



Destination
QUÉBEC cité

AGA 2024

Le 10 juin 2024




Ordre du jour – AGA 2024

- Mot de bienvenue
- Ouverture de l'AGA
- Adoption de l'ordre du jour
- Adoption du procès verbal de l'AGA du 8 juin 2023
- Mot de Mme Mélissa Coulombe-Leduc, Ville de Québec
- Bilan de Mme Caroline Lepage, présidente du conseil 2023-2024
- Présentation des performances touristiques et des états financiers 2023
- Présentation des projets de DQc

- Approbation de la nomination d'un administrateur au conseil

Pause-café

- Présentation des officiers et des administrateurs du conseil 2024-2025
 - Levée de l'AGA
- 



Adoption de l'ordre du jour





Adoption du procès verbal du 8 juin 2023





Mot de Mme Mélissa Coulombe-Leduc





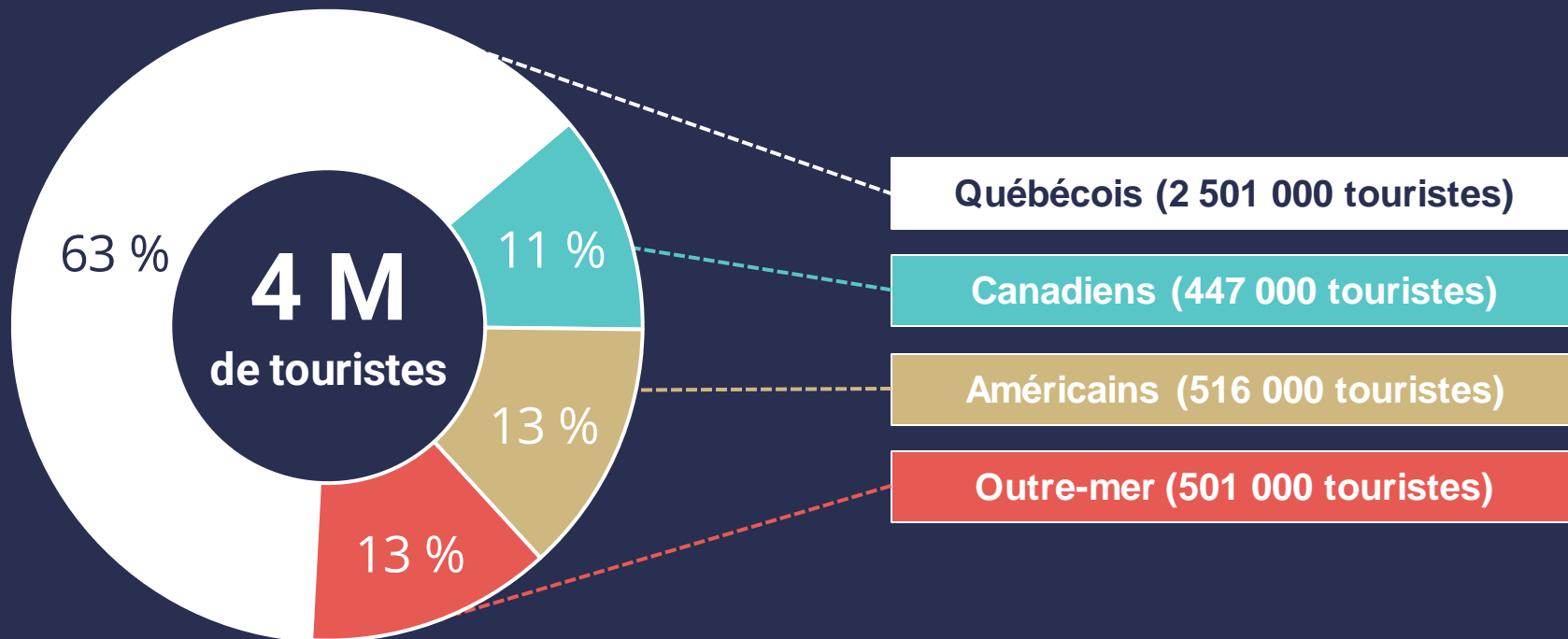
Mot de la présidente



Performances touristiques et états financiers 2023



Achalandage touristique estimé - 2023^p



* -2 % vs 2019

Nos concurrents canadiens 2023 – taux d'occupation





Québec – (parfois) championne canadienne !





Performances 2023 – bilan final officiel

Taux
d'occupation

65 %

vs 2019

- 3 pp

Tarif quotidien
moyen (ADR)

205 \$

vs 2019

+ 28 %

Revenu par chambre
disponible (RevPAR)

134 \$

vs 2019

+ 22 %

Nombre d'unités louées

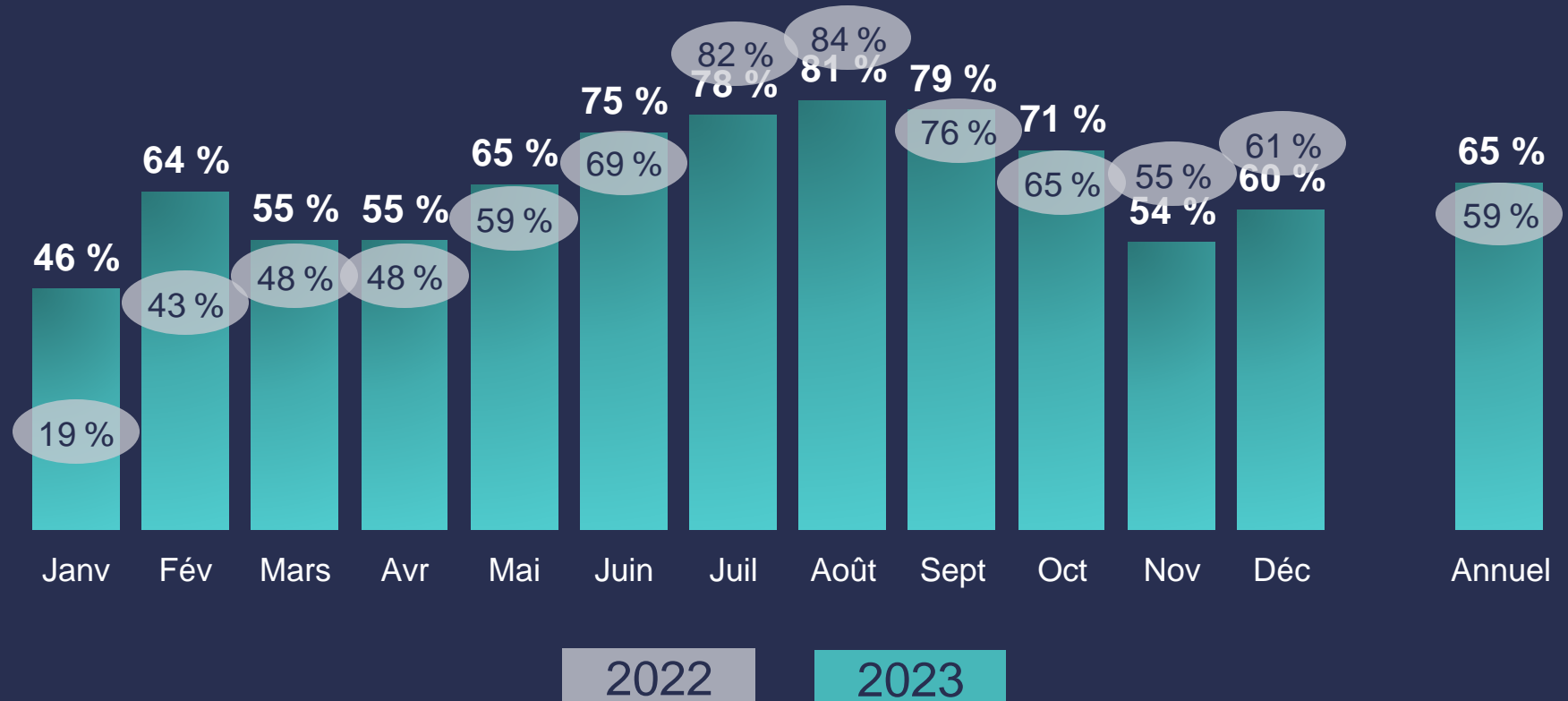
2,9M

vs 2019

+ 3 %



Taux d'occupation – région touristique de Québec





Dépenses touristiques à Québec – 2023 vs 2022



+ 22 %



+ 15 %



+ 2 %



+ 16 %

Total = + 14 %



Distinctions

7

Distinctions de la
DESTINATION

Une quinzaine
D'ENTREPRISES
touristiques honorées





Développement de l'offre

145

entreprises ont bénéficié de services-conseils et d'accompagnement stratégique pour le développement d'un projet touristique

49

projets soutenus financièrement



Commercialisation – Faits saillants

Relations avec le réseau de distribution



682 spécialistes
du voyage
accueillis



360 participants
à des formations

Événements promotionnels



Participation à
22 événements
en marché



1 083 clients
rencontrés

Relations avec les médias



12 tournages



56 influenceurs
accueillis, 505 M
d'impressions
générées



172 journalistes
accueillis



Marque touristique

Signature 3D



Parapluies Rue du Cul-de-Sac



Magazine

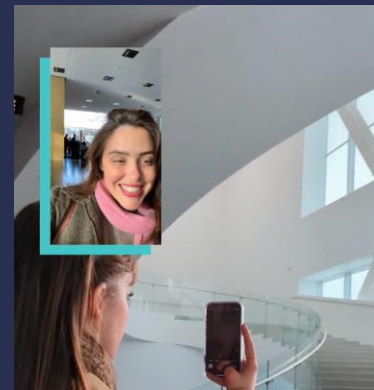
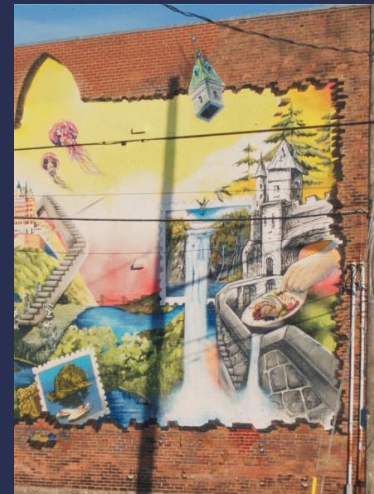




Campagnes publicitaires

Faits saillants pour l'ensemble des campagnes 2023

- ▲ 954 millions d'impressions des publicités
- ▲ 293 millions de vues des vidéos
- ▲ 4,2 millions de sessions sur le site web en provenance des campagnes
- ▲ 387 000 liens sortants vers des sites partenaires





États financiers (pour l'exercice terminé le 31 décembre 2023)

		2023		2022
		Budget	Réel	Réel
Revenus	Taxe sur l'hébergement	19 000 000	21 622 572	17 157 883
	Secteur public	15 083 500	12 849 436	12 346 172
	Secteur privé	1 973 200	1 829 385	2 266 209
	Total des revenus	36 056 700	36 301 393	31 770 264
Charges	d'opération	30 602 900	28 981 825	23 642 120
	de programmes	10 453 800	6 742 376	11 409 484
	Total des charges	41 056 700	35 724 201	35 051 604
Excédent (Insuffisance) des revenus sur les charges		(5 000 000)	577 192	(3 281 340)
Appropriation de résultats cumulés antérieurs		5 000 000		
Résultats nets budgétés		-		



QDa /
Québec Destination
affaires





Faits saillants

- Reprise du tourisme d'affaires
- Fin de la première année du plan stratégique 2023-2025
- Retombées économiques de plus de 181 M\$



Principales réalisations

- 58 activités de vente et promotion
- 786 occasions d'affaires générées
- 10 congrès internationaux tenus avec ambassadeurs



Perspectives et projets touristiques 2024





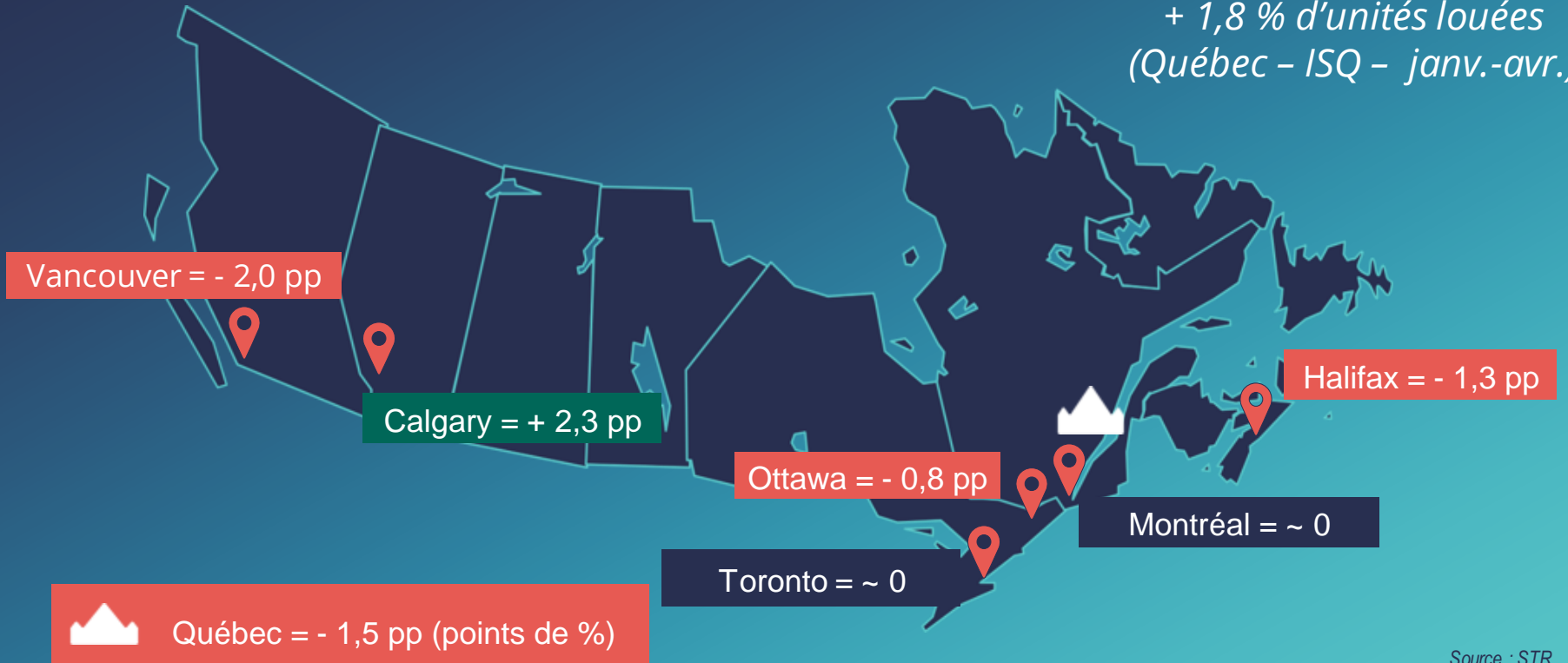
**Division de l'intelligence
d'affaires et de l'innovation
numérique**



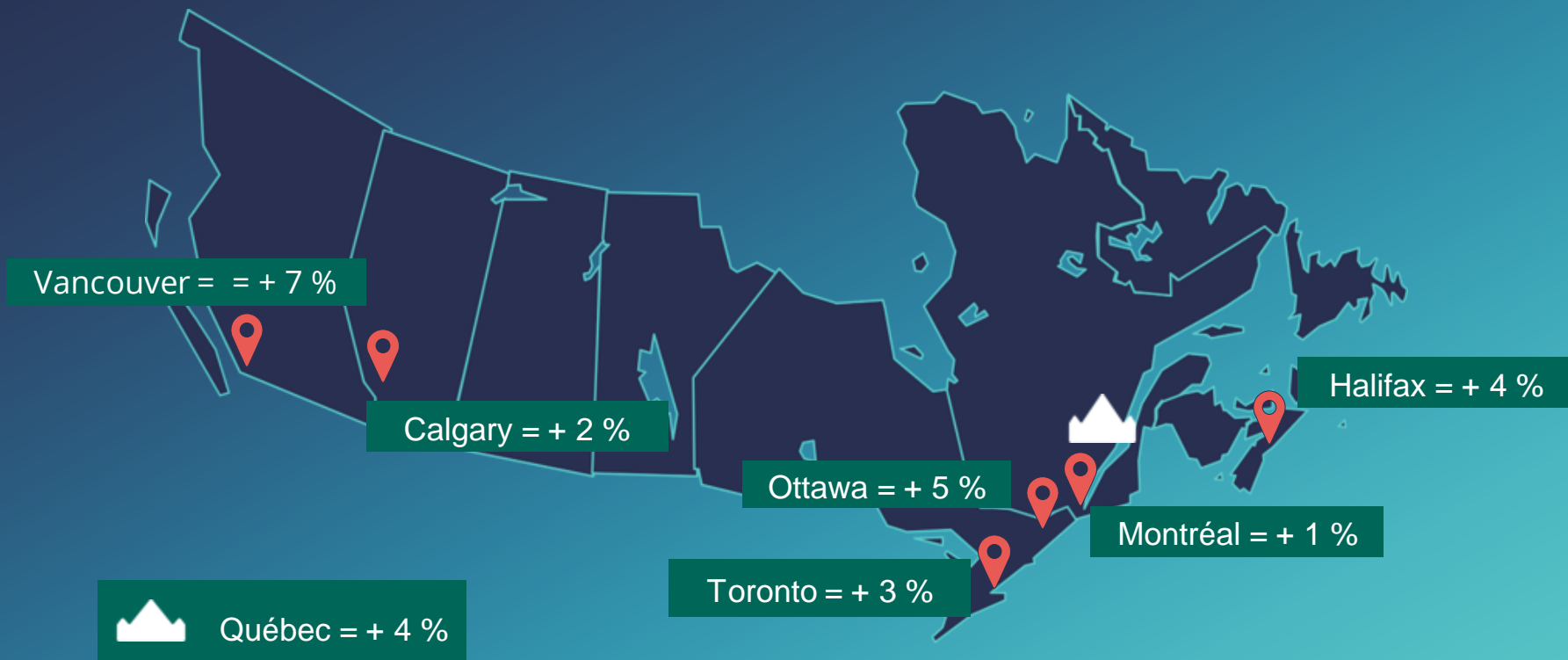
**Section du marketing
consommateur et de la
stratégie de marque**

Un début 2024 (janv.-mai) un peu plus calme en taux d'occupation *coast-to-coast*

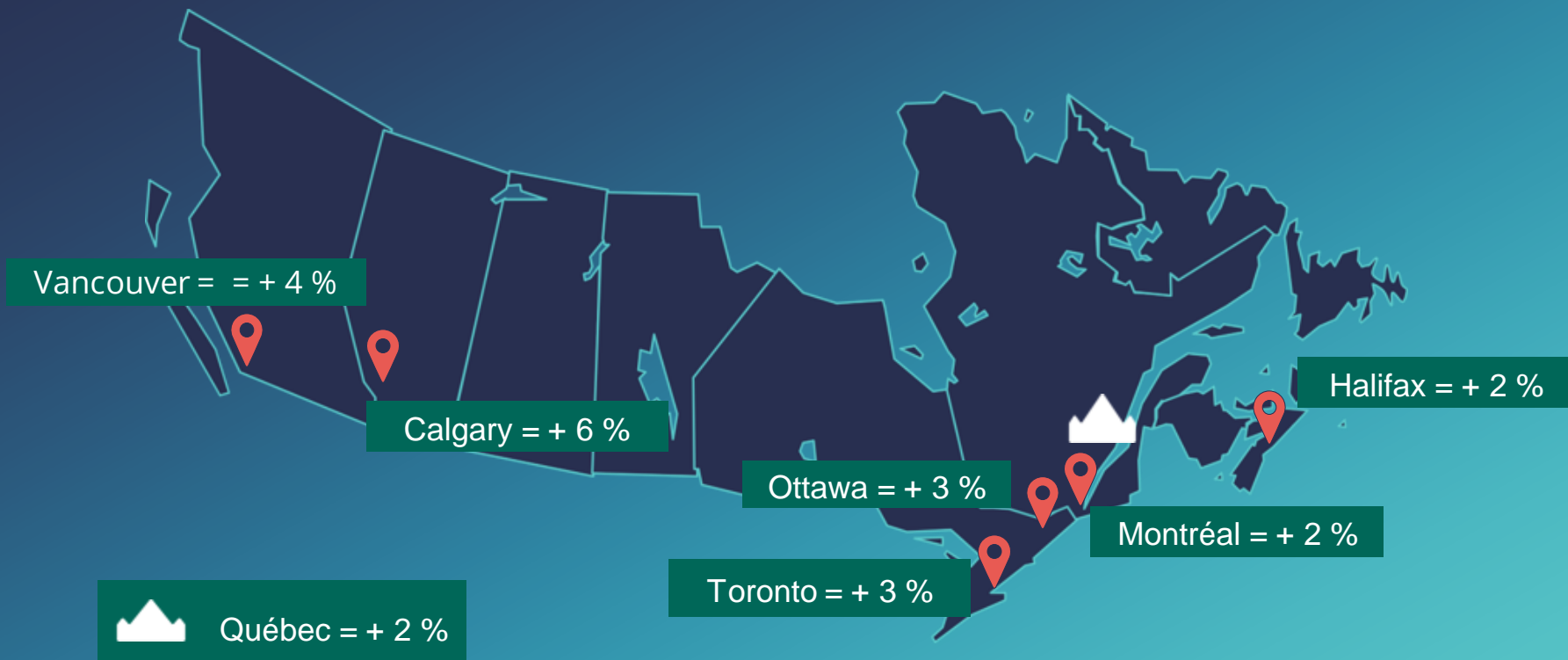
*...mais tout de même
+ 1,8 % d'unités louées
(Québec – ISQ – janv.-avr.)*



...mais une croissance des tarifs



...et des RevPar positifs





Coup d'oeil sur 2024 jusqu'à maintenant

Dépenses touristiques à Québec (vs 2023)



- 11 %



- 8 %



+ 12 %



+ 12 %

Total = - 2,6 %



Tendances de recherche sur la destination

(hébergement / vols) 3 derniers mois VS l'année précédente





L'intérêt des clientèles envers Québec est toujours présent

La région de Québec est au 1^{er} rang des régions québécoises envisagées par les touristes **québécois**.

– **Sondage CAA « Intentions de voyage – été 2024 »**

La région de Québec est au 1^{er} rang des régions québécoises envisagées par les touristes **québécois** et **français**.

La région de Québec est au 2^e rang des régions québécoises envisagées par les touristes **ontariens**, ceux des **provinces de l'Atlantique** et les **Américains du Nord-Est**.

– **Sondage MTO « Intentions de voyage – été 2024 »**





Le « booking » en avance sur l'an dernier

Nuitées en « avance » vs 2023
(à pareille date – 3 prochains mois)



87 %

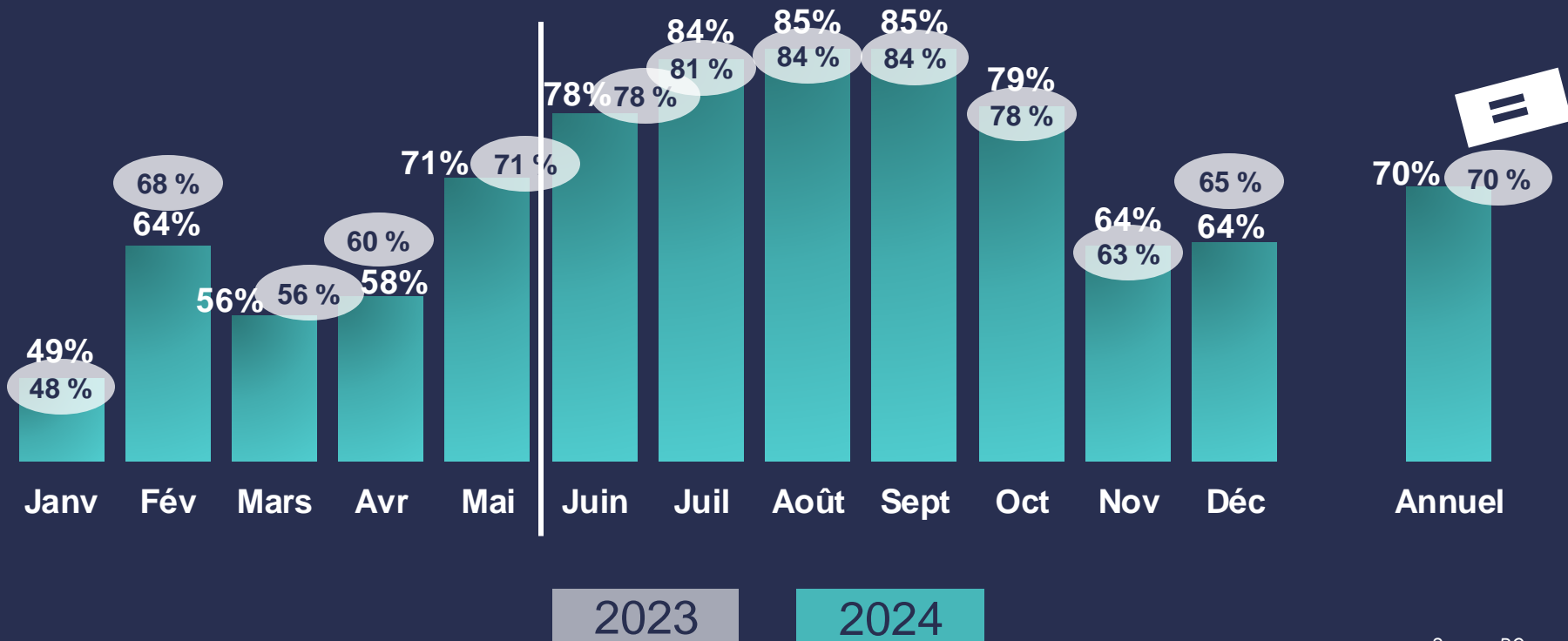
Juin : 

Juillet : 

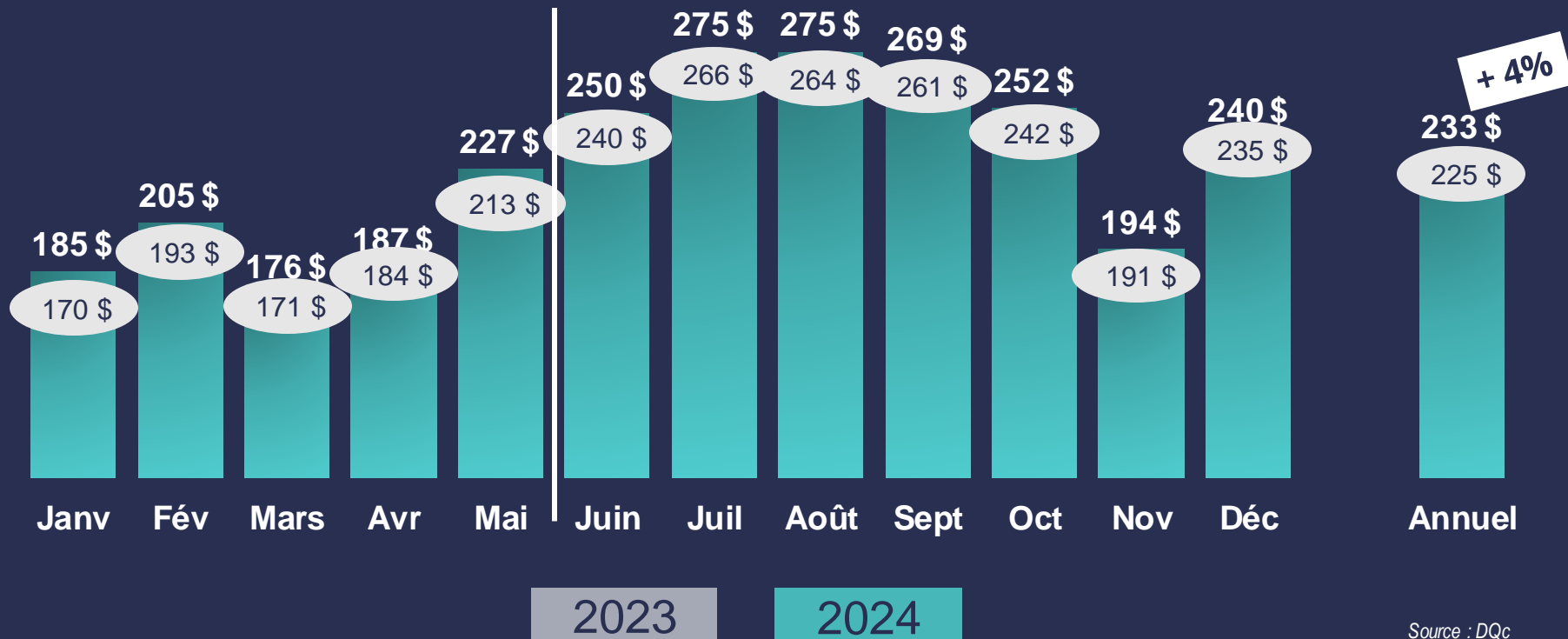
Août : 



Taux d'occupation réels / prévisionnels 2024



Tarif quotidien moyen (ADR) réel/prévisionnel 2024



Revenu par chambre disponible (RevPAR) réel/prévisionnel 2024



INTELLIGENCE DQC

Données entrantes

Données d'affaires



Données marketing



Performance des actifs numériques DQC



Équipe BI-DQc et agences

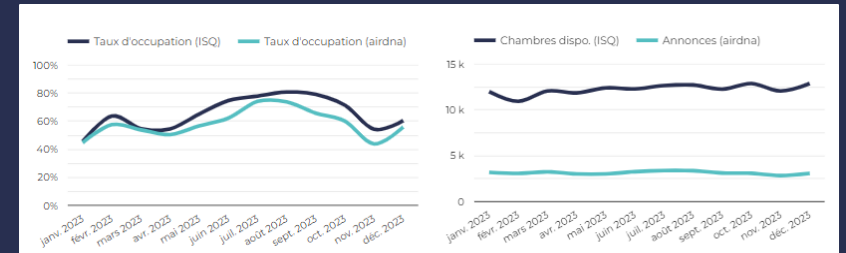
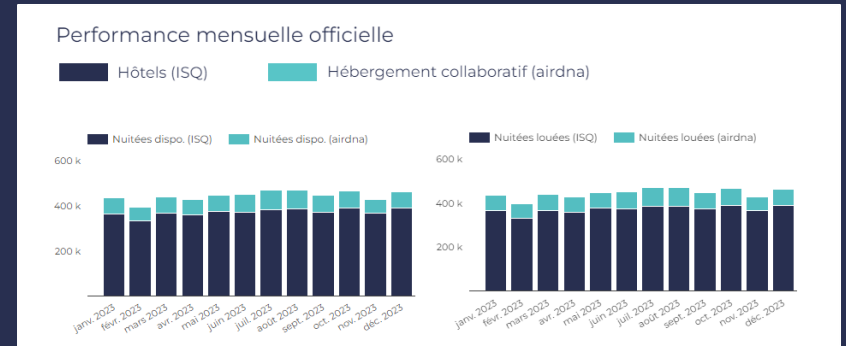
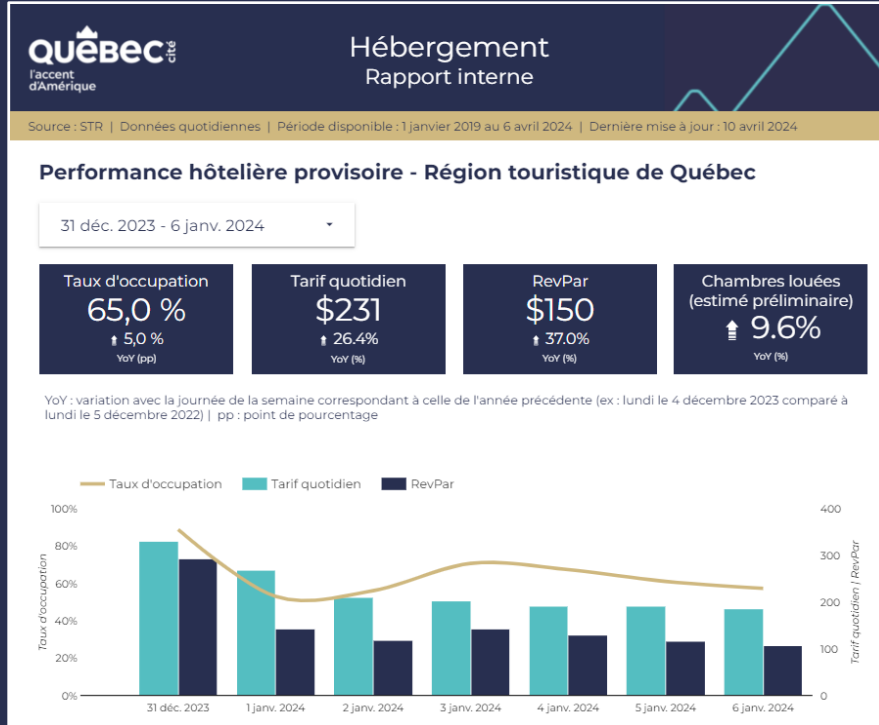


Données sortantes

- Portraits des visiteurs
- Tableaux de bord en libre service
- Publications et rapports
- Données prédictives sur l'achalandage
- Volumes de visiteurs potentiels et dépenses touristiques
- Cartographie géospatiale
- Interrogation simplifiée de toute l'intelligence DQc
- Activation marketing



Tableaux de bord et croisement de données

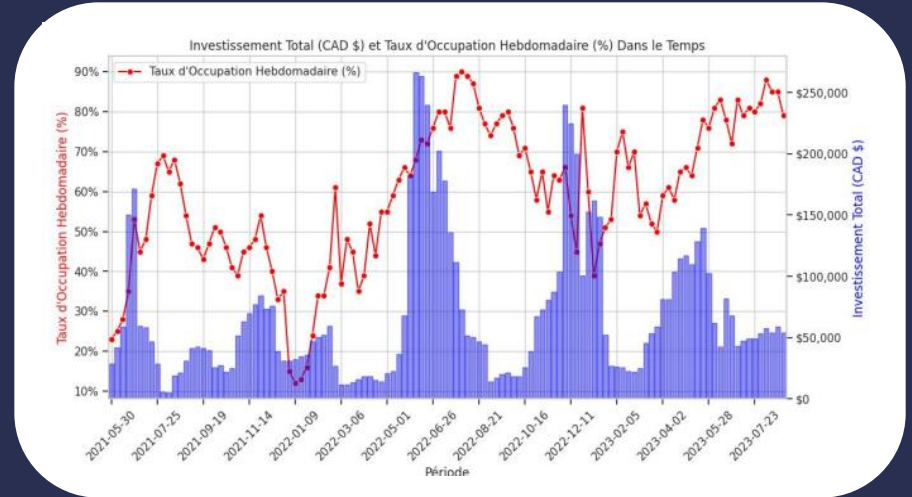




Analyses possibles et exemples

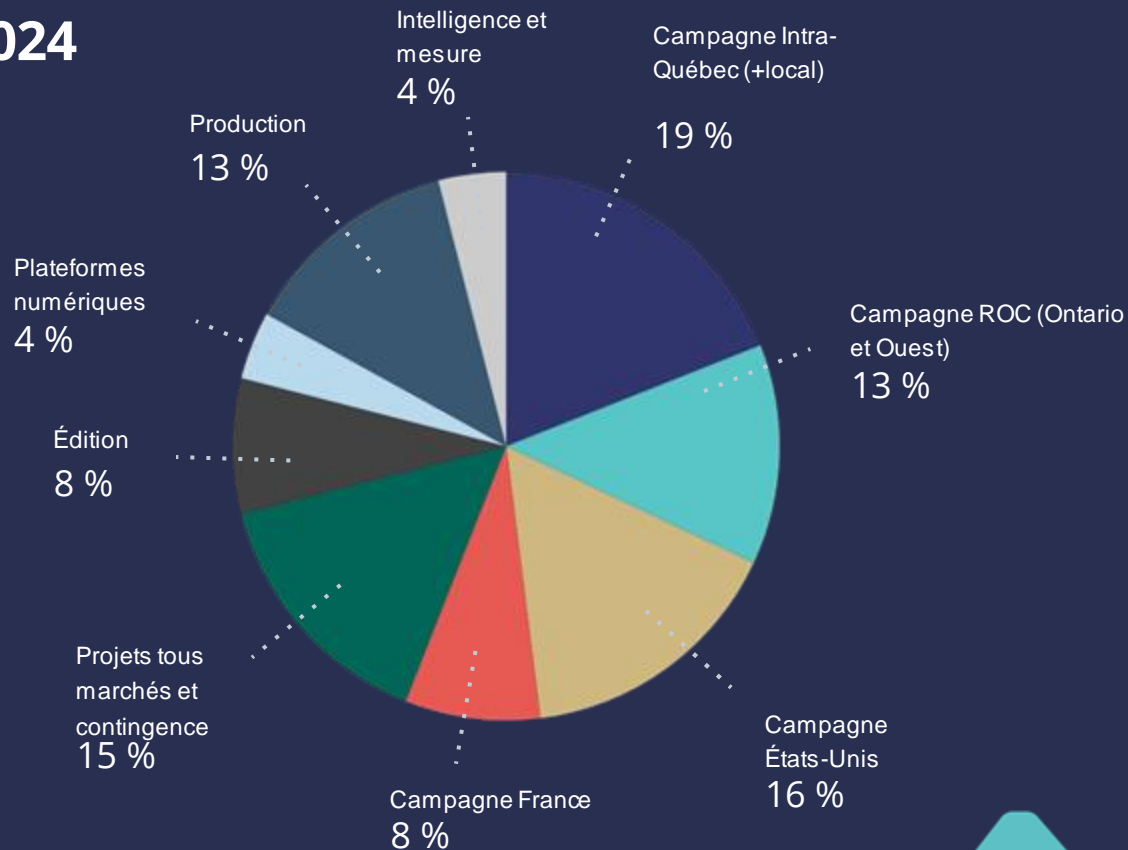
Étude avec un modèle RBA et prérequis à l'I-A

- ▲ Corrélation entre le taux d'occupation dans les hôtels et l'investissement média global
- ▲ Près de 3 mois pour sentir l'impact sur le marché américain
- ▲ L'hiver est la saison sur laquelle les investissements de DQc ont le plus d'impact potentiel



Budget B2C 2024

11,1 M\$



Répartition budgétaire du média par marché

Vue d'ensemble

Intra-Québec



2 412 000 \$
budget recommandé

825 000 \$
avril à octobre

1 586 000 \$
novembre à mars

Ontario et ROC



1 440 000 \$
budget recommandé

751 000 \$
avril à octobre

689 000 \$
novembre à mars

États-Unis



1 850 000 \$
budget recommandé

1 110 000 \$
avril à octobre

740 000 \$
novembre à mars

France



754 000 \$
budget recommandé

250 000 \$
avril à octobre

504 000 \$
novembre à mars



Nouveau! Apprentissage analytique avancé

Les investissements marketing au Québec peuvent influencer rapidement le **taux d'occupation** selon certains critères.

Lorsqu'un événement important se déroule à Québec, **le Paid Social** est le canal qui a le plus grand effet sur le taux d'occupation.

Mise en place du PIDPA en 2024 :

Contingence de 300 000 \$ pour le projet d'identification des potentielles périodes achalandées qui nous permettent d'investir des montants supplémentaires au Québec lorsque le prévisionnel démontre que l'achalandage est inférieur YoY ou jugé insuffisant.

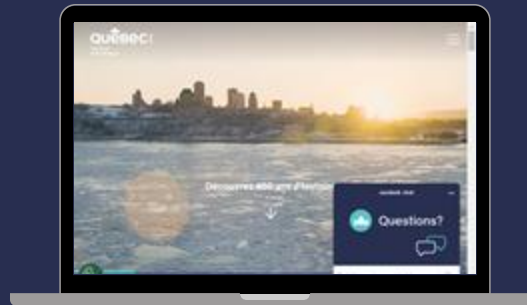
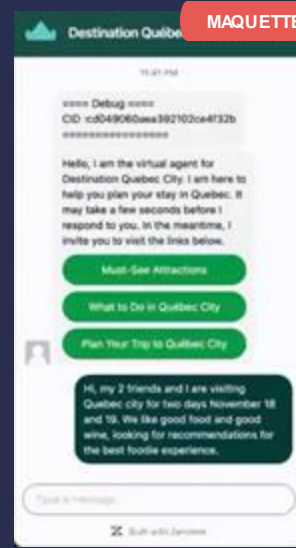




Un agent conversationnel

Nous avons déployé en mai au courant de l'été un chatbot en bêta, intégré à la plateforme Zendesk existante sur notre site web. Bien qu'il sera toujours possible de parler à un (e) agent (e) lorsque disponible, l'agent conversationnel de DQc sera disponible pour prendre la relève 24 h sur 24.

- 🏔️ Chatbot capable d'échanger en mode conversation en français ou en anglais
- 🏔️ Serveur API avec LangChain
- 🏔️ Utilise ChatGPT 4 turbo



Bêta



Explore. Encore plus loin!



MAQUETTE



Renforcer l'attractivité des quartiers périphériques au Vieux-Québec pour stimuler un achalandage équilibré sur l'ensemble du territoire.



Donner une information touristique de qualité à destination et outiller les acteurs de l'industrie qui reçoivent des demandes d'information.



Encourager un tourisme responsable en favorisant la mobilité durable (vélo et marche).

explore.quebec-cite.com

Retour d'un programme coop!

- ▲ Une audience engagée et de qualité avec plus de **513 000 abonnés sur l'ensemble de ses réseaux** et un site Web accueillant plus de **10 M de sessions**
- ▲ Sur LP+, le JDM, Salut Bonjour et beaucoup plus!
- ▲ Une marque respectée et récipiendaire de distinctions des plus grands médias, dont le Condé Nast Traveler et le Travel + Leisure.
- ▲ Un budget marketing significatif permettant d'avoir un **effet levier dans l'achat des placements publicitaires**.
- ▲ Un **appui d'experts** en média et en création assurant la performance de chacun des placements publicitaires proposés.

Jusqu'au 30 juin via la zone membres!





**Division du développement
des affaires et de la
destination**



**Section de la
commercialisation
internationale**

**Section du
développement de la
destination durable**



Commercialisation internationale



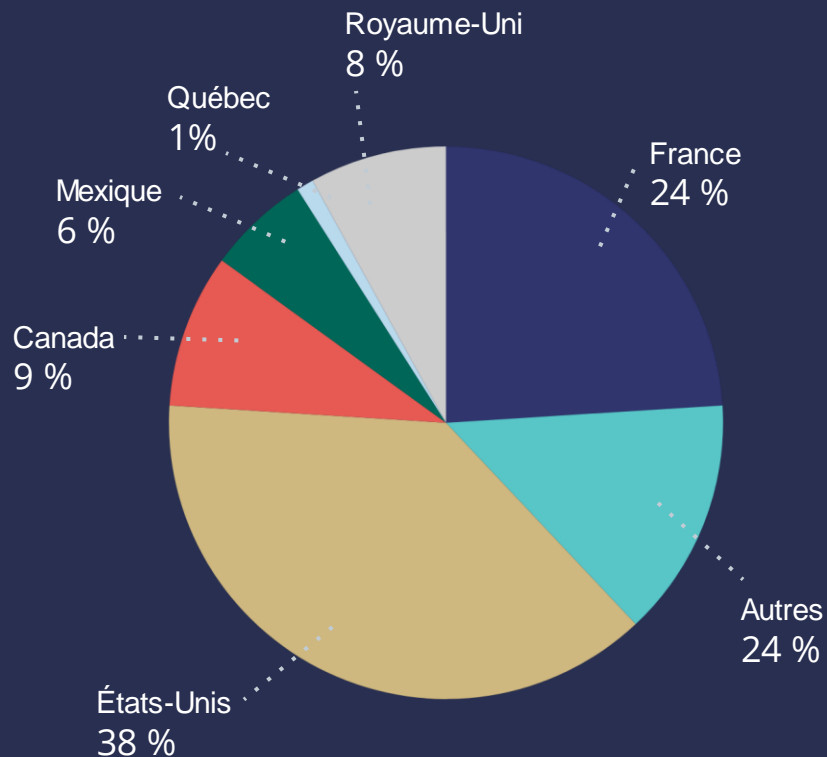
Marchés cibles

Commercialisation internationale (B2B et B2M)

Marchés prioritaires :
USA
Europe francophone
Ontario et Ouest canadien

Marchés secondaires :
Royaume-Uni
Mexique

Marchés d'opportunités :
Allemagne
Corée du Sud
Japon



Une accessibilité aérienne bonifiée

2019



Exclus

- ▲ Québec
- ▲ Ontario
- ▲ *Les destinations soleil*

Source : YQB, DIIO

Une accessibilité aérienne bonifiée

2023



Exclus

- ▲ Québec
- ▲ Ontario
- ▲ Les destinations soleil

Source : YQB, DIIQ



Le retour des croisiéristes

118

navires attendus en 2024

28

Navires en embarquement -
débarquement

145 000

croisiéristes attendus
entre mai et octobre



Académie Québec cité

Programme de formation en ligne



Augmenter la notoriété de la destination auprès des spécialistes du voyage



Familiariser les multiplicateurs avec notre offre touristique



Créer des partenariats de promotion et des concours incitatifs



Bienvenue Québec 2024

27 au 30 octobre

Au Centre des congrès de Québec

500

participants

100

acheteurs internationaux





TBEX QUÉBEC CITY
JUNE 16-19, 2025



Développement de la destination durable





Développement de l'offre





Programmes de soutien à l'industrie touristique

Mesure de soutien au développement
du tourisme hivernal

4 volets :

- ▲ **Attraits, activités et équipements**
(incluant les infrastructures d'un événement)
- ▲ **Festivals et événements**
(réalisation de l'événement)
- ▲ **Structuration de l'offre**
- ▲ **Études et services-conseils**



Comité du développement de l'offre

- ▲ Un comité consultatif de 7 à 9 personnes composé de membres représentatifs de notre industrie
- ▲ A comme mandat de contribuer à :
 - L'évolution des axes stratégiques du développements de l'offre;
 - Optimiser les objectifs d'investissements, des clientèles cibles et des territoires visés;
 - Conseiller à l'amélioration, la bonification ou le renouvellement de l'offre touristique de la région.



Tourisme durable et innovation



TD : Suivi du plan d'action triennal



AXE 1 Contribuer à la qualité de vie des résidents



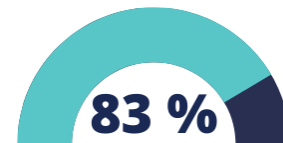
1.1 : 100% | 1.2 : 100% | 1.3 :
100% 1.4 : 100% | ou 6/6 actions

AXE 3 Valoriser l'offre et promouvoir les actions en tourisme durable de la région de Québec



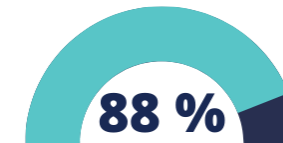
3.1 : 100% | 3.2 : 100% | 3.3 :
100% 3.4 : 100% | ou 8/8 actions

AXE 2 Accompagner les entreprises de la région de Québec dans le virage vers un tourisme durable



2.1 : 100% | 2.2 : 67% | 2.3 :
100% 2.4 : 100% | ou 5/6 actions

AXE 4 Faire de DQc un organisme et un milieu de travail durable



4.1 : 50% | 4.2 : 100% | 4.3 :
100% 4.4 : 100% | ou 7/8 actions

TD : Nos grands projets – Certification Biosphere

Certification
d'organisation

Destination
QUÉBEC cité



PREMIER OFFICE DE TOURISME
CERTIFIÉ AU QUÉBEC EN FÉVRIER 2024

Certification de l'industrie



PREMIÈRE COHORTE - 27 ENTREPRISES PARTICIPANTES
**EN DATE DU 24 MAI 2024 - 18 ENTREPRISES CERTIFIÉES

Certification de
destination



EN 2024, LA RÉGION DE QUÉBEC SERA
LA PREMIÈRE DESTINATION
FRANCOPHONE AU MONDE CERTIFIÉE
BIOSPHERE

TD : Nos grands projets – Certification Biosphere

Boîte à outils 2.0



Alignée sur la certification Biosphere Sustainable pour soutenir les entreprises du programme d'aide à la certification

Fierté Locale

Comité jeunesse

- ▲ Présentation au Symposium de Destination Canada
- ▲ Mandat avec le Musée de la civilisation
- ▲ Section dans le magazine DQc – Avis jeunesse
- ▲ Rencontres trimestrielles

Promotion RTC

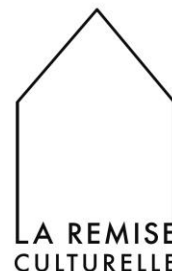
- ▲ 54 établissements participants
 - Près de 16 000 cartes distribuées
- ▲ Casques de vélo distribués aux établissements d'hébergement pour valoriser les déplacements actifs



Pôle d'innovation en tourisme durable – MT Lab

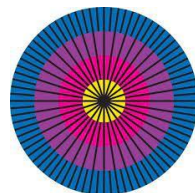


- ▲ Empreinte : un premier programme pour Le Pôle
- ▲ 6 start-ups incubées
- ▲ Objectif : favoriser l'émergence de solutions innovantes pour répondre aux enjeux du tourisme durable et responsable



DQc, grand partenaire du MT Lab et cofondateur du Pôle

- ▲ Plus d'une dizaine de projets innovants propulsés par DQc seront concrétisés dans la région en 2024!
- ▲ Les membres qui accueilleront l'innovation :



Plan Montagnes

Lancement de la Communauté entrepreneuriale montagnes et nature



2023-2024

Communauté Web, Facebook et LinkedIn

18 webinaires en direct

- ▲ 8 réalisés (moyenne de 50 participants / webinaire)
- ▲ 10 à venir (été-automne 2024)

4 grands rassemblements

- ▲ 28 février - Portneuf (100 participants)
- ▲ 22 mai - Jacques-Cartier (180 participants)
- ▲ 3 décembre - Côte-de-Beaupré
- ▲ Février 2025 - Île d'Orléans

Concours entrepreneuriaux

- ▲ 1 M\$ pour financer des projets à fort impact
- ▲ 3 projets financés (Saiso, Action Transition et Bromont Campervan)
- ▲ 2^e concours ouvert jusqu'au 20 septembre 2024



Service aux membres



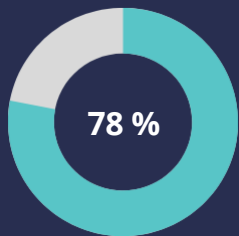
Sondage aux membres – Faits saillants

Taux de réponse

27 %

234 répondants

Atteinte des objectifs



Des membres se disent **confiants** que **DQc réussira à atteindre les objectifs** du plan stratégique d'ici 2025

Niveau de satisfaction

Des **efforts** fournis par DQc dans la mise en œuvre des orientations et des stratégies du plan 2022-2025

7.6 / 10

Des **services** de DQc

7.8 / 10



Sondage aux membres – Faits saillants

93 %

Efforts investis
par DQc pour
stimuler
l'achalandage
équilibré

86 %

Contribution de
DQc à valoriser le
tourisme
responsable

82 %

Implication de
DQc pour
encourager la
collaboration
dans la région


64 %

Efforts de DQc à
faciliter le
recrutement de la
main d'œuvre

**Les pourcentages représentent la proportion des membres ayant une perception positive de chacun des énoncés.*



Deux nouvelles ressources au service des membres

- ▲ Une technicienne en promotion touristique
 - Une employée disponible pour rencontrer les membres en personne.
 - ▲ Une conseillère ou un conseiller en formation (à venir)
 - Pour développer une offre de formation annuelle pour les membres.
 - Un principe à retenir pour la formation : gratuite pour les présents, payante pour les absents qui étaient inscrits.
- 

DES QUESTIONS ?





Approbation de la nomination d'un administrateur

au conseil 2024-2025



Jean-François Côté

Hôtelier





Pause



Présentation des officiers et des administratrices et administrateurs

du conseil 2024-2025



Levée de l'assemblée générale annuelle 2024





**Tous les documents
seront disponibles au
[www.quebec-
cite.com/aga2024](http://www.quebec-cite.com/aga2024)**



Merci!