQ), l'équipe de DQc continue la production d'une publication à destination, gratuite et bilingue, de format magazine. Seul magazine à se retrouver dans plus de 15000 chambres d'hôtel de la région de Québec et dans plusieurs autres points de distribution importants à travers la province de Québec, cette publication aux couleurs de la marque touristique vise à charmer les visiteurs sur place en les immergeant au cœur des entreprises touristiques grâce à des contenus dédiés, riches et porteurs. Deux éditions du document sont produites annuellement, soit une présentant la féerie hivernale de Québec (édition hiver) et l'autre, l'ambiance festive et animée en période estivale (édition été).





# Commercialisation internationale

La région de Québec a bénéficié d'une importante visibilité en 2023 grâce à plusieurs projets majeurs qui ont fait rayonner les entreprises d'ici, tant auprès des médias que du réseau de distribution. L'année a débuté en force avec le tournage de deux épisodes de l'émission matinale américaine *Hoda and Jenna* du *TODAY Show*. L'opération charme s'est poursuivie avec l'accueil de l'événement Rendez-Vous Canada en mai, le Symposium des croisières Canada Nouvelle-Angleterre en juin et plus de 22 missions commerciales. Tout au long de l'année, un nombre impressionnant de 240 journalistes et influenceurs ont également choisi d'explorer la région et de la faire découvrir à des voyageurs potentiels.

DQc a également conclu plusieurs ententes à haut retour sur investissement avec des joueurs importants du réseau de distribution international, notamment Air Transat, le voyageur coréen Hanjin, Hotelbeds et BedsOnline. L'organisation a également initié un partenariat non traditionnel avec La Cabane à Mario afin de faire rayonner l'hiver québécois dans plusieurs marchés de Noël en France. Ces partenariats ont créé une visibilité importante pour Québec auprès des voyageurs internationaux.

## Faits saillants

### Relations avec le réseau de distribution



682 spécialistes du voyage accueillis



110 participants à des formations webinaires



+250 agents formés au Mexique

### Relations avec les médias



10 tournages



56 influenceurs accueillis  
+505 M d'impressions générées



172 journalistes accueillis

### Événements promotionnels



Participation à 22 événements en marché



1 083 clients rencontrés

# Tournages à Québec

DQc a travaillé en 2023 à l'accueil de 10 tournages. Ces tournages ont fait rayonner la région et ses entreprises touristiques auprès de plus de 26 millions de téléspectateurs canadiens, américains, français et sud-coréens.



## BONS COUPS

DQc, en collaboration avec l'AITQ, a accueilli à Québec plus de 50 membres de NBC pour le tournage de deux épisodes de *Hoda and Jenna*. Chaque épisode a permis de rejoindre 1,6 million de téléspectateurs américains, en plus de générer plus de 25 millions d'impressions sur les médias sociaux. Ce tournage a permis de faire rayonner le Vieux-Québec et plusieurs attraits en périphérie de Québec.



### TODAY Show

Hoda Kotb et Jenna Bush Hager lors du tournage du *TODAY Show* à Québec. @NBC News/Nathan Congleton



# Médias imprimés et numériques

La destination a accueilli un total de 172 journalistes en 2023. L'accent a été mis sur les médias canadiens et américains, et également sur les médias des marchés dans lesquels la destination avait de récentes liaisons aériennes à soutenir, soit la France, le Royaume-Uni et l'Ouest canadien.

DQc a également collaboré avec Jennifer Weatherhead Harrington pour la diffusion de reportages sur Québec dans les émissions matinales *CTV Morning Live* de Vancouver, Toronto, Calgary et Ottawa, et également dans le cadre de l'émission *Things to Know TO*. Cette collaboration a permis de rejoindre une audience potentielle de 12 millions de téléspectateurs.



**Things to Know TO**  
L'experte en voyage Jennifer Weatherhead Harrington en entrevue à *CTV Morning Live* Ottawa le 16 mai 2023.

## RETOMBÉES DE PRESSE

Les données ci-contre présentent la portée potentielle et la valeur des contenus médiatiques dans lesquels la région de Québec était présentée en 2023, tous médiums confondus. À noter que la méthode de calcul a été modifiée cette année pour la portée et la valeur médiatique sollicitées. Les données incluent uniquement les projets dans lesquels l'équipe de DQc a été interpellée directement.

**906 M**

Portée sollicitée

Source: Agility, données compilées par Destination Québec cité

**22,7 M \$**

Valeur médiatique sollicitée

**8,55 B**

Portée totale

Source: Agility, données compilées pour l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

**246 M \$**

Valeur médiatique totale

# Ententes avec des créateurs de contenu

DQc continue de miser sur la grande crédibilité qu'ont les créateurs de contenu auprès de leurs abonnés. L'importance accrue des médias sociaux dans le choix d'une destination voyage fait des créateurs de contenu des alliés incontournables des destinations touristiques. Grâce à la précieuse collaboration de ses partenaires, DQc a pu accueillir 56 créateurs de contenu en 2023, générant plus de 505 millions d'impressions. Chaque influenceur a été soigneusement sélectionné en fonction de la qualité de son contenu, de la taille de son audience et de l'engagement de sa communauté.

## BONS COUPS

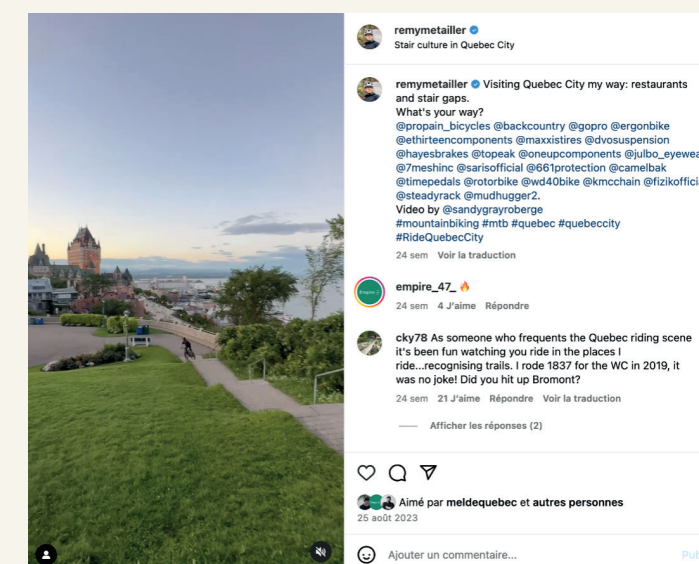


**Tenille Dashwood**  
(3,5 M d'impressions)

L'équipe de la commercialisation internationale a accueilli l'influenceuse Tenille Dashwood à Québec en février et août 2023. À elle seule, cette collaboration a généré 80 Stories, 8 Reels et une portée de plus de 3,5 millions d'impressions.

**Remy Métailler**  
(44 M d'impressions)

L'athlète de vélo de montagne était de passage dans la région de Québec l'été dernier pour en mettre plein la vue à ses abonnés. Ses contenus ont généré 44 millions d'impressions.



# Voyagistes et agents de voyages

Québec a brillé dans le réseau de distribution international en 2023, notamment grâce à l'accueil du plus important événement touristique du Canada. En effet, Rendez-vous Canada (RVC) a permis de rassembler à Québec plus de 1800 spécialistes du voyage de partout dans le monde. L'événement s'est déroulé du 30 mai au 2 juin au Centre des congrès de Québec et a été précédé de plusieurs excursions dans la ville et dans la couronne de Québec. De plus, une soirée officielle haute en couleur s'est tenue en marge de l'événement. Cette dernière a permis de faire rayonner la féerie hivernale de la destination et de sa culture festive.

Tout au long de l'année, la destination a également accueilli 680 spécialistes du voyage. L'équipe leur a préparé des séjours mettant en valeur les expériences distinctives offertes à Québec, de manière à ce que la région demeure en tête de liste des recommandations des agents de voyages. Mentionnons que plus de 70 professionnels spécialisés dans le tourisme de luxe ont été accueillis à Québec en 2023. Des webinaires et des modules de formation interactifs ont été offerts à une centaine d'agents de voyages.



Délégation de Destination Québec cité et de l'Alliance de l'industrie touristique à Rendez-vous Canada.

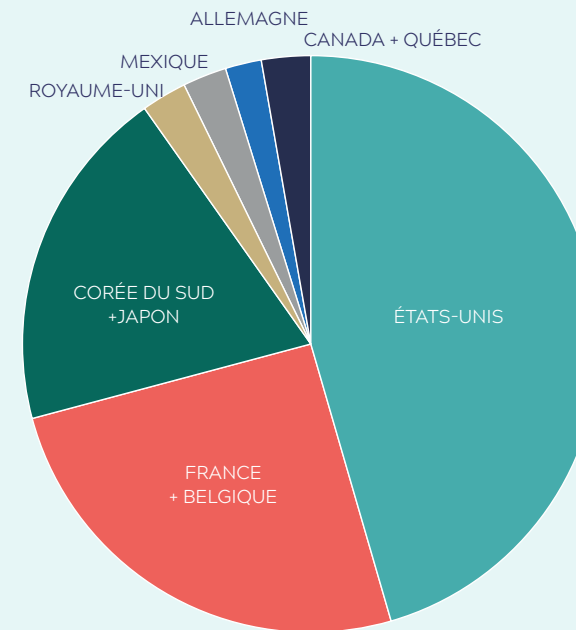


Les délégués Pascale Boivin, Patrick Lemaire et Robert Lancup en rencontre de clients à Rendez-vous Canada.



Tournée de familiarisation SkiTops.

## PROVENANCE DES SPÉCIALISTES DU VOYAGE\*



ÉTATS-UNIS	118
FRANCE + BELGIQUE	65
CORÉE DU SUD + JAPON	50
ROYAUME-UNI	7
CANADA + QUÉBEC	7
MEXIQUE	6
ALLEMAGNE	5
GRAND TOTAL	680



Pré-tour organisé dans le cadre de Rendez-vous Canada.

\*Données excluant les 1800 participants de RVC.

# Partenariats

## Marchés de Noël en Europe

DQc, La Cabane à Mario et Air Transat ont choisi d'unir leurs forces pour promouvoir la région de Québec et son hiver féérique auprès des Européens. L'offensive promotionnelle s'est étendue à plus de 22 marchés de Noël en France. Québec était notamment la vedette du Marché de Noël de Bordeaux, qui arborait pour l'occasion la thématique de la région. Des concours voyage, de l'animation ainsi que des événements de formation avec des médias et des agents de voyages ont été réalisés avec la collaboration de Wendake et du Carnaval de Québec.

### Retombées:

- > 24 000 inscriptions aux concours voyage « Tomber en amour avec la ville de Québec »;
- > 6 000 nouveaux abonnés inscrits aux infolettres de DQc;
- > 35 agents de voyages rencontrés à Bordeaux lors d'un événement B2B Destination Québec cité et Air Transat;
- > 11 médias rencontrés (journalistes, blogueurs et influenceurs) à Paris lors d'un événement B2M Destination Québec cité et Air Transat.



Marché de Noël de Bordeaux. De gauche à droite: Isabelle Sioui (Tourisme Wendake), Vincent More (La Cabane à Mario), Robert Mercure (Destination Québec cité), Anna Pedelaborde (Bordeaux Mon Commerce) et Bonhomme Carnaval.

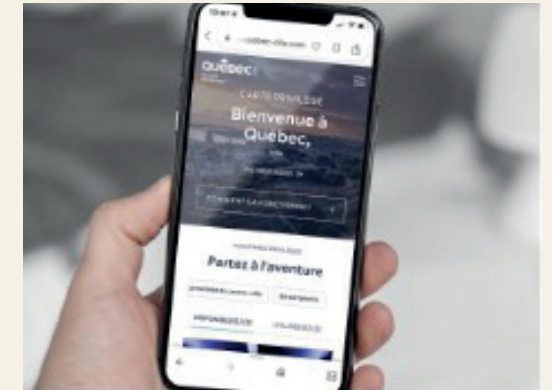


Déambulation de Bonhomme au Marché de Noël de Paris La Défense.

## Carte privilège

La Carte privilège est offerte depuis juin 2022 aux journalistes, influenceurs, médias et spécialistes du voyage en visite à Québec. Elle permet aux multiplicateurs un accès gratuit à plus de 35 attraits et services touristiques de la région de Québec.

- > 136 utilisateurs (clients qualifiés uniquement);
- > 311 attraits visités.



# Événements promotionnels à l'étranger

Les délégués de DQc ont représenté fièrement les entreprises de la région dans tous les marchés cibles en 2023. Plus de 1000 clients ont été rencontrés dans le cadre de 22 missions à l'étranger.

## International – multimarchés

- > Carrefour GoMedia Canada 2023
- > Rendez-vous Canada à Québec
- > Bienvenue Québec
- > Mission commerciale à Séoul
- > Citap Asie Pacific (Canadian Inbound Tourism Association)

## Marché du tourisme d'aventure

- > Sommet mondial de l'aventure (Adventure Travel Trade Association)
- > Adventure Elevate 2023 Portland (Adventure Travel Trade Association)

## Marché du luxe et des croisières

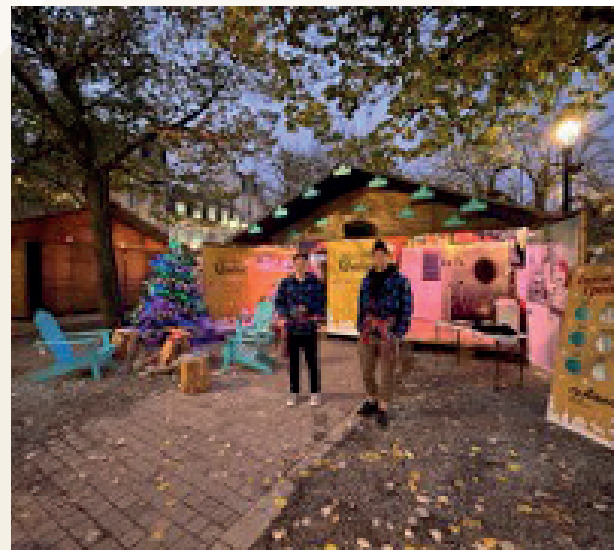
- > Congrès annuel du réseau Virtuoso
- > Seatrade Global 2023
- > Canada New England Cruise Symposium

## États-Unis

- > International Media Marketplace (IMM)
- > TBEX - North America 2023 (Travel Blog Exchange)

## France

- > Soirées Destination Québec cité – marchés de Noël
- > Mission Bonjour Québec Europe – automne (voyagistes et médias)
- > Showcase Canada – Europe



Kiosque de Destination Québec cité au Marché de Noël de Bordeaux.

## Canada

- > Événement Bonjour Québec à Toronto 2023 – printemps
- > Mission Bonjour Québec à Toronto et Vancouver – automne
- > Congrès de TMAC (Travel Media Association of Canada)
- > Bourse de médias québécois – printemps
- > Bourse de médias québécois – automne

## Mexique

- > Mission de Destination Québec cité à Mexico et Monterrey
- > Événement Bonjour Québec – Mexico



Mission de Destination Québec cité au Mexique.

# Relations directes avec le consommateur

## SITE WEB

# 10,3 M

de sessions sur le site web, en hausse de

# 32 %

par rapport à 2022 et de 86 % par rapport à 2019

# +2,6 %

des sessions en provenance de la recherche organique en comparaison à 2022

## Voici les contenus les plus consultés en 2023

- > Top 10 Must-See Attractions | Visit Québec City
- > Guide officiel de la ville de Québec | Visiter Québec
- > Québec City Tourism Official Website | Visit Québec City
- > 10 Best Things to Do in Old Québec City | Visit Québec City
- > Best restaurants in Old Québec City | Visit Québec City
- > Québec Winter Carnival | Events in Québec City
- > Les 25 meilleurs restaurants à Québec | Visiter Québec
- > Best Hotels in Old Québec City | Visit Québec City
- > Les meilleurs rabais et forfaits à Québec | Visiter Québec
- > Packages & Deals | Visit Québec City

## PERFORMANCE DES PLATEFORMES SOCIALES

En 2023, les médias sociaux de DQc ont cumulé

# 17 M

d'impressions grâce aux publications organiques

# 145 000

sessions sur le site web

# 575 000 \$

Valeur du total des initiatives en 2023

- > **Facebook:** 247800 abonnés (+1,5 %)
- > **Instagram:** 247600 abonnés (+10 %)
- > **Pinterest:** 2500 abonnés
- > **TikTok:** 1300 abonnés

# Expérience visiteur

Au total, ce sont 32 973 demandes d'information qui ont été traitées en 2023, ce qui représente:

- > 3 504 demandes téléphoniques;
- > 10 150 envois par la poste;
- > 13 226 actes de renseignement par l'équipe mobile;
- > 6 093 demandes d'information par courriel, médias sociaux et clavardage.



# Québec Destination affaires

Pour souligner le dixième anniversaire de Québec Destination affaires (QDa), l'année 2023 a marqué un tournant significatif avec la reprise tant attendue du tourisme d'affaires. Les équipes de QDa ont déployé des efforts considérables pour répondre au rythme soutenu de l'industrie, coïncidant avec le retour des événements et des visiteurs d'affaires à Québec. Cette année dénote également l'achèvement de la première année du Plan stratégique 2023-2025. Québec s'est distinguée sur la scène internationale, rayonnant dans près de 40 villes mondiales, dont Cannes, Londres, Mexico City et Las Vegas. La destination jouit d'une très belle réputation à l'étranger lorsqu'elle est connue. Dans cette optique, QDa s'engage à promouvoir Québec auprès de nouveaux publics, dans le but d'attirer davantage d'événements d'affaires et associatifs. Avec les occasions d'affaires confirmées au cours de l'année, les retombées économiques pour la région s'élèvent à plus de 181 millions de dollars. Voici un tour d'horizon des réalisations marquantes de 2023 pour le tourisme d'affaires.

## Réalisations 2023

### Activités de promotion

- > **58 activités** de ventes et promotion;
- > **Événements notables**: Tête-à-Tête, Corporate Meetings + Events Expo, IMEX Frankfurt et Las Vegas, IBTM Mexico City et Barcelona;
- > **4 événements promotionnels** dans les villes de Toronto, Ottawa et Mississauga:
  - Présentation d'un atelier sur l'organisation d'un événement écoresponsable au Toronto Board of Trade;
  - Ajout de la conférence Losing My Privilege donnée par Chris Bergeron à l'activité de Mississauga. Ce volet sur la diversité et l'inclusion a été grandement apprécié de tous;
- > En février, QDa était l'hôte de Voyage motivation Canada 2023 (Incentive Canada) pour l'édition hivernale de l'événement organisé par Événements d'affaires Canada (Business Events Canada):
  - QDa reçu **7 occasions d'affaires** directement liées à cet événement;
  - Plusieurs journalistes internationaux étaient présents, ce qui a généré **4 articles** dans des publications spécialisées;
- > Participation de Normand Voyer au TED Talk planifié par Destination Canada:
  - Le professeur Voyer a donné une présentation à New York sur l'un de ses sujets de recherche à l'Université Laval.

### Occasions d'affaires et confirmations

- > **786 occasions d'affaires** ont été générées:
  - Ceci représente **130 %** du total de 2022;
- > Taux de conversion de **61 %**, sans tenir compte des occasions d'affaires encore tentatives ou annulées;
- > **317 confirmations** totalisant plus de **367 000 participants**.

### Placements publicitaires et retombées médiatiques

- > Placements publicitaires dans **9 médias** de l'industrie:
  - Incluant une participation dans l'Urban Incentives eBook avec Society for Incentive Travel Excellence (SITE) qui compte jusqu'à présent **456 téléchargements**. Une occasion d'affaires a été obtenue à la suite du premier envoi par l'infolettre de SITE;
- > Campagne de marketing de contenu avec le **National Post**:
  - Plus de **500 000 impressions**;
  - Plus de **5 000 clics**;

- > Publicités sur LinkedIn: plus de **430 000 impressions** et plus de **1 300 clics**;
- > Retombées médiatiques: **10 articles** publiés dans la presse spécialisée (incluant ceux découlant de Voyage motivation Canada 2023).

### Marketing courriel, site web et réseaux sociaux

- > **6 infolettres** et **29 suivis post-événement** ont été envoyés à la clientèle:
  - Le taux d'ouverture moyen de ces courriels est de **48 %** et le taux de clic moyen de **7 %**, ce qui est excellent dans l'industrie et s'explique par la stratégie d'envoi plus ciblée avec les suivis post-événement et le niveau d'engagement des contacts;
  - La carte des fêtes virtuelle a cumulé près de **200 réponses** et son taux d'ouverture était de **47 %**, ce qui est supérieur à la moyenne de l'industrie;
- > Près de **70 000 pages vues** sur le site web;
- > **9 nouveaux articles** publiés sur le site web valorisant les nouveautés, les membres, les industries clés, etc.;
- > Performance des plateformes (pages Facebook, Instagram et LinkedIn combinées):
  - Augmentation de **32,4 %** des abonnements sur les pages;
  - Augmentation de **314 %** des impressions des pages;
  - Augmentation de **378 %** de la portée des pages;
- > Les types de contenu ayant le mieux réussi sont les vidéos de type Reels sur Instagram, ainsi que les publications annonçant les déplacements des délégués sur LinkedIn, ce qui explique la forte augmentation des impressions et de la portée.

### Outils de promotion

- > Le volume 2 du magazine de QDa a été réalisé en collaboration avec l'agence LMG audace & créativité. Une version virtuelle est disponible sur le site web en complément de la version papier;
- > La présentation PowerPoint sur Québec a été mise au goût du jour afin de présenter la destination de façon plus attrayante. Cet outil est à la disposition de tous les partenaires de QDa, ainsi qu'à la clientèle;
- > Pour appuyer le virage vers l'écoresponsabilité, QDa continue de prioriser l'achat d'objets promotionnels durables ou provenant d'une entreprise locale. À titre d'exemple, QDa fait affaire avec des compagnies telles que le Quai des Bulles à Kamouraska, Chocolat Favoris et Simons à Québec, ainsi que Kotmo, la seule entreprise québécoise de conception d'articles promotionnels à être certifiée B Corp. De plus, lorsque la situation s'y prête, les cadeaux sont remplacés par des dons à des œuvres caritatives.

### Cercle des ambassadeurs

- > **10 congrès internationaux** tenus avec ambassadeurs, totalisant **7,3 M\$ en retombées économiques** pour 2023;
- > 1 article mettant en vedette l'ambassadeur Normand Voyer en collaboration avec Événements d'affaires Canada;
- > 5<sup>e</sup> édition du concours Soutien à l'organisation de congrès internationaux scientifiques où **3 bourses totalisant 25 000 \$** ont été remises à des chercheurs qui organiseront un congrès international à Québec au cours de l'année 2024;
- > Mise à jour du site Internet du Cercle;
- > Envoi de **10 infolettres** destinées aux membres du Cercle afin de garder le lien avec eux et partager des nouvelles.



# Développement de la destination

## Nouvelles liaisons aériennes

C'est plus de 650 nouveaux vols directs et 260 000 sièges disponibles qui ont été ajoutés en 2023 (vs 2022) à la desserte aérienne de l'Aéroport international Jean-Lesage de Québec.

- > Edmonton-Québec par Flair
- > Halifax-Québec par Flair
- > Ottawa-Québec par Air Canada
- > Annualisation du vol Vancouver-Québec par Air Canada

TRANSPORTEUR	PROVENANCE	NOMBRE DE VOLS	SIÈGES SUPPLÉMENTAIRES DISPONIBLES
FLAIR	EDMONTON	17	3 400
FLAIR	HALIFAX	36	7 000
AIR CANADA	OTTAWA	200	15 000
AIR CANADA	VANCOUVER	45	7 000



### BONS COUPS

#### Vols nolisés de la Corée du Sud

En plus des nouvelles liaisons aériennes, une collaboration avec le voyageur coréen Hangin a permis à la région de recevoir quatre vols nolisés de clients coréens. Cette initiative a généré plus de 2600 nuitées dans la région de Québec et des retombées touristiques estimées à plus de 1 M \$.





# Croisières internationales

L'année 2023 a affiché un calendrier d'accueil de navires de croisière internationaux très positif.

## Saison 2023: du 25 avril au 5 novembre

Accueil de:

- > 131 escales de navires;
- > 41 navires différents de 28 compagnies de croisières différentes;
- > 154 000 croisiéristes;
- > 11 nouveaux navires visitant Québec pour la première fois;
- > 32 opérations d'embarquement et de débarquement.

## BONS COUPS

### Croisières hivernales à Québec

Le navire *Commandant Charcot* de la compagnie Ponant a annoncé qu'il offrira des croisières hivernales d'expédition de grand luxe incluant notamment Québec, et ce, dès l'hiver 2025.

### Québec, meilleure destination croisières, Canada Nouvelle-Angleterre

Québec a décroché le titre de la meilleure destination croisières du Canada/Nouvelle-Angleterre pour l'année 2023, décerné par le *Porthole Cruise and Travel Magazine*. Québec est la seule destination canadienne à remporter ce prix pour l'année 2023, preuve que la destination continue de se distinguer auprès des croisiéristes et des touristes.



# Partenariat avec l'industrie et la communauté

DQc a conclu de nombreux partenariats visant les mêmes objectifs, favorisant ainsi une destination touristique plus forte.

## Quelques exemples:

- > Alliance économique de la Capitale-Nationale
- > Secrétariat à la Capitale-Nationale (Réseaux Express)
- > Développement économique Canada
- > MRC
- > Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec
- > Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec - parrainage
- > Québec Destination affaires (QDa)
- > Université Laval
- > CQRHT
- > Ministère du Tourisme (MTO)
- > Bureau des grands événements (BGÉ)

DQc travaille à différents niveaux avec le ministère du Tourisme, et le développement du produit hivernal a été particulièrement ciblé en 2023. Plusieurs échanges ont été menés se concluant en décembre 2023 par l'annonce d'une enveloppe dédiée de 2 M\$ accordée par la ministre et qui prendra place dans la première demie de 2024.

Le Secrétariat à la Capitale-Nationale a également été un interlocuteur d'importance en 2023, notamment pour le développement de produits touristiques. Les nombreux échanges ont permis de solidifier les relations d'affaires avec ce dernier.

De plus, DQc travaille en étroite collaboration et en complémentarité avec les autres services de la Ville de Québec, tels que le Bureau des grands événements, le Service de développement économique et des grands projets, le Service de la culture et du patrimoine, etc.

Enfin, DQc donne vie à son orientation « Accroître le leadership collaboratif » en initiant ou en collaborant de façon active à divers comités et tables de travail. Cette implication permet, au-delà de prendre le pouls du milieu et d'y rester connecter, d'élaborer de nouvelles stratégies de travail collaboratif. Cette proximité met en exergue la volonté de DQc d'agir à titre de leader agile soucieux de contribuer réellement à la prise des virages nécessaires vers les nouvelles tendances, les besoins de l'industrie et les exigences des voyageurs.

## Quelques exemples:

- > **Comité du tourisme patrimonial**
  - Rencontres menées pour créer une synergie entre les différents intervenants et encourager la mise en place d'actions conjointes pour l'année 2024;
- > **Tourisme religieux**
  - Cocréation du circuit touristique Sacrées rencontres!;
  - Mise en place d'une offre de membership conjoint ATRSQ et DQc;

#### > Fonds AHRQ-DQc

- Le comité de gestion conjoint constitué de représentants et de représentantes de l'AHRQ et de DQc a le mandat de se pencher sur les principaux défis du secteur touristique de la destination en y allouant les ressources financières prévues par l'Entente du Fonds de partenariat DQc. C'est d'ailleurs grâce à ce fonds que le projet sur la main-d'œuvre présenté en page 13 a vu le jour à l'automne 2023;

#### > Relations d'affaires MRC-DQc

- Révision du modèle d'affaires avec les MRC de la région touristique;

#### > Table de concertation du Vieux-Québec

- Interlocuteur présent et actif pour le volet touristique;

#### > Sépaq

- Interlocuteur présent dans les comités régionaux (réserve faunique de Portneuf, parc national de la Jacques-Cartier, etc.)

### Les programmes de soutien à l'industrie

Au total, 49 entreprises touristiques ont reçu une réponse favorable et ont bénéficié des leviers financiers suivants:

- > Pour le volet EPRTNT, ce sont 28 projets qui ont reçu un appui financier;
- > Pour le volet DQc, ce sont 21 projets qui ont bénéficié d'un appui financier.

### Financement, accompagnement et services-conseils

- > 145 entreprises ont bénéficié de services-conseils et d'accompagnement stratégique pour le développement d'un projet touristique;
- > 49 entreprises ont reçu un appui financier qui se répartit de la façon suivante:

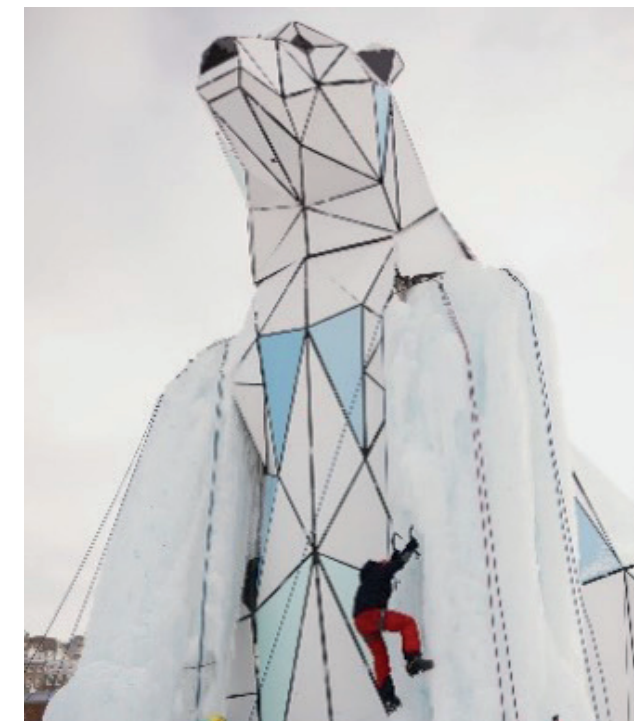
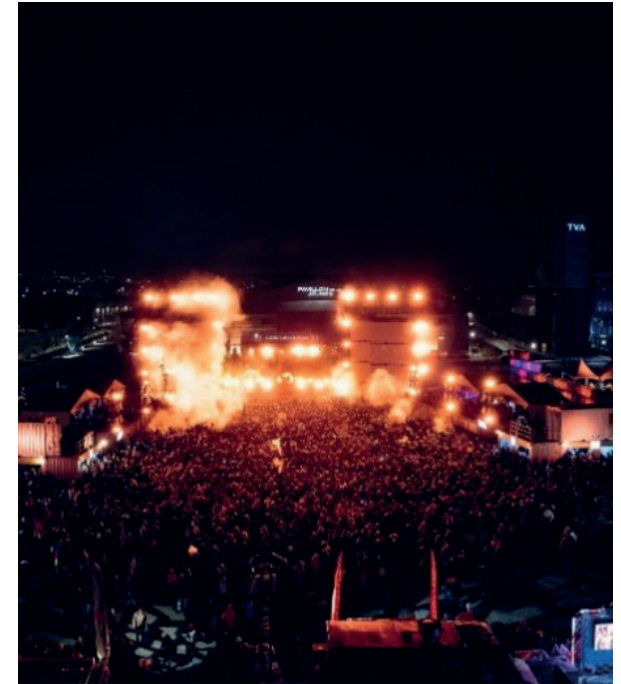
EXPÉRIENCES	INVESTISSEMENTS		INVESTISSEMENT TOTAUX DQc, partenaires et entreprises	NOMBRE DE PROJETS
	DQc	MTO		
Culture	966 504 \$	290 495 \$	79 273 118 \$	27
Neige	782 710 \$	632 290 \$	28 384 611 \$	11
Fleuve et croisières	125 088 \$	14 913 \$	4 620 882 \$	3
Nature et aventure	252 207 \$	205 792 \$	5 386 845 \$	8
<b>Total</b>	<b>2 126 509 \$</b>	<b>1 143 489 \$</b>	<b>117 665 456 \$</b>	<b>49</b>

- > Pour le volet sportif (réparti dans les expériences touristiques prioritaires), ce sont 14 projets qui ont été soutenus pour un peu plus de 900 000 \$.

### EXEMPLES DE PROJETS STRUCTURANTS DÉVELOPPÉS ET SOUTENUS EN 2023

#### IglooFest 2023 1<sup>re</sup> édition à Québec

Tenu du 2 au 4 mars 2023, cet événement a mis en lumière la variété de styles et d'arts qui composent la musique électronique, et a permis au public de se réappropriier l'hiver québécois dans une atmosphère festive et chaleureuse. Le festival s'est étalé sur trois soirées de spectacles proposant une combinaison de DJ de grande renommée (têtes d'affiche) et d'artistes de grand talent. Pour l'occasion, la place Jean-Béliveau s'est animée d'une telle façon que l'événement s'est assuré d'une édition en 2024.



#### Carnaval de Québec 2024

##### 70<sup>e</sup> anniversaire

L'événement qui s'est déroulé du 25 janvier au 11 février 2023 a su se réinventer pour souligner ses 70 ans. Plusieurs nouveautés ont fait leur apparition pour charmer les visiteurs, notamment la Cité de glisse avec ses trois pentes transformées en glissades urbaines, le Gougoune et doudoune M. Christie avec son ours d'escalade de glace et la tyrolienne du Camping de Bonhomme Vidéotron. Les traditionnels Bal de Bonhomme, défilés de nuit et course en canot ont également ravi les foules. Les festivités s'inscrivent dans la vision de DQc de développer l'offre hivernale à son maximum et la grande affluence tout au long de l'événement a démontré l'attractivité du Carnaval.

## Festival de la Banquise 2024

(5<sup>e</sup> édition)

Du 1<sup>er</sup> au 3 mars 2024, l'événement, qui s'est tenu sur le quai de la ville de Portneuf, a mis en valeur le sport patrimonial de Québec qu'est le canot à glace. Sa programmation alliant sport, culture et gastronomie a permis de célébrer le patrimoine immatériel du canot à glace, ainsi que l'hiver et le terroir québécois. En plus de faire rayonner la richesse maritime de la MRC de Portneuf et la culture d'ici, ce festival multidisciplinaire a provoqué des rencontres intergénérationnelles entre les porteurs de tradition et ceux qui leur succéderont. Il répondait également à l'objectif de DQc de développer l'offre touristique sur l'ensemble du territoire de la région de Québec.



## Innovation

DQc a la conviction que l'innovation est un pilier fort du développement de projets porteurs pour la destination et pour les produits touristiques. C'est ainsi que l'organisation a poursuivi son implication active en 2023 pour s'ancre davantage dans une culture d'innovation.

### Grand partenaire du MT Lab

Dans le but de renforcer la culture d'innovation à l'interne et auprès de ses membres, DQc poursuit ses actions à titre de grand partenaire du MT Lab. Cette association lui permet de s'ancre davantage dans la culture de l'innovation en resserrant les liens de réciprocité entre l'industrie et les startups, de susciter et de soutenir l'innovation ouverte sous toutes ses formes dans le domaine du tourisme, de la culture et du divertissement, ainsi que de générer de multiples effets positifs au bénéfice de tous ces domaines et de favoriser leur rayonnement à l'ensemble de l'industrie touristique de Québec.

### Lancement d'un pôle d'innovation en tourisme durable

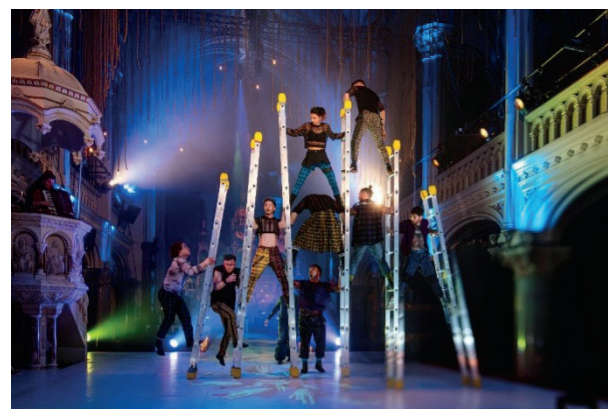
Parce que Québec est une ville d'innovation touristique durable, DQc a cofondé un pôle d'innovation en tourisme durable à Québec. De la sorte, le MT Lab s'engage à accélérer des solutions d'impact répondant aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux du monde du tourisme, et de faire du Québec, et de la région de Québec, un leader mondial en tourisme durable. DQc vise à mieux répondre aux besoins de l'industrie et à être en accord avec les valeurs d'inclusion et de respect de l'environnement portées par les visiteurs. Cette initiative profitera à l'ensemble de l'industrie touristique du Québec.

Pour ce faire, les actions suivantes ont été réalisées en 2023 :

- > En février, les bureaux du Pôle d'innovation en tourisme durable ont été inaugurés à Québec. Un lieu physique et une ressource humaine à temps plein sont dédiés à la concrétisation du projet;
- > Deux appels à défis ont été lancés en lien avec des solutions en tourisme durable;
- > Le programme Empreinte a été lancé, afin de créer la première cohorte de startups en tourisme durable;
- > Un maillage a été réalisé avec le Plan montages, afin d'accompagner les entreprises et d'accélérer la transition durable de l'industrie touristique.

### Événements inspirants auxquels DQc a participé :

- > Symposium de Tourisme Durable Québec
- > C2MTL (Montréal)
- > GDS Forum & CityDNA (Valence - Espagne)



### L'expérience Grand-Mess'

Grand-Mess' est une expérience artistique présentée du 31 janvier au 24 février 2024 dans à l'Église Saint-Charles de Limoilou. Ce projet, réalisé par Machine de Cirque, a allié innovation et patrimoine, offrant ainsi une expérience culturelle immersive et mémorable qui a enrichi l'offre touristique de la région en période hivernale. Il participait aussi à une répartition plus équilibrée des visiteurs sur le territoire en revitalisant un quartier en périphérie de la ville de Québec.

## Service aux membres

849

ENTREPRISES  
MEMBRES

45

NOUVEAUX  
MEMBRES EN 2022

61

INFOLETTRES À  
L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

# Tourisme durable

DQc poursuit la mise en œuvre de son plan d'action en tourisme durable 2022-2024. Celui-ci lui permettra de faire rayonner les atouts irrédutibles déjà présents dans la destination en optant pour un développement touristique de la région intégrant les trois piliers du développement durable, soit : l'économie, le social et l'environnement.

Cette transition pour faire de Québec une destination durable pourra être réalisée grâce à l'engagement et à la volonté des entreprises touristiques ainsi qu'au soutien des partenaires, en plus de la collaboration des résidents de la région.

## Axe 1

### Contribuer à la qualité de vie des résidents

En 2023, DQc a finalisé sa stratégie de « résident ambassadeur ».

**Les actions qui la composent se déclinent ainsi :**

- > Mise à jour d'une page web dédiée à la fierté locale avec partage d'informations, interactions, répertoire de rabais et collecte de secrets bien gardés pour utilisation future;
- > Personnification des différents outils marketing et mise de l'avant du résident dans les campagnes promotionnelles;
- > Mise en action du comité Destination Jeunesse (4 jeunes de la région de 12 à 17 ans) adoptant le rôle de jeunes ambassadeurs touristiques de Québec. Des rencontres ont été effectuées aux trois mois pour discuter de divers enjeux (mobilité, main-d'œuvre, gestion du flux, diversification de l'offre et autres sujets à venir). S'ajoutent à celles-ci des rencontres et des présentations liées à des mandats précis provenant de l'industrie, afin de connaître l'opinion des jeunes dans leur sphère d'activité (p. ex. participation des membres du comité à la validation d'une exposition du Musée de la civilisation et participation d'une représentante du comité aux présentations du Symposium international sur l'intendance des destinations de Destination Canada);
- > Partenariat et mise en place d'un premier lieu de rencontre, dans les locaux d'EXMURO, pour permettre aux résidents d'être davantage interpellés dans les projets en cours et à venir. En 2024, DQc souhaite créer davantage de liens entre les touristes et les résidents dans ce lieu unique, et développer d'autres lieux de rencontre;
- > Mise en place du projet pilote Explore Québec cité dans l'objectif de permettre une meilleure gestion du flux touristique, et ainsi favoriser un achalandage équilibré. Le succès du projet permet de le prolonger en 2024;
- > Octroi d'un mandat à la Fabrique de la mobilité Québec afin d'effectuer une étude de faisabilité pour une mobilité durable et connectée dans le secteur du Vieux-Québec. L'étude permettra d'optimiser l'organisation et la présentation de l'offre de service aux usagers afin de faciliter la mobilité vers d'autres zones touristiques.

## Axe 2

### Accompagner les entreprises de la région de Québec dans le virage vers un tourisme responsable et durable

- > Mise en place du projet d'accompagnement à la certification Biosphere avec comme objectif d'accompagner 100 entreprises d'ici 2026. La première cohorte a été lancée en novembre 2023 et compte 27 entreprises de divers secteurs touristiques;
- > En mars 2023, DQc a tenu une rencontre avec le comité de développement durable regroupant les

principales parties prenantes de l'industrie touristique. L'objectif était de présenter la reformulation du Plan d'action triennal en Tourisme durable 2022-2024 de DQc et le programme d'accompagnement à la certification Biosphere;

- > En novembre 2023, une série de 12 webinaires et de 4 grands rassemblements en présentiel a été mise en place dans le cadre du Plan montagnes afin de former, d'outiller et d'inspirer les entreprises touristiques à développer des projets collaboratifs et à adopter des pratiques responsables et durables;
- > En novembre 2023, DQc a commencé l'élaboration d'indicateurs pour mesurer la performance et l'impact du tourisme à destination. Cet outil sera finalisé au courant de la prochaine année;
- > Conception d'un guide des meilleures pratiques durables dans les festivals et événements en collaboration avec Événements Attractions Québec (ÉAQ). Ce guide est disponible sur le site web de DQc dans la boîte à outils. La réflexion autour d'un outil de mesure de performance des événements en matière de durabilité est en cours.

## Axe 3

### Valoriser l'offre et promouvoir les actions en tourisme durable et responsable de la région de Québec

- > Réalisation d'un projet pilote entre DQc, le RTC et l'AHRQ : près de 16 000 cartes d'autobus (de 3 jours illimités) ont été offertes par les établissements d'hébergement aux visiteurs séjournant 2 nuitées et plus;
- > Achats de 104 casques de vélo remis à 52 hôteliers, afin d'encourager les touristes à utiliser le service à Vélo du RTC;
- > Augmentation du taux d'achalandage de 86 % pour la page web d'information dédiée au tourisme durable pour les résidents (fierté locale), et de 246 % pour la page web d'information dédiée au tourisme durable. La mise à jour continue de ces pages permet de garder les lecteurs intéressés et d'avoir un contenu actuel et apprécié.

## Axe 4

### Faire de DQc un organisme et un milieu de travail durables et responsables

- > Formation de l'équipe responsable du tourisme durable, afin que les employés soient de bons ambassadeurs de la durabilité à l'interne de l'organisation. Ils sont maintenant certifiés GSTC et ont suivi le parcours de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec. L'équipe a également été accompagnée par la firme Ellio, grâce à un programme d'aide offert par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, afin de valider et de mieux implanter certaines actions en tourisme durable en cours et à venir;
- > Amélioration de la collecte de données dans l'outil SAM : lors du renouvellement d'adhésion des membres DQc, ajout de questions sur leurs réalisations en DD. Collecte de 36 % de nouvelles informations concernant les pratiques durables des membres ayant répondu positivement à l'une des questions de développement durable lors du renouvellement de leur adhésion annuelle;
- > Mise en place de 75 % de la politique interne, notamment par le comité santé mieux-être. Seulement 4 des 16 actions prévues sont manquantes et seront mises en place en 2024;
- > À l'automne 2023, DQc s'est engagée dans la démarche du programme de certification Biosphere comme organisation. L'objectif est d'obtenir cette certification au début de l'année 2024. DQc s'est également engagée dans le programme de certification Biosphere pour la destination en vue de l'obtenir d'ici l'audit du GDS en mai 2024.



## GDS

Deuxième année de participation au Global Destination Sustainability Index (GDS) pour une reconnaissance mondiale des efforts de DQc afin de devenir une destination plus durable. DQc s'efforce d'augmenter son pointage d'année en année et est donc fière d'avoir obtenu la note de 64 % (+11 %) et le 49<sup>e</sup> rang mondial (+6 places).

## Plan montagnes

Le ministère du Tourisme a lancé en 2022 son «Plan montagnes» et a ainsi octroyé une enveloppe budgétaire à DQc pour fédérer les différents territoires de la région et mobiliser l'écosystème touristique local et la collectivité autour d'un projet porteur qui permettra à terme de structurer les pôles et axes touristiques sur quatre saisons.

Ainsi, l'année 2022 aura permis à DQc de se structurer et de déterminer sa vision :

- > Le Plan montagnes de DQc vise notamment à accroître la vitalité et la résilience de l'écosystème d'entreprises et de communautés gravitant autour du tourisme de montagne dans les quatre territoires à l'intérieur de la région touristique de Québec (MRC de La Jacques-Cartier, de la Côte-de-Beaupré, de Portneuf, de L'Île-d'Orléans et de Wendake).

En 2023, DQc a mis en place un mécanisme de concertation et de mobilisation de l'écosystème d'entreprises et d'organismes gravitant autour des montagnes et des espaces naturels de la région. Les objectifs premiers sont la mobilisation, la collaboration, la cocréation, l'innovation par MRC et entre les MRC, et l'identification de chantiers communs. Dans le cadre de cette première étape :

- > Plus de 70 entrepreneurs ont été rencontrés et plus d'une trentaine d'organismes de soutien ont été cartographiés et mobilisés;
- > Une communauté entrepreneuriale montagnes et nature a été créée;
- > Plusieurs besoins communs à l'ensemble du territoire ont été identifiés. En réponse à ses besoins, DQc a mis en place en novembre une série de 12 webinaires et de 4 grands rassemblements en présentiel afin de former, d'outiller et d'inspirer les entreprises touristiques à développer des projets collaboratifs et à adopter des pratiques responsables et durables. Cette série d'événements se tiendra jusqu'en février 2025;
- > Des plateformes de communication spécifiques ont été déployées afin de créer un espace d'échange et de maillage pour la communauté entrepreneuriale montagnes et nature : un site Internet, une page Facebook et une page LinkedIn. Ces plateformes servent aussi à promouvoir la programmation événementielle lancée en novembre dernier;
- > Le lancement d'un programme de financement sous forme de concours entrepreneurial a été préparé. Une enveloppe de 1 M\$ sera disponible dans le cadre de ce programme et permettra de soutenir des projets de diversification en tourisme responsable et durable sur quatre saisons. Le lancement est prévu en janvier 2024.



# Main-d'œuvre

Les employés des entreprises touristiques sont le visage et la voix de l'expérience chaleureuse et authentique vécue par les visiteurs dans la destination. C'est pourquoi DQc est à pied d'œuvre pour soutenir les organisations de la région dans leur recrutement.

## Capitale francophone des Amériques - recrutement d'étudiants anglophones

### Programme Explore

En association avec l'Université Laval, une invitation a été faite à des étudiants anglophones à jumeler leur expérience d'apprentissage de la langue française à un emploi dans l'industrie touristique à Québec.

Ainsi, pour une deuxième année, les étudiants participant au programme Explore du gouvernement du Canada se sont vu offrir la possibilité de travailler dans l'un des secteurs touristiques de la région de Québec pendant leur session de cours et au-delà de celle-ci (cinq semaines minimum).

Les deux cohortes combinées ont permis de fournir un emploi à une cinquantaine d'étudiants. Les employeurs partenaires sont : Fairmont Le Château Frontenac, Groupe Germain (Hôtel Alt Québec), Croisières AML, Hôtel Le Bonne Entente, Mary's Popcorn, Boutique du Lys et Echo Sports (location de vélos).

### Programme FuturParfait

DQc a créé un partenariat avec FuturParfait par Katimavik, un nouveau programme visant à stimuler l'employabilité et le professionnalisme des jeunes travailleurs. Il propose des expériences de travail ayant un potentiel d'emploi à long terme et vise à combler le fossé entre les générations qui quittent le marché du travail et celles qui y entrent.

Ce partenariat a permis aux entreprises touristiques d'avoir accès exclusivement à ce formidable bassin de travailleurs canadiens, en plus d'offrir aux jeunes recrutés l'occasion de développer leur professionnalisme par l'entremise d'une formation pratique et intensive, d'une expérience de travail garantie et d'une collaboration avec des employeurs reconnus.

Au total, ce sont trois cohortes différentes d'une trentaine de jeunes qui ont été accueillies entre mai 2023 et mars 2024. Ces participants ont eu l'occasion de travailler à temps plein durant trois mois au sein des entreprises touristiques de la région et de vivre une immersion francophone incluant des cours de français.

## Embauche d'une chargée de projets en main-d'œuvre

DQc et l'AHRQ ont mis en place un fonds provenant d'une partie des revenus régionaux de la taxe sur l'hébergement afin d'agir de manière concertée sur le dossier la pénurie de main-d'œuvre et de soutenir l'industrie dans ce défi. Même si plusieurs actions et ajustements ont déjà été réalisés par les organisations depuis la pandémie, un réel portrait des besoins des organisations pour répondre au contexte d'aujourd'hui et pour prévoir au mieux celui de demain est nécessaire. Ainsi, le comité de gestion a préconisé l'embauche d'une ressource qui se penchera à temps plein sur cet enjeu et proposera des pistes de solution aux besoins plus qu'immédiats en main-d'œuvre. Elle réalisera un état des lieux du secteur, prendra le pouls du terrain, réalisera une veille stratégique et une analyse des opportunités déjà proposées par les institutions et les organismes du domaine de l'emploi, évaluera les meilleures pratiques, puis élaborera un plan d'action pour les années subséquentes.

## Autres actions mises en place

- > Création d'une section « Emplois » sur le site Internet de DQc;
- > Création de liens avec les organismes concernés en employabilité;
- > Participation au comité de travail du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT) sur l'immigration.



# Distinctions

## PORTHOLE CRUISE MAGAZINE (USA) – READERS' CHOICE AWARD 2023

Les lecteurs du magazine *Porthole Cruise Magazine* (USA) ont décerné à Québec le titre de meilleure destination croisières sur l'itinéraire Canada/Nouvelle-Angleterre.

## CONDÉ NAST TRAVELLER

Québec se taille une place dans le palmarès des 32 meilleurs endroits où passer Noël dans le monde.

## AIRBNB

Québec se hisse au 3<sup>e</sup> rang des destinations mondiales les plus tendances pour le temps des Fêtes et la saison hivernale.

## CONDÉ NAST TRAVELLER (UK) – READERS' CHOICE AWARDS 2023

Québec se classe 6<sup>e</sup> parmi les meilleures villes au monde où manger.

## CONDÉ NAST TRAVELLER (UK) – READERS' CHOICE AWARDS 2023

Québec se classe 5<sup>e</sup> parmi les villes les plus accueillantes au monde.

## TRAVEL + LEISURE – WORLD'S BEST AWARDS 2023

La région de Québec séduit toujours autant alors qu'elle a reçu la reconnaissance des lecteurs du magazine *Travel + Leisure* qui la nomme encore cette année meilleure destination au Canada pour une huitième fois.

## TRIPADVISOR – TRAVELERS CHOICE AWARDS 2023

Québec se classe au 6<sup>e</sup> rang dans la catégorie Le meilleur des destinations populaires au Canada (Best of the Best of Canada).

## QUELQUES-UNES DES ENTREPRISES HONORÉES EN 2023

### ARVI

- > 78<sup>e</sup> meilleur restaurant au Canada – Canada's 100 best 2023

### Alentours

- > Prix Restaurant de l'année aux Lauriers de la gastronomie québécoise 2023

### Auberge Saint-Antoine

- > 3<sup>e</sup> meilleur hôtel au Canada – Travel + Leisure World's Best Awards 2023
- > 13<sup>e</sup> meilleur hôtel au Canada – TripAdvisor Travellers' Choice Awards 2023
- > 10<sup>e</sup> meilleur hôtel au Canada selon Condé Nast Traveller's Readers' Choice Awards 2023
- > Au palmarès des Star Award Winners 2023 du *Forbes Travel Guide*

### Chez Muffy

- > Au palmarès des Star Award Winners 2023 du *Forbes Travel Guide*

### Empire 47

- > Prix Événement ou attraction touristique de l'année aux Fidéides 2023

### Fairmont Le Château Frontenac

- > 19<sup>e</sup> meilleur hôtel luxueux au Canada – TripAdvisor Travellers' Choice Awards 2023

### Hotel Le Bonne Entente

- > Au palmarès des Star Award Winners 2023 du *Forbes Travel Guide*

### Hôtel 71

- > 15<sup>e</sup> meilleur hôtel au Canada – TripAdvisor Travellers' Choice Awards 2023

### Le Capitol Hôtel

- > Obtention de la classification Quatre Diamants décernée par le Guide CAA-AAA

### Melba

- > Prix Restaurant de l'année aux Lauriers de la gastronomie québécoise 2023

### Monsieur Jean, l'hôtel particulier

- > 11<sup>e</sup> meilleur hôtel au Canada – TripAdvisor Travellers' Choice Awards 2023

### Musée de la civilisation

- > Prix Industrie touristique de l'année aux Fidéides 2023

### Restaurant La Traite

- > Prix Tourisme gourmand aux Lauriers de la gastronomie québécoise 2023

### Tanière<sup>3</sup>

- > 90<sup>e</sup> meilleur restaurant au Canada – Canada's 100 best 2023
- > Prix Restaurant de l'année aux Lauriers de la gastronomie québécoise 2023

# Annexes

## Composition du conseil 2023-2024

**LEPAGE, Caroline**  
Présidente  
Tourisme d'affaires

**CHARLAND, Lucie**  
Vice-présidente du conseil  
Croisières AML

**MCKINLEY, Samantha**  
Secrétaire du conseil  
Festival d'été de Québec

**BÉDARD, Marc-André**  
Aéroport international  
Jean-Lesage de Québec

**BOUCHARD, P. Michel**  
Société du centre  
des congrès de Québec

**CLARKE, Alupa**  
Association hôtelière  
de la région de Québec

**CHENIER, Catherine**  
ExpoCité

**CÔTÉ, Jean-François**  
Hôtelier

**HALL, Ken**  
Président comité marketing  
Fairmont Le Château Frontenac

**NADEAU, Sandra**  
Village Vacances Valcartier

**OLLAT, Jonathan**  
Restaurant L'Atelier

**ROBITAILLE, Daniel**  
Président comité éthique  
et gouvernance  
MRC de la Côte-de-Beaupré

**VINCENT, Mélanie**  
Gestion MV Management

## Comité marketing

**CARON, Dannie**  
OTQ – HD Marketing

**CÔTÉ, Sarah**  
AHRQ – Hôtel  
Le Germain Québec

**DE BLOIS, Geneviève**  
Vice-présidente du conseil  
OTQ – Musée de la civilisation

**HALL, Ken**  
Président  
AHRQ – Fairmont  
Le Château Frontenac

**HAMEL, Marika**  
AHRQ – Littoral - Hôtel & spa

**JACOB, Marie-Ève**  
OTQ – Carnaval de Québec

**JULLIAND, Philippe**  
OTQ – Hôtel Howard Johnson

**MC KINLEY, Samantha**  
OTQ – Festival d'été de Québec

**MARIER, Gilles**  
AHRQ – Hôtel  
et Suites Normandin

**MORIN, Stéphane**  
AHRQ – Fairmont  
Le Château Frontenac

**ROY, Sébastien**  
AHRQ – Delta  
Mont-Sainte-Anne

**TARDIF, Julie**  
OTQ – Massif de Charlevoix

## Comité CEGO

**ROBITAILLE, Daniel**  
Président du comité  
MRC de la Côte-de-Beaupré

**CHARLAND, Lucie**  
Croisières AML

**COULOMBE, Chantale**  
Collège des administrateurs  
de sociétés – Université Laval

**PELLETIER, Jean**  
Entrejean (consultant)

**TALBOT, Annie**  
Commission des champs  
de bataille nationaux





# États financiers 2023

## Rapport de l'auditeur indépendant

Aux membres de Destination Québec cité,

### Opinion

Nous avons effectué l'audit des résultats (informations financières) de DESTINATION QUÉBEC CITÉ (DQc) pour l'exercice terminé le 31 décembre 2023, ainsi que les notes complémentaires y compris le résumé des principales méthodes comptables.

À notre avis, les informations financières ci-jointes donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle des résultats pour DQc pour l'exercice terminé le 31 décembre 2023, conformément aux normes comptables canadiennes pour le secteur public.

### Fondement de l'opinion

Nous avons effectué notre audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'auditeur en regard de l'audit des informations financières » du présent rapport. Nous sommes indépendants de DQc conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à notre audit des informations financières au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités déontologiques qui nous incombent selon ces règles. Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

### Observation - État des sommes affectées à des fins particulières

Nous attirons l'attention sur le fait que les informations présentées à l'état des sommes affectées à des fins particulières (Annexe B) n'ont pas fait l'objet d'un audit. Notre opinion n'est pas modifiée à l'égard de ce point.

### Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard de l'état des résultats

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle des informations financières conformément aux normes comptables canadiennes pour le secteur public, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'informations financières exemptes d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de DQc.

### Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit de l'état des résultats

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les informations financières prises dans leur ensemble sont exemptes d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant notre opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, individuellement ou collectivement, elles puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des informations financières prennent en se fondant sur celles-ci.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, nous exerçons notre jugement professionnel et faisons preuve d'esprit critique tout au long de cet audit.

En outre :

- > Nous identifions et évaluons les risques que les informations financières comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, concevons et mettons en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunissons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;
- > Nous acquérons une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de DQc;
- > Nous apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, le cas échéant, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière;
- > Nous évaluons la présentation d'ensemble, la structure et le contenu des informations financières, y compris les informations fournies dans les notes, et apprécions si les informations financières représentent les opérations et événements sous-jacents d'une manière propre à donner une image fidèle.

Nous communiquons aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et nos constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que nous aurions relevée au cours de notre audit.

Mallette S.E.N.C.R.L.

Société de comptables professionnels agréés

Québec, Québec

Le 8 mai 2024

*Mallette s.e.n.c.r.l.*<sup>1</sup>

# État des résultats

## Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2023

	2023		2022
	BUDGET ( \$ ) note 3	RÉEL ( \$ )	RÉEL ( \$ )
<b>REVENU</b>			
<b>Taxe sur l'hébergement</b>			
Mise en marché	9 528 500	12 109 420	9 514 499
Crédits marketing utilisés	646 000	663 265	695 149
Destiné aux projets conjoints AHRQ - DQc	1 776 500	224 181	156 543
Destiné à l'Alliance de l'industrie touristique du Québec	2 850 000	3 457 814	2 745 967
Développement de l'offre	3 553 000	4 310 741	3 423 306
Administration	646 000	857 151	622 419
<b>Total – Taxe sur l'hébergement</b>	<b>19 000 000</b>	<b>21 622 572</b>	<b>17 157 883</b>
<b>Secteur public</b>			
Gouvernance régionale			
Ville de Québec	7 714 000	7 161 433	7 327 591
Gouvernement du Québec			
Ministère du Tourisme - Subvention d'opérations	844 400	844 423	819 423
Ministère du Tourisme - EPRT (2016-2020)	-	-	116 311
Ministère du Tourisme - EPRT (Volet 1 et volet 3)	-	279 849	957 362
Ministère du Tourisme - EPRT (Volet 4) (note 5)	-	-	1 485 251
Ministère du Tourisme - EPRTNT (2022-2025) (note 5)	2 260 600	775 450	-
Ministère du Tourisme - Porte d'entrée (note 5)	2 407 500	2 553 012	811 920
Ministère du Tourisme - Plan montagnes (note 5)	1 057 300	159 790	96 248
Ministère du Tourisme - Entente de développement numérique des entreprises touristiques - EDNET	159 700	54 229	92 066
Secrétariat à la Capitale-Nationale - Rendez-Vous Canada (note 7)	-	160 000	-
	<b>6 729 500</b>	<b>4 826 753</b>	<b>4 378 581</b>
Gouvernement du Canada			
Développement économique Canada	640 000	861 250	640 000
<b>Total – Secteur public</b>	<b>15 083 500</b>	<b>12 849 436</b>	<b>12 346 172</b>
<b>Secteur privé et organismes</b>			
Alliance de l'industrie touristique du Québec (note 4)	1 500 000	1 000 000	1 700 000
Activités de mise en marché	394 700	712 534	450 158
Activités d'accueil touristique et autres	-	10 820	4 909
Cotisations et activités des membres	78 500	106 031	111 142
<b>Total – Secteur privé et organismes</b>	<b>1 973 200</b>	<b>1 829 385</b>	<b>2 266 209</b>
<b>TOTAL DES REVENUS</b>	<b>36 056 700</b>	<b>36 301 393</b>	<b>31 770 264</b>

# État des résultats

suite

	2023		2022
	BUDGET ( \$ ) note 3	RÉEL ( \$ )	RÉEL ( \$ )
<b>TOTAL DES REVENUS</b>	<b>36 056 700</b>	<b>36 301 393</b>	<b>31 770 264</b>
<b>CHARGES</b>			
Charges d'opération			
Mise en marché	18 026 000	18 709 270	14 267 666
Accueil touristique	1 019 400	747 022	863 434
Service aux membres	363 300	350 054	234 631
Bonification de l'expérience visiteur	400 000	178 953	62 992
Développement de l'offre	2 059 600	1 192 310	1 508 727
Versement à l'Alliance de l'industrie touristique du Québec	2 850 000	3 457 814	2 745 967
Projets conjoints AHRQ - DQc	1 776 500	65 000	-
Administration - coûts directs	956 700	1 129 891	868 987
Administration - coûts imputés	3 151 400	3 151 511	3 089 716
Total – Charges d'opération	<b>30 602 900</b>	<b>28 981 825</b>	<b>23 642 120</b>
Charges de programmes			
Programmes de développement de l'offre	3 296 300	2 483 496	8 175 331
Entente de partenariat régional en tourisme (EPRT et EPRTNT)	3 533 000	1 491 849	2 356 613
Entente de développement numérique des entreprises touristiques - EDNET	159 700	54 229	92 066
Porte d'entrée	2 407 500	2 553 012	689 226
Plan montagnes	1 057 300	159 790	96 248
Total – Charges de programmes	<b>10 453 800</b>	<b>6 742 376</b>	<b>11 409 484</b>
<b>TOTAL DES CHARGES</b>	<b>41 056 700</b>	<b>35 724 201</b>	<b>35 051 604</b>
EXCÉDENT (INSUFFISANCE) DES REVENUS SUR LES CHARGES (note 3)	(5 000 000)	577 192	(3 281 340)
Appropriation de résultats cumulés antérieurs	5 000 000		
<b>RÉSULTATS NETS BUDGÉTÉS</b>	<b>-</b>		

# Notes complémentaires

Au 31 décembre 2023

## 1. STATUTS CONSTITUTIFS ET NATURE DES ACTIVITÉS

Destination Québec cité (DQc) est un service municipal de la Ville de Québec (Ville), elle-même constituée en vertu de la Charte sur la Ville de Québec, chapitre C-11.5. Il exerce, en outre, les responsabilités confiées à la Ville par le gouvernement du Québec à titre d'Association touristique régionale pour la région touristique de Québec.

## 2. PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

### Base de présentation de l'état des résultats

L'état des résultats est préparé conformément aux normes comptables canadiennes pour le secteur public.

### Comptabilité d'exercice

Les revenus et les charges sont enregistrés selon la comptabilité d'exercice. DQc reconnaît les revenus et les charges au cours de l'exercice où ont lieu les faits ou les transactions. Ces transactions sont comptabilisées sans égard au moment où les activités sont réglées par un encaissement ou un décaissement ou de toute autre façon.

### Utilisation d'estimations

La préparation d'états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour le secteur public exige que la direction ait recours à des estimations et à des hypothèses qui ont une incidence sur les montants comptabilisés à titre de revenus et de charges au cours de l'exercice. Les résultats réels pourraient différer des résultats estimatifs.

### Revenus de transfert

Les revenus de transfert sont comptabilisés dans l'exercice au cours duquel surviennent les faits qui donnent lieu aux transferts, dans la mesure où ils ont été autorisés, les critères d'admissibilité ont été satisfaits et une estimation raisonnable des montants est possible. Les transferts sont constatés à titre de revenus, sauf si les stipulations dont ils sont assortis créent une obligation répondant à la définition d'un passif.

Les revenus de transfert se composent des éléments de revenus suivants : taxe sur l'hébergement et revenus du secteur public (à l'exception du revenu de taxe sur l'hébergement destiné à l'Alliance de l'industrie touristique du Québec).

### Revenus autres que les revenus de transfert

Les revenus autres que les revenus de transfert sont comptabilisés dans l'exercice au cours duquel ont eu lieu les opérations ou les faits dont ils découlent lorsqu'il y a existence d'un accord, que les services ont été fournis, qu'une estimation raisonnable des montants est possible et que le recouvrement est raisonnablement assuré.

### Charges

Les charges comprennent le coût des biens consommés et des services obtenus au cours de l'exercice dans le cadre des activités propres à DQc et incluent les coûts imputés représentant la portion du coût des activités des divers services municipaux de la Ville attribuée à DQc. Elles présentent également la part du service de la dette et de l'amortissement des immobilisations corporelles qui lui est attribuable.

Les immobilisations corporelles, dont une part de l'amortissement est attribuée à DQc, sont comptabilisées au coût. L'amortissement est calculé en fonction de leur durée de vie utile, selon la méthode linéaire et les durées suivantes :

- > Bâtisses | 40 ans
- > Améliorations locatives (selon la durée du bail) | 15 ans
- > Ameublement et équipement de bureau | 10 ans

## 3. BUDGET

Les chiffres du budget qui apparaissent à des fins de comparaison sont ceux adoptés originalement le 15 décembre 2022 par le Conseil de DQc, mais intégrant les changements requis pour être conformes à la présentation retenue dans le présent état des résultats.

#### 4. ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

L'Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ) et DQc ont conclu une entente de partenariat d'affaires par principe de subsidiarité. En vertu de cette entente, l'AITQ donne un mandat d'exécution d'activités de mise en marché de la région de Québec sur les marchés hors Québec. Pour 2022, des campagnes promotionnelles hors Québec, principalement en Ontario et aux États-Unis, ont été réalisées. Pour 2023, des campagnes promotionnelles hors Québec, uniquement en Ontario et aux États-Unis, ont été réalisées. Les résultats financiers de cette entente se présentent comme suit :

Dépenses	2023		2022				
	Campagnes Ontario	Campagnes États-Unis	Campagnes Ontario	Campagnes Ouest canadien	Campagnes États-Unis	Croisières États-Unis	Production Ontario et États-Unis
Publicité, activités de promotion et d'accueil	1 000 000	1 000 000	1 009 000	150 000	1 300 000	50 000	500 000
	1 000 000	1 000 000	1 009 000	150 000	1 300 000	50 000	500 000
<b>Financement</b>							
AITQ	500 000	500 000	570 056	84 746	734 463	28 249	282 486
Autres ressources de DQc	500 000	500 000	438 944	65 254	565 537	21 751	217 514
	1 000 000	1 000 000	1 009 000	150 000	1 300 000	50 000	500 000

#### 5. REVENUS - MINISTÈRE DU TOURISME

Les revenus de placements générés par les sommes versées par le ministère du Tourisme ainsi que les frais de gestion encourus dans le cadre de certains programmes (EPRT - volet 4, EPRTNT 2022-2025, Plan montagnes et Porte d'entrée) sont les suivants :

Revenus de placements	2023	2022
Entente de partenariat régional en tourisme (EPRT) - volet 4	-	4 010
Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT 2022-2025)	33 478	-
Plan montagnes	37 222	10 816
Porte d'entrée	48 154	86 365
	118 854	101 191

#### Frais de gestion

Porte d'entrée	50 000	53 333
	50 000	53 333

Les revenus de placements ont été comptabilisés à titre de revenus reportés et seront disponibles pour l'octroi de subventions d'ici la fin du programme.

#### 6. ENGAGEMENTS

Conformément à la signature de diverses ententes, DQc s'est engagée à verser des subventions en vertu de ses divers programmes. Ces engagements totalisent :

	2023	2022
Programme de support à l'industrie touristique (PSIT)	1 111 783	2 131 055
Entente de partenariat régional en tourisme (EPRT 2016-2020)	87 000	67 000
Entente de partenariat régional en tourisme (EPRT - volet 3)	192 615	549 071
Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT 2022-2025)	1 039 553	45 000
Entente de développement numérique des entreprises touristiques (EDNET)	-	139 259
Relance touristique de la région de la Capitale-Nationale	66 000	204 000
Plan montagnes	-	24 062
Autres	-	33 000
	2 496 951	3 192 447

#### 7. SUBVENTION DU SECRÉTARIAT À LA CAPITALE-NATIONALE POUR L'ÉVÉNEMENT RENDEZ-VOUS CANADA

Revenus	2023	2022
Subvention du Secrétariat à la Capitale-Nationale	160 000	-
	160 000	-

#### Dépenses pour Rendez-Vous Canada

Alliance de l'industrie touristique du Québec	522 200	-
	522 200	-

#### POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2023

#### A - CHARGES PAR NATURE

	2023	2022
<b>Charges d'opération</b>		
Salaires et avantages sociaux	6 272 549	5 658 190
Publicité et édition	10 250 236	8 275 318
Subventions	7 692 250	13 287 501
Activités de promotion	779 957	732 050
Crédits marketing remboursés	626 344	545 915
Honoraires professionnels et services techniques	6 251 019	2 966 464
Frais de déplacement et de séjour	164 414	129 355
Formation	119 751	59 093
Fournitures	147 712	78 676
Affiliations à des associations	80 271	62 069
Poste et messagerie	21 854	16 355
Divers	35 883	23 010
	32 442 240	31 833 996

#### Coûts imputés

Amortissement et intérêts	524 503	514 219
Vie démocratique	694 290	680 676
Finances	523 993	513 719
Ressources humaines	374 566	367 222
Gestion des immeubles	230 804	226 278
Technologies de l'information et des télécommunications	296 157	290 350
Approvisionnements	282 785	277 240
Direction générale	111 823	109 630
Affaires juridiques	29 059	28 489
Greffe et archives	74 446	72 986
Vision stratégique et performance organisationnelle	40 497	39 703
Vérificateur général	27 864	27 318
Autres	71 174	69 778
	3 281 961	3 217 608

#### Total des charges

	35 724 201	35 051 604
--	------------	------------

Nombre d'employés (équivalent temps complet)

	57,8	50,8
--	------	------

## POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 DÉCEMBRE 2023

## B – ÉTAT DES SOMMES AFFECTÉES À DES FINS PARTICULIÈRES

	SOLDE AU 31 DÉCEMBRE 2022	VARIATIONS DE 2023		SOLDE AU 31 DÉCEMBRE 2023
		RÉSULTATS	AUTRES	
Crédits marketing	3 447 880	-	232 803	3 680 683
Projets conjoints AHRQ - DQc	652 443	-	1 196 714	1 849 157
Autres	10 927 540	577 192	-	11 504 732
	15 027 863	577 192	1 429 517	17 034 572

## NOTES SUR LES ÉLÉMENTS DE L'ÉTAT DES SOMMES AFFECTÉES À DES FINS PARTICULIÈRES

**Crédits marketing :**

Part non encore utilisée des crédits marketing provenant d'une portion de la taxe sur l'hébergement et attribués aux membres admissibles de la catégorie hébergement pour la réalisation d'activités de promotion ou de publicité autorisées.

**Projets conjoints AHRQ - DQc :**

Solde non dépensé des sommes récupérées à la suite de la diminution du pourcentage dédié aux crédits marketing provenant des revenus de la taxe sur l'hébergement (TSH).

**Autres :**

Excédent cumulé des opérations autofinancées.

**QUÉBEC** cité  
l'accent  
d'Amérique

quebec-cite.com

Tél. : 418 641-6654

399, rue Saint-Joseph Est, Québec (Québec) Canada G1K 8E2

## CRÉDITS PHOTOS

Steven D'Avignon, Jeff Frenette Photography, Francis Gagnon, André-Olivier Lyra, Audet Photo, Valérie Busque, Guy Lessard, Renaud Philippe, Francis Fontaine, Mathieu Dupuis.

Québec 

Canada 