



RAPPORT ANNUEL 2017-2018

**ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE
14 juin 2018**

A scenic view of a lake at sunset. In the foreground, several motorboats are docked on the left. In the middle ground, a man and a child are standing on a small boat. In the background, there are houses and trees along the shore. The sky is a warm orange color.

***POUR BIEN SE
SITUER***

LE SAVIEZ-VOUS ?

- ✓ **4 M** de visiteurs / année en Outaouais (1,8 M touristes)*;
 - ✓ 600 000 excursionnistes ontariens (40 km ou moins);
 - ✓ 500 000 touristes ontariens.
- ✓ **66 %** des touristes venus en Outaouais sont Québécois;
- ✓ **29 %** des touristes venus en Outaouais sont Canadiens (hors Québec);
- ✓ **42 %** des touristes ont planifié leur séjour en Outaouais à la dernière minute (quatre semaines ou moins);
- ✓ Environ **une personne sur deux** a planifié via le site Web de Tourisme Outaouais;
- ✓ **93 %** ayant visité la région touristique de l'Outaouais est, de façon générale, satisfait de l'hébergement;
- ✓ **413 M \$** de dépenses touristiques / année pour la région*.

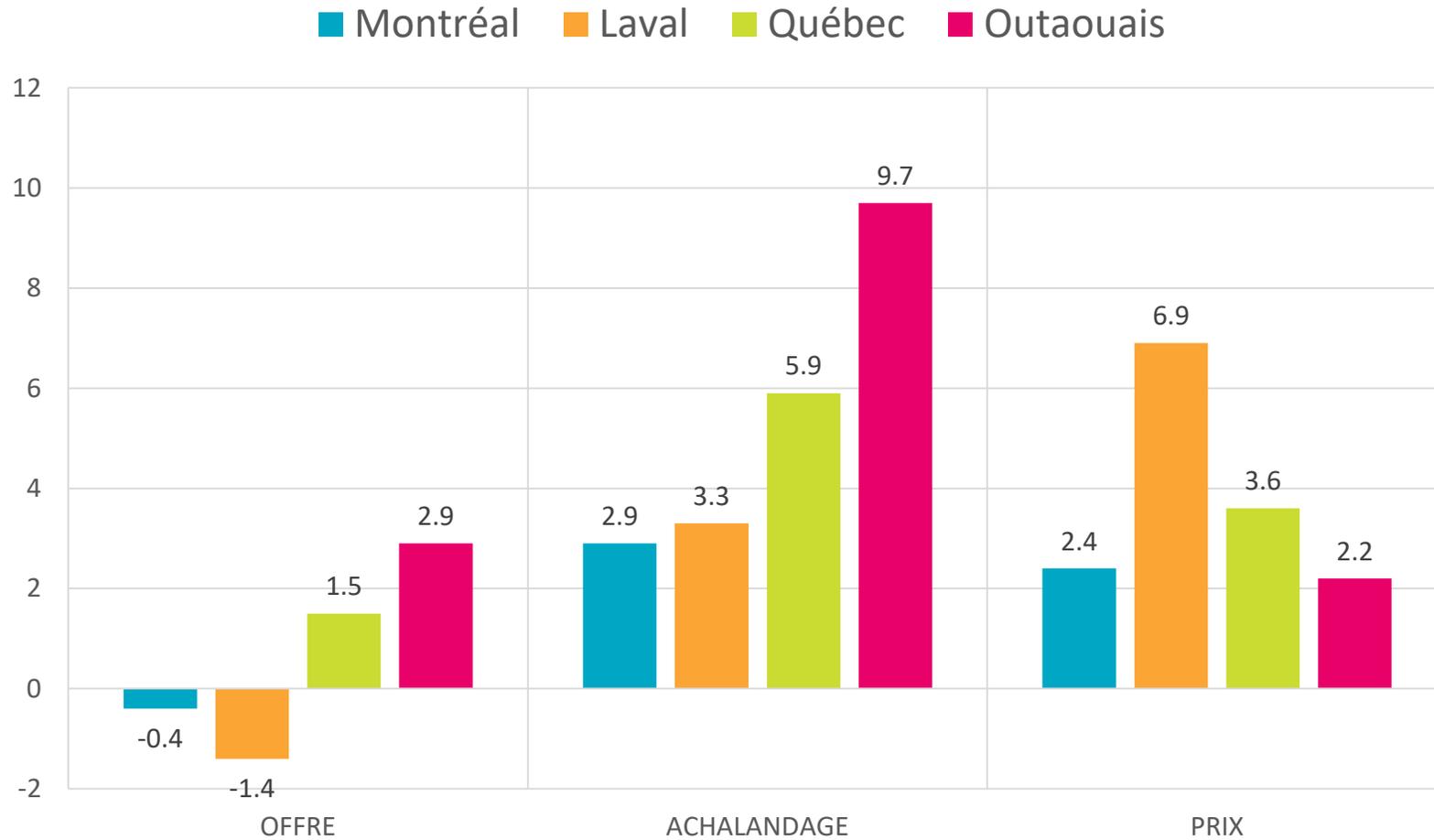
LE SAVIEZ-VOUS ?

- ✓ Au Québec, les recettes touristiques ont connu une hausse de **5,9 %** pour atteindre 15 milliards de dollars. Du jamais vu!
- ✓ **Les entrées des touristes internationaux par le Québec ont augmenté. Les onze premiers mois de l'année ont permis d'observer :**
 - ✓ Une progression de **4,7 %** des touristes en provenance des États-Unis. Venus par un autre moyen de transport que leur véhicule;
 - ✓ Une progression de **10,7 %** des touristes des autres pays, spécialement du Mexique (+120 %) et de la Chine (+50 %).

LE SAVIEZ-VOUS ?

Variation cumulative (%) des indicateurs de l'hébergement dans les principales régions urbaines

Janvier à décembre 2017



PROFIL DE TOURISME OUTAOUAIS

Membership

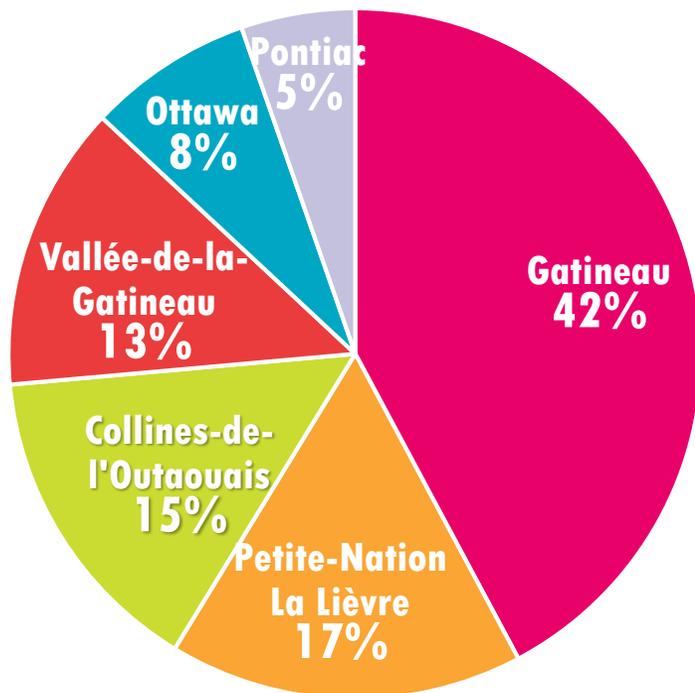
556

MEMBRES 2016

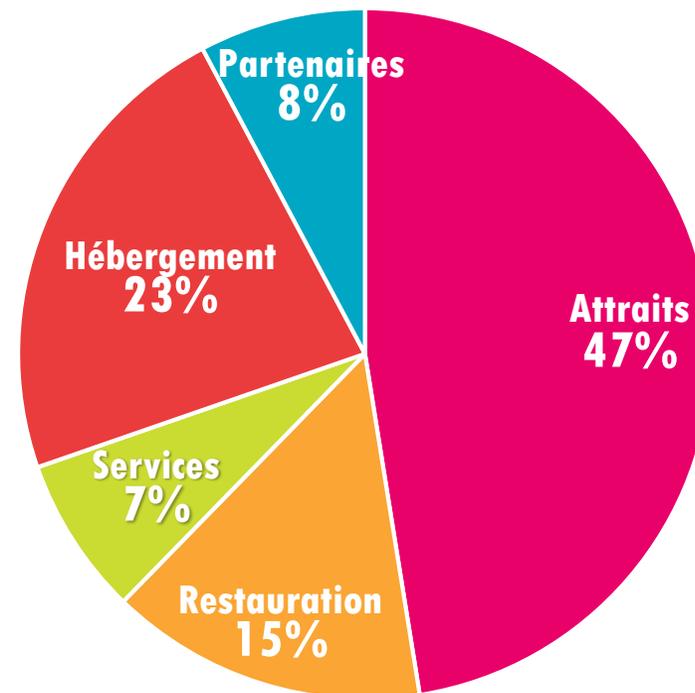
554

MEMBRES 2017

MEMBRES SELON LES TERRITOIRES



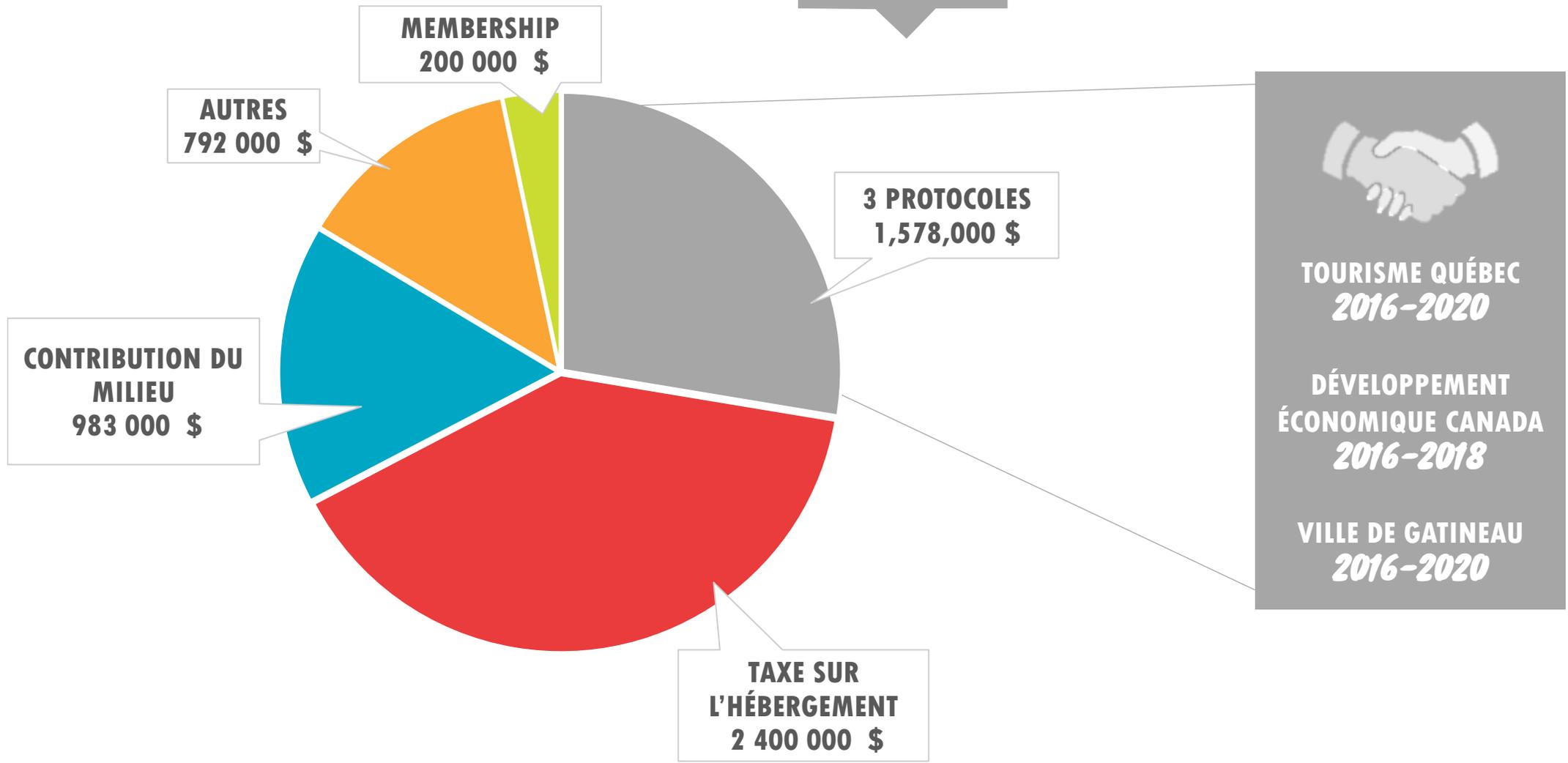
MEMBRES SELON LES CATÉGORIES



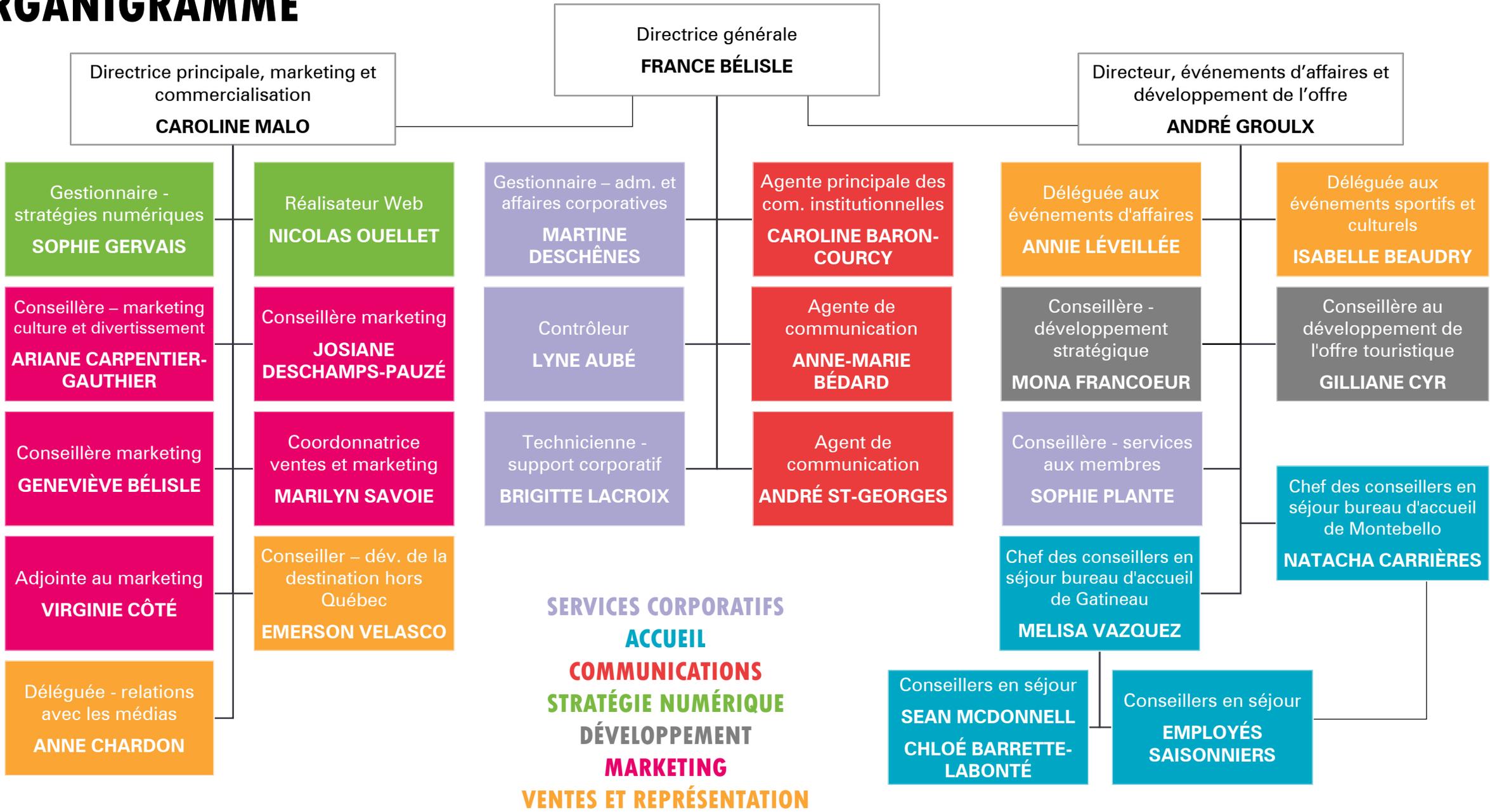
*Période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2017

BUDGET GLOBAL

6 M \$
BUDGET TOTAL



ORGANIGRAMME



MESURER LES RETOMBÉES

GRÂCE À LA SOLUTION LOGICIELLE DE GESTION DE LA RELATION CLIENT (CRM) DE SALESFORCE, L'ÉQUIPE DE TOURISME OUTAOUAIS A ATTEINT UN NIVEAU SUPÉRIEUR DE MESURE DES RETOMBÉES POUR SES PARTENAIRES.

CET OUTIL PERMET D'OBTENIR UNE VUE D'ENSEMBLE POUR CHACUN DES PARTENAIRES : historiques des discussions, promotions du partenaire par TO, suggestion du partenaire aux médias ou organisateurs d'événements, visite sur place de l'équipe, etc.

UN RAPPORT ANNUEL SERA GÉNÉRÉ POUR LA PREMIÈRE FOIS CETTE ANNÉE POUR TOUS LES MEMBRES AFIN DE BIEN RÉSUMER LA CONTRIBUTION DE TOURISME OUTAOUAIS POUR FAIRE RAYONNER LEURS ENTREPRISES.

salesforce

OUTIL POUR MESURER LA RETOMBÉE

Exemple - Le St-André Pub-spectacle



VISIBILITÉS EN MOYENNE PAR ENTREPRISE

Publication Facebook à venir

Lien vers les publications Facebook

Présence de TO chez le membre

NOM DE...	TYPE DE VISIBILITÉ ↓	DATE DE DÉB...	WEB RELIÉ	ÉVÈNEMENT
1	Visibilité-3967	Publication RS	2018-01-11	Post sur le blogue QUOI FAIRE DU 12 AU 18 JANVI...
2	Visibilité-4068	Publication RS		
3	Visibilité-1475	Présence de TO chez le partenaire	2017-09-12	Lancement de la programmation du Pub St-André
4	Visibilité-1617	Événement organisé chez le partenaire	2017-10-11	Présentations de la campagne hiver 2018
5	Visibilité-1930	Blogue	2017-09-14	QUOI FAIRE du 14 au 20 septembre : C'est la derniè...
6	Visibilité-0624	Blogue	2017-03-29	27 mars au 2 avril : C'est la semaine des JUNO!...
7	Visibilité-3589	Blogue	2017-11-23	QUOI FAIRE DU 24 AU 30 NOVEMBRE...
8	Visibilité-3969	Blogue	2018-01-11	QUOI FAIRE DU 12 AU 18 JANVIER...
9	Visibilité-3988	Blogue	2018-01-04	DÉCOUVREZ LA PETITE-NATION EN MODE HIVER...
10	Visibilité-4186	Blogue	2018-01-25	QUOI FAIRE DU 26 JANVIER AU 1ER FÉVRIER...
11	Visibilité-4530	Blogue	2018-02-01	QUOI FAIRE DU 2 AU 8 FÉVRIER...

Liens vers les blogues

Événement organisé chez le membre

OUTIL POUR MESURER LA RETOMBÉE

Exemple - Sentier culturel au centre-ville de Gatineau

	NOM DE...	TYPE D'ENREGIST...	TYPE DE VISIBILITÉ	DATE DE DÉ...	WEB RELIÉ	ÉVÈNEMENT TO RELIÉ
1	Visibilité-1692	Blogue	Blogue	2017-07-19	Quoi faire cet été en Outaouais!	
2	Visibilité-1748	Blogue	Blogue	2017-07-27	10 restaurants au centre-ville de Gatineau !	
3	Visibilité-0170	Blogue	Blogue	2017-06-28	La STO vous rend la vie facile...	
4	Visibilité-0265	Blogue	Blogue	2017-06-28	Le sentier culturel est là!	
5	Visibilité-0508	Blogue	Blogue	2017-06-29	QUOI FAIRE du 29 juin au 5 juillet : On fête et on bo...	
6	Visibilité-4194	Blogue	Blogue	2018-01-25	LE CENTRE-VILLE À PIED... MÊME EN HIVER!...	
7	Visibilité-1105	Circuit	Circuit	2017-02-20	Gatineau 2017...	
8	Visibilité-2121	Événement TO	Visite Médias	2017-06-14		Tournée estivale Québec
9	Visibilité-2132	Événement TO	Visite Médias	2017-07-05		Journée Media locaux et Relationnistes
10	Visibilité-5149	Événement TO	Visite Médias	2018-02-24		Jeff en Outaouais
11	Visibilité-5288	Publication RS	Publication RS	2017-08-15	Le Journal de Montréal parle de l'Outaouais ce mati...	
12	Visibilité-5297	Publication RS	Publication RS	2018-07-31	Vous êtes de passage à Gatineau ? Profitez-en pour ...	
13	Visibilité-5298	Publication RS	Publication RS	2017-07-14	?? #CONCOURS TERMINÉ?? Merci à tous pour votr...	
14	Visibilité-5301	Publication RS	Publication RS	2018-07-12	Le Aux 4 Jeurds café/bar est une réelle institution d...	
15	Visibilité-5302	Publication RS	Publication RS	2017-06-28	« WOW! J'AI DÉCOUVERT PLEIN DE TRÉSORS CACH...	
16	Visibilité-2325	Retombée médiatique	Web	2017-08-01		Discover Culture, Food and Fu...
17	Visibilité-2554	Retombée médiatique	Web	2017-07-14		Les Mosaïcures : L'art de fal...
18	Visibilité-2622	Retombée médiatique	Web	2017-08-14		7 nouveautés à découvrir en ...
19	Visibilité-2631	Retombée médiatique	Web	2017-08-14		7 nouveautés à découvrir en ...
20	Visibilité-2718	Retombée médiatique	Web	2017-08-07		20 Things You Have to Do In t...
21	Visibilité-2792	Retombée médiatique	Web	2017-08-02		History Looms and Flowers Bl...
22	Visibilité-2794	Retombée médiatique	Web	2017-08-01		Explore The Gatineau Culture...
23	Visibilité-2878	Retombée médiatique	Web	2017-07-14		Rediscovering Gatineau this s...
24	Visibilité-2909	Retombée médiatique	Web	2017-06-28		Road trip en Outaouais - 24h ...
25	Visibilité-2931	Retombée médiatique	Web	2017-07-01		Escapade à Gatineau : histoir...
26	Visibilité-2985	Retombée médiatique	Web	2017-06-21		5 raisons de visiter Gatineau c...
27	Visibilité-2993	Retombée médiatique	Web	2017-06-22		Prêts? Partez!
28	Visibilité-2997	Retombée médiatique	Web	2017-06-22		Prêts? Partez!
29	Visibilité-5243	Suggéré par TO	Promotion du partenaire ...	2018-03-01		Suggestions estivales
30	Visibilité-1500	Vidéo	Photo / Vidéo	2017-06-27		
31	Visibilité-1517	Vidéo	Photo / Vidéo	2017-08-02		

Liens vers les blogues

Visites médias chez le membre

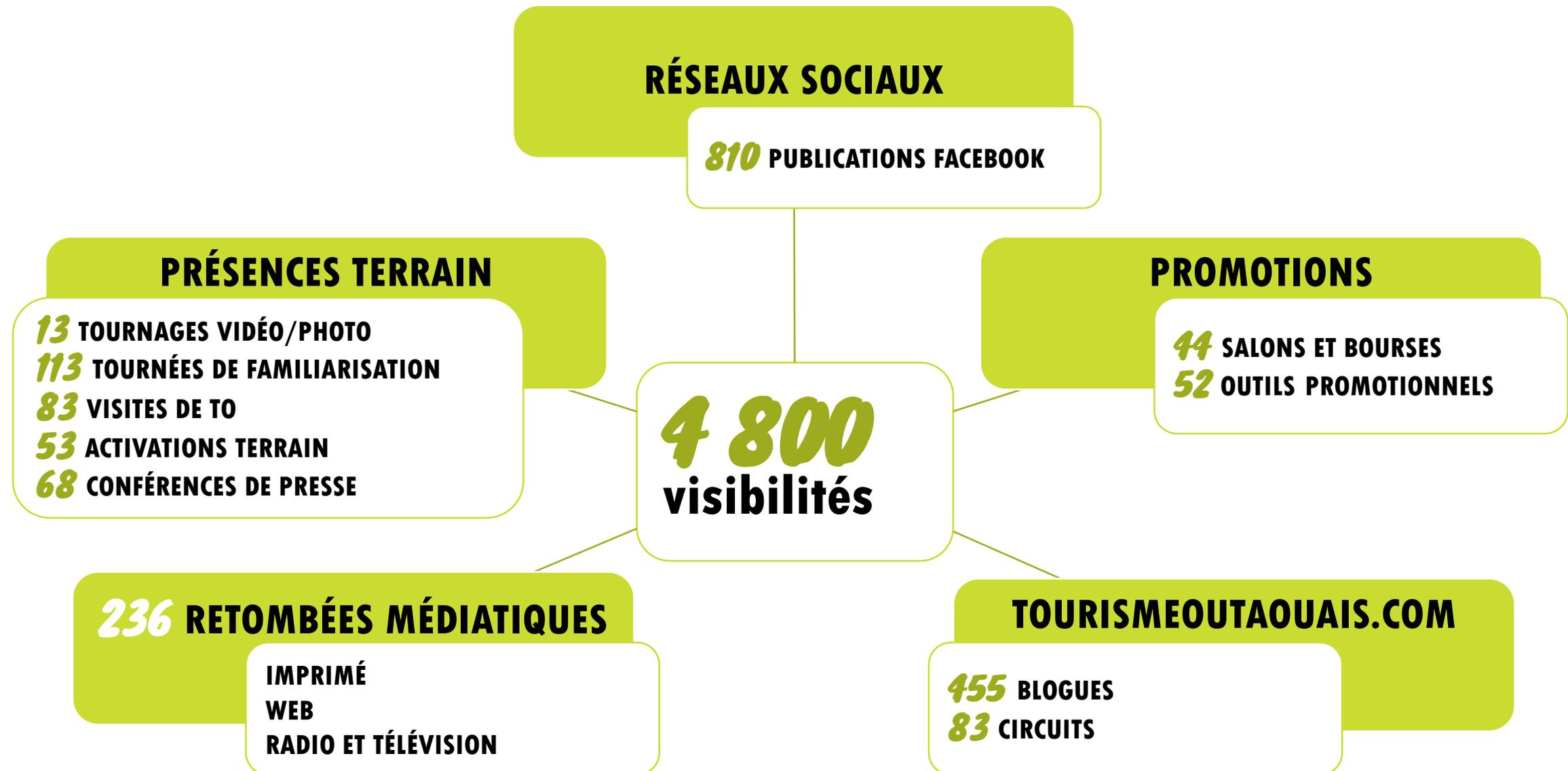
Lien vers les publications Facebook

Liens vers les articles des retombées médiatiques

Suggéré à « Québec Vacances »

Tournages vidéos

MESURER LES RETOMBÉES





***PLANIFICATION
STRATÉGIQUE***

PLANIFICATION STRATÉGIQUE

- ✓ Tourisme Outaouais s'est doté d'un plan stratégique de marketing et de développement touristiques de l'Outaouais pour couvrir la période de 2014-2020;
- ✓ Ce plan a été développé en tenant compte du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 (PDIT) du ministère du tourisme du Québec;
- ✓ Chaque année, la direction générale présente un plan d'action annuel au conseil d'administration dans le but d'organiser le travail visant l'atteinte des objectifs de la planification stratégique.

RAPPEL DES ORIENTATIONS DU PLAN 2014-2020

Trois orientations principales



Chaque orientation est accompagnée d'actions (de chantiers) à réaliser.

*Voir la planification stratégique 2014-2020 pour plus de détails.

PLAN D'ACTION 2017-2018

**Profiter des célébrations
2017 pour augmenter la
notoriété de la destination**

**Investir en développement
et mobiliser le milieu**

**Développer une stratégie en
affaires impliquant la mise
sur pied d'un fonds
d'incitatifs aux congrès et
aux événements**

**Valoriser l'importance de
l'accueil et agir comme
leader auprès de l'industrie,
des citoyens, et de la
première ligne**

**Articuler une stratégie pour
doter l'Outaouais d'une
vision et d'un plan dans le
contexte de la porte d'entrée**

A nighttime photograph of a street scene. In the foreground, a dark SUV is parked on the left. The middle ground shows a road with light trails from moving vehicles, primarily in shades of yellow and orange. In the background, a large, multi-story building with a stone facade and dormer windows is visible. A sign on the building reads "MAISON BELGIQUE" and "BRI". The sky is a mix of orange and blue, suggesting dusk or dawn. A white speech bubble with a black border is centered over the image, containing the text.

***RÉSULTATS DU
PLAN D'ACTION
2017-2018***

PLAN D'ACTION 2017-2018

**Profiter des célébrations
2017 pour augmenter la
notoriété de la destination**

RÉSULTATS

Profiter des célébrations 2017 pour augmenter la notoriété de la destination

- Organiser plus de tournées d'influenceurs;**
- Organiser plus de tournées de familiarisation;**
- Lancer un programme « ambassadeurs »;**
- Être présent sur le terrain en accueil avec nos partenaires;**
- Profiter de 2017 pour dorer l'image de l'industrie touristique et faire valoir l'impact économique et social;**
- Arrimer nos efforts à ceux de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.**

Objectifs atteints

OBJECTIFS MARKETING

PLAN D'ACTION 2017-2018

ACCROÎTRE LA **NOTORIÉTÉ** DE L'OUTAOUAIS

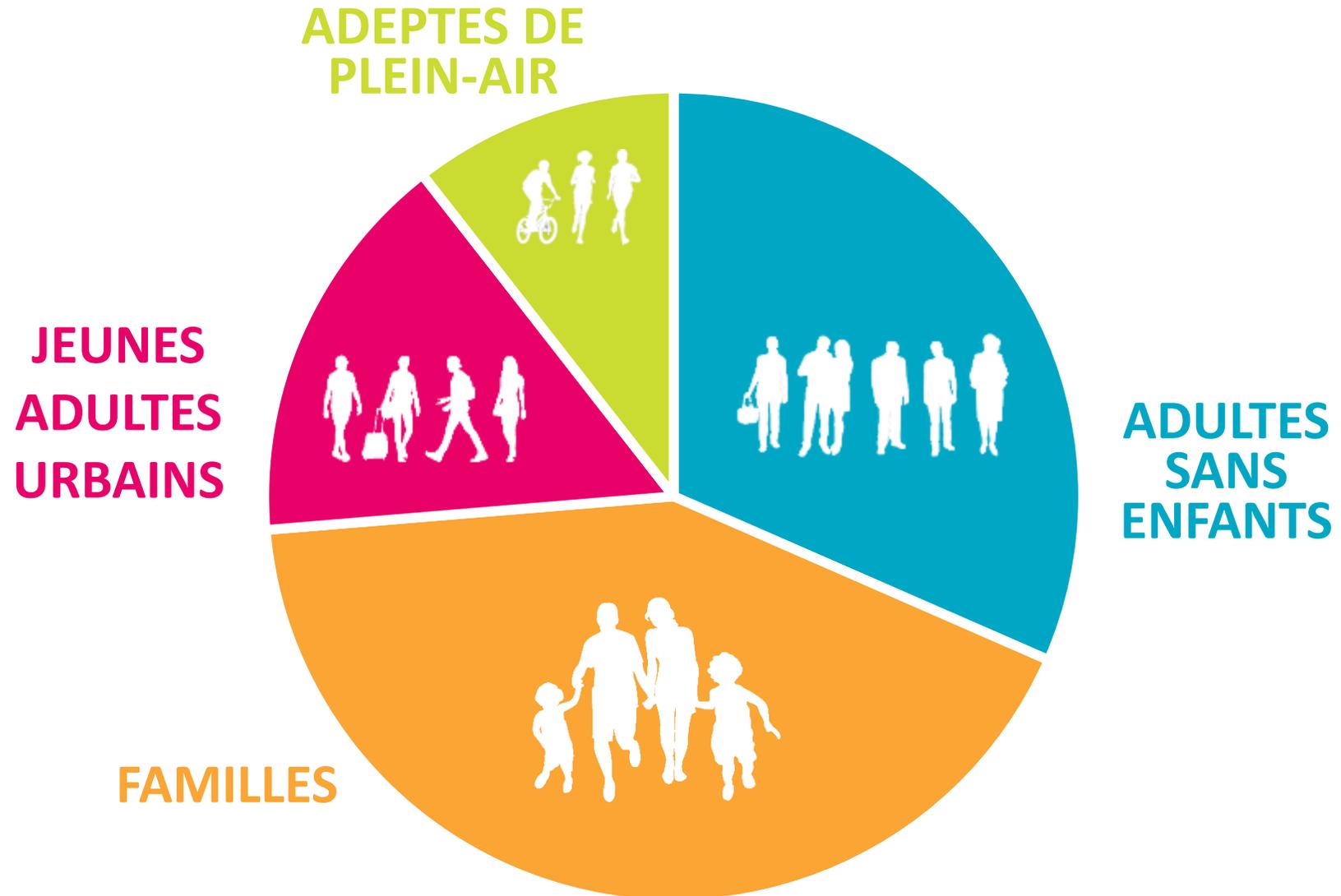
ACCROÎTRE LA **CONSIDÉRATION** ENVERS
L'OUTAOUAIS COMME LIEU D'ESCAPADE

AMÉLIORER L'**EXPÉRIENCE** DU VISITEUR

ACCROÎTRE LA **FIDÉLITÉ À LA MARQUE**

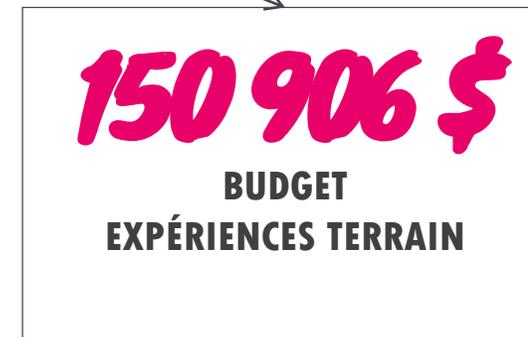
ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Clientèles cibles



BUDGET ANNUEL

2017-2018

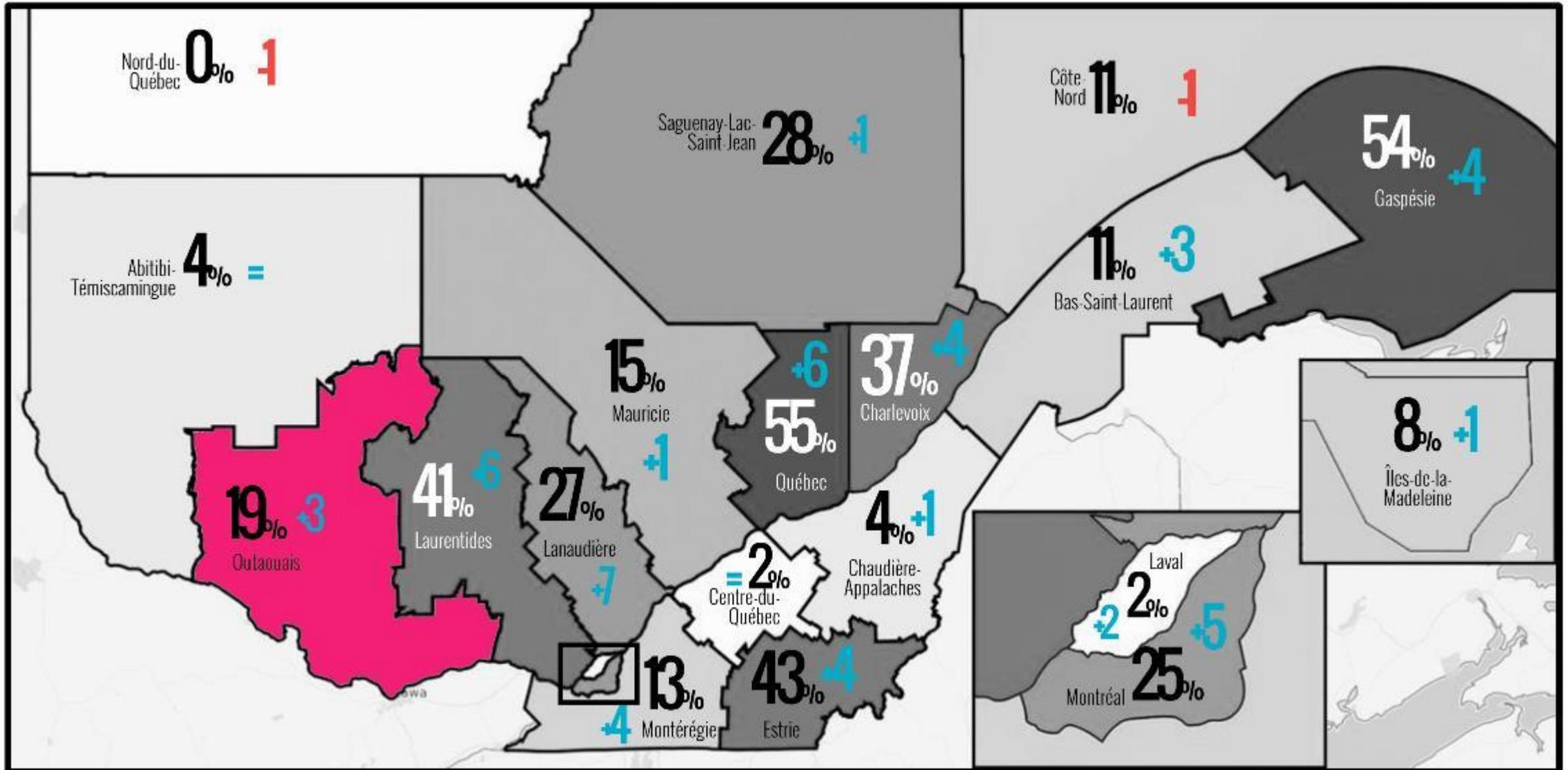


NOTORIÉTÉ

19 %

HAUSSE DE 3 %

NOTORIÉTÉ SPONTANÉE TOTALE



PLAN D'ACTION 2017-2018

**Valoriser l'importance de
l'accueil et agir comme
leader auprès de
l'industrie, des citoyens, et
de la première ligne**

RÉSULTATS

Valoriser l'importance de l'accueil et agir comme leader auprès de l'industrie, des citoyens, et de la première ligne

- ✓ **L'accueil, c'est le début de l'expérience à destination. Les gens d'accueil (première ligne) ont un contact privilégié avec les visiteurs et reçoivent de la rétroaction immédiate. Ils doivent personifier la marque Outaouais;**
- ✓ **Formation sur le contenu et la marque**
- ✓ **Accessibilité de l'information**
- ✓ **Créer une cohorte d'ambassadeurs Outaouais tant chez les partenaires touristiques qu'auprès des résidents. Miser sur la notion de créateurs de souvenirs*;**
- ✓ **Accueil touristique hors les murs. Miser sur les partenaires qui attirent la masse*.**

*À reconduire en 2018-2019



***RETOUR SUR
L'ÉTÉ 2017***

PROGRAMME AMBASSADEUR

RETOUR SUR L'ÉTÉ 2017



PROGRAMME AMBASSADEUR

Trousses

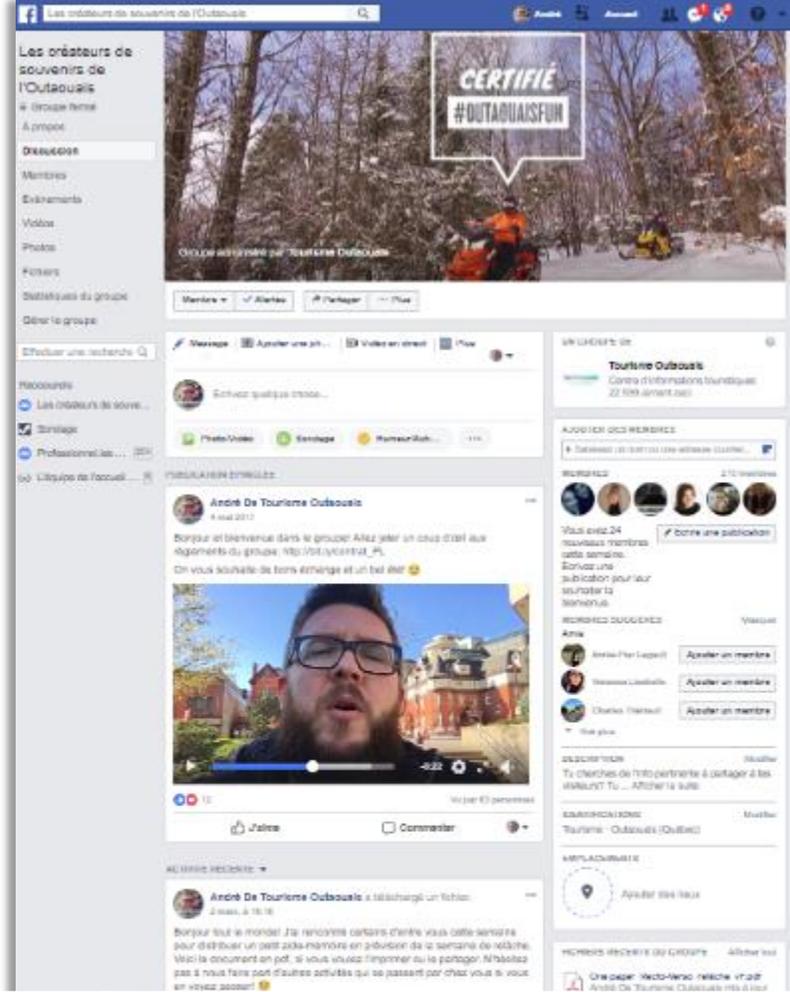
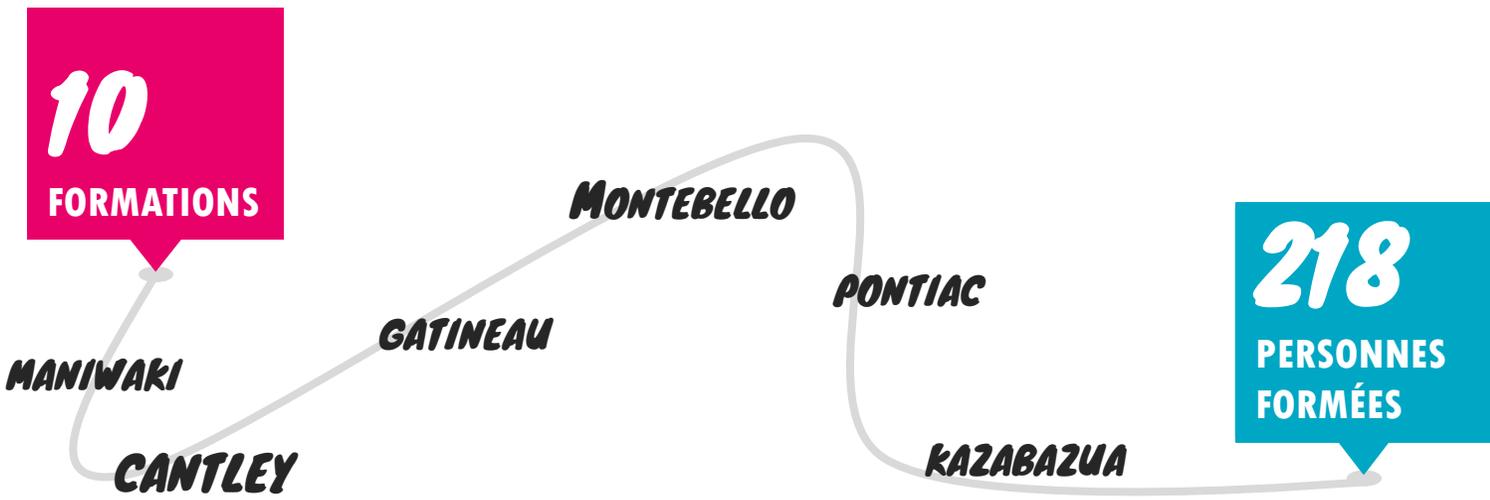
21 500
TROUSSES
DISTRIBUÉES

9
ACTIVATIONS



PROGRAMME AMBASSADEUR

Formations



RÉSULTATS DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Médias sociaux - Présences terrain

38

SORTIES TERRAINS

10

VIDÉOS PRODUITES

+50

MEMBRES VISITÉS





1
*GUELLING-
GUELLING*

1 TONNE D'ACTIVATIONS



35
ACTIVATIONS EN
OUTAOUAIS



4 000
POPSICLES
DISTRIBUÉS



13
ACTIVATIONS À
OTTAWA

4
EXPÉRIENCES
EN 360 DEGRÉS



SOIRÉE PREMIÈRE LIGNE

OFFRE HIVERNALE

Dans le cadre du programme ambassadeur, Tourisme Outaouais a organisé le 30 janvier 2018 une tournée de familiarisation de l'offre hivernale et gastronomique du centre-ville de Gatineau à l'intention des employés de première ligne de l'industrie touristique.



34

NOMBRE DE PARTICIPANTS



4

ATTRAITS PARTENAIRES



3

BARS PARTENAIRES



11

RESTAURANTS PARTENAIRES



DES RESTAURATEURS DE GATINEAU À BOUCHETTE



***PHOTO D'UNE BELLE
SOIRÉE ORGANISÉE PAR
L'ÉQUIPE DU VILLAGE
MAJOPIAL, À BOUCHETTE,
MISANT SUR LA MISE EN
VALEUR DES PRODUITS
LOCAUX AU RESTAURANT
L'HUILE D'OLIVE.**

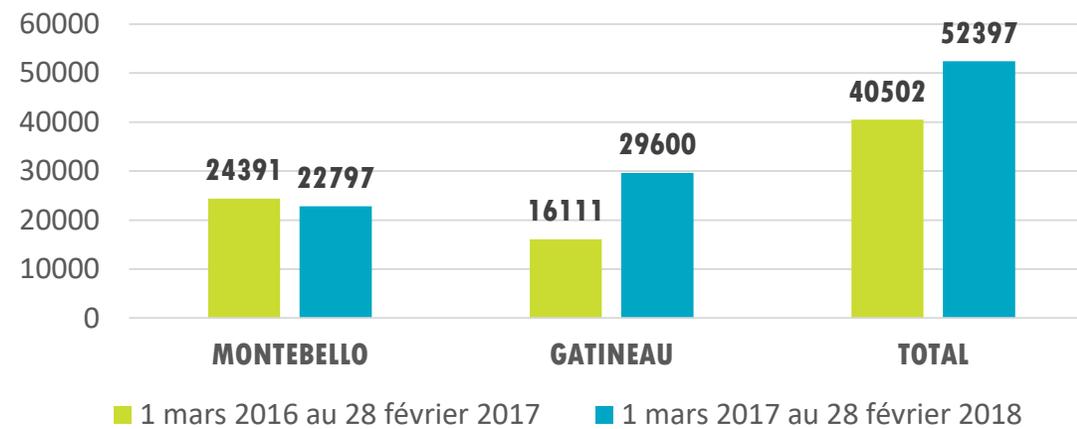


ACCUEIL

29 600
VISITEURS À
GATINEAU

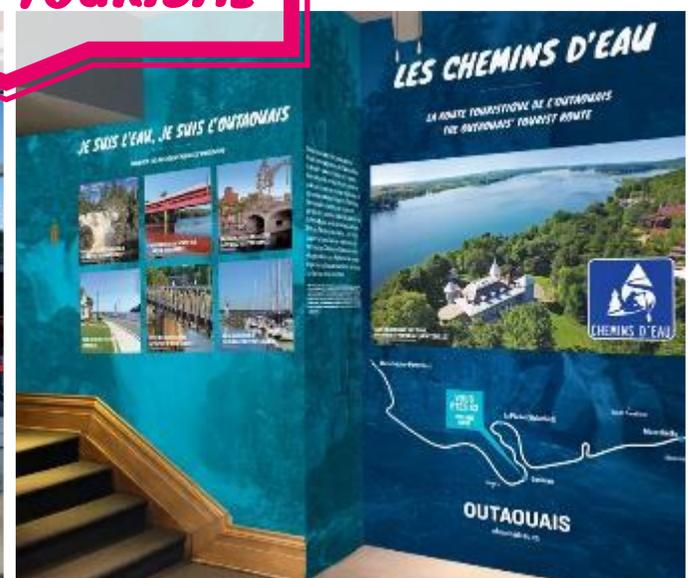
+84 %
visiteurs

VISITEURS



**COUP DE JEUNE À LA
MAISON DU TOURISME**

**DEUX BUREAUX
SATELLITES**



SENTIER CULTUREL

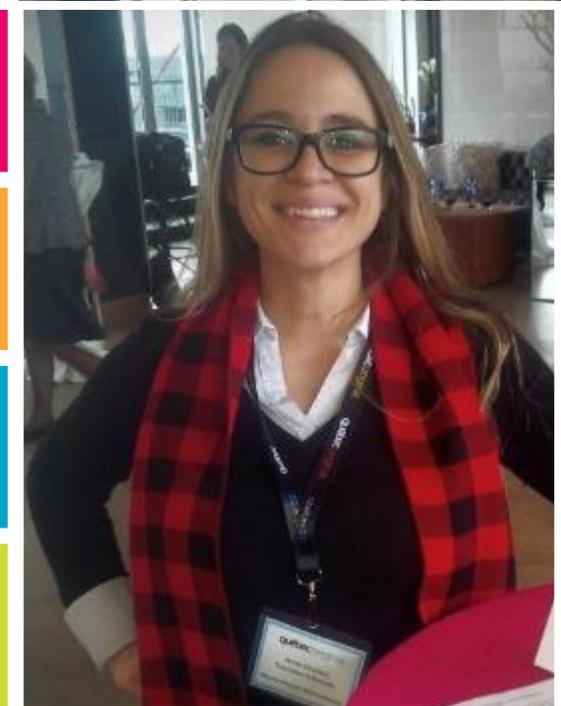
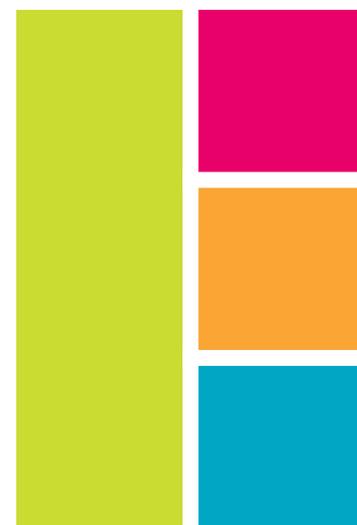
ACTIONS

- ✓ Séance photo: **7** lieux visités
- ✓ Télé-Québec: Capsule de **15** secondes dans l'émission *Génial!*
- ✓ Importante présence sur les réseaux sociaux (vidéos, blogues, carrousels)
 - ✓ Portée totale de **32 426**
- ✓ Présence dans **3** infolettres
- ✓ Tournées de **18** influenceurs menant à d'importantes retombées
- ✓ Maquillage de la Maison du tourisme
- ✓ **95 500** cartes du sentier culturel distribuées



7
BOURSES

RELATIONS DE PRESSE



45 ↑
PRÉSENCES MÉDIAS DE PLUS
QUE L'AN PASSÉ

145
PRÉSENCES DE
MÉDIAS



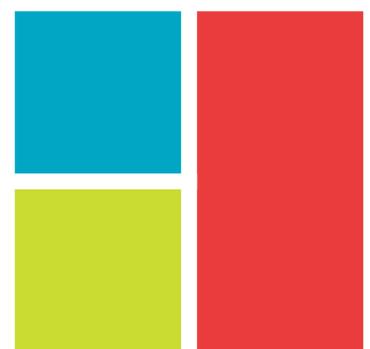
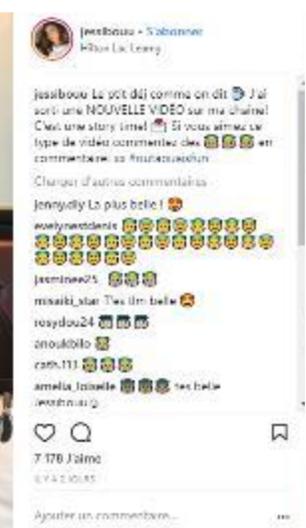
94
TOURNÉES DE
FAMILIARISATION

16 ↑
TOURNÉES DE PLUS
QUE L'AN PASSÉ

262
MEMBRES
SUGGÉRÉS AUX
MÉDIAS



337
VISITES MÉDIAS CHEZ DES
MEMBRES



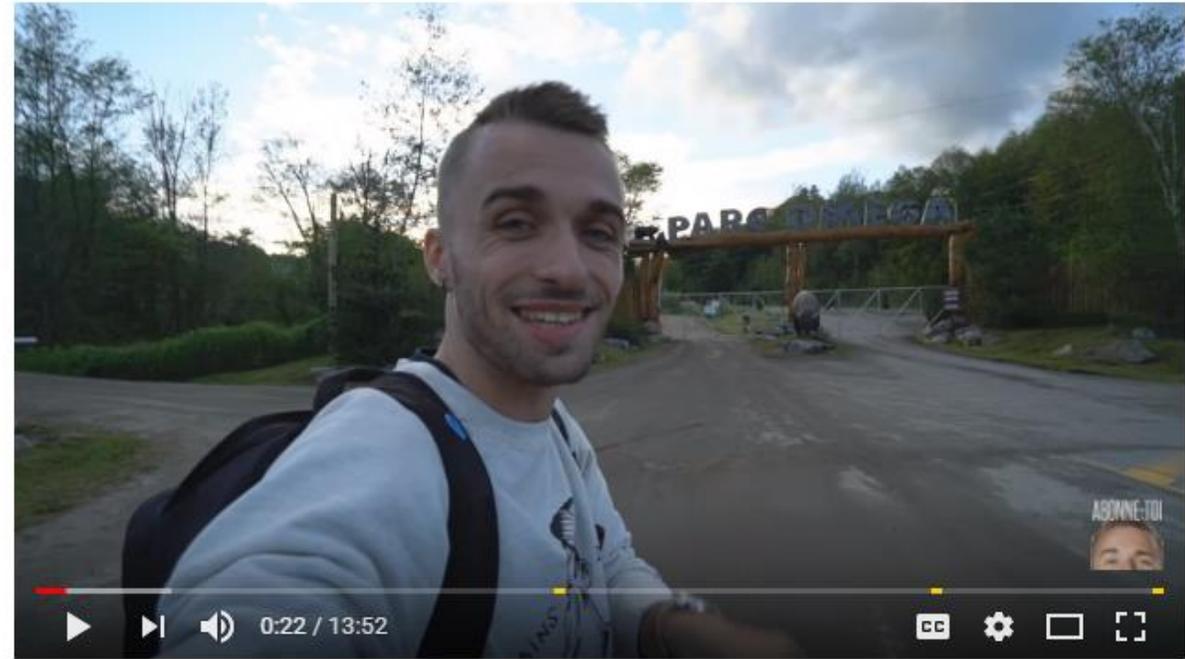
RETOMBÉES DE PRESSE

Un exemple concret



**En visite au Parc Oméga et
chez Rafting Momentum**

Grâce à Destination Canada



CET HOMME FRÔLE LA NOYADE (Vlog Canada #2)

2 761 504 visionnements

190 K

1 K

PARTAGER

...



SQUEEZIE ✓

Publiée le 20 sept. 2017

S'ABONNER 9,9 M

Vidéo sponsorisée par l'office du tourisme Canadien. Merci à eux ! :-)

Vlog Canada #1 : <https://youtu.be/oXmo946xIYA>

ABONNE-TOI ! <http://bit.ly/2fm88Xo> (merci)

PLUS

8 417 commentaires

TRIER PAR

AMBASSADEUR VÉLO

FRÉDÉRIK GATES

6

ÉVÉNEMENTS

1. Lancement de la campagne TO
2. Grand Prix Cycliste de Gatineau
3. Défi Gatineau-Tremblant
4. Défi Pierre Lavoie
5. Tour BMR
6. Festi-Vélo

+ 18 000 Personnes atteintes

Différents angles abordés : événements vélo, vélo de montagne, découverte à vélo, etc.

6

BILLETS DE BLOGUE

2

CARTES VÉLO

Carte du réseau cyclable (CCN, Ville de Gatineau, Ville d'Ottawa et Tourisme Ottawa)

Impression : 75 000 copies

Carte 6 circuits vélo (par Tourisme Outaouais)

Impression : 24 000 copies



FIERTÉ LOCALE

7.9

SUR 10

SENTIMENT DE FIERTÉ

96 %

SATISFAITS

DE L'ENGAGEMENT DE LA VILLE

Source: Sondage sur la satisfaction des Gatinois (650 répondants)

TOUR AND TRAVEL

- ✓ **1** campagne publicitaire sur le marché de la France à l'été 2017
- ✓ **5** bourses totalisant **212** rendez-vous
 - ✓ **3** multi-marchés
 - ✓ **1** chine
 - ✓ **1** étudiant
- ✓ **5** tournées de familiarisation organisées par nos partenaires AITQ et Destination Canada
- ✓ **4** missions de vente, dont
 - ✓ **1** au Royaume-Uni avec AITQ
 - ✓ **1** à Paris pour la route des explorateurs
- ✓ **2** missions de vente avec Tourisme Ottawa
- ✓ **1** événement client pour la Route des explorateurs avec nos partenaires de l'Abitibi et des Laurentides
- ✓ **1** événement client en France pour la Région de la capitale du Canada



TOUR AND TRAVEL

Séduire le marché chinois

FAITS SAILLANTS

- ✓ Atteignant un record d'arrivées sur 12 mois, la Chine a été le plus important marché source du Canada en 2017 en Asie-Pacifique et le deuxième parmi les marchés étrangers de Destination Canada.
- ✓ La majorité des touristes chinois ont prévu au moins une visite en Colombie-Britannique ou en Ontario. La moitié (50 %) des voyageurs de loisirs chinois étaient âgés de 35 à 54 ans, et 26 % ont voyagé au Canada avec des enfants.
- ✓ L'Alliance touristique du Québec (AITQ) reconnaît l'Outaouais comme une région à fort potentiel sur le marché chinois et souhaite intensifier ses efforts pour la positionner dans les itinéraires des voyagistes chinois.



TOUR AND TRAVEL

Séduire le marché chinois

Actions

LE DÉLÉGUÉ DE TOURISME OUTAOUAIS A ASSISTÉ À LA
BOURSE **SHOWCASE CANADA-ASIA**
DU 14 AU 20 OCTOBRE 2017 À PEKIN

Organisé et chapeauté par Destination Canada, *Showcase Canada-Asie* est un événement annuel regroupant des vendeurs canadiens et des acheteurs de la Chine et de la Corée du Sud.

TOURISME OUTAOUAIS A REÇU **4 TOURNÉES DE FAMILIARISATION** EXCLUSIVE AU MARCHÉ CHINOIS

26 mai	
9	5
CLIENTS	PARTENAIRES

Organisée par AITQ

10 août	
5	3
CLIENTS	PARTENAIRES

Organisée par Destination Canada

16 décembre	
10	3
CLIENTS	PARTENAIRES

Organisée par AITQ

7 février	
3	
PARTENAIRES	

Organisée par AITQ

PLAN D'ACTION 2017-2018

**Investir en développement
et mobiliser le milieu**

RÉSULTATS

Investir en développement et mobiliser le milieu

- Prévoir un lancement audacieux des Chemins d'eau pour envoyer un message clair qu'il s'agit d'un produit important pour les MRC;**
- Développer le nouveau protocole d'entente en développement avec le ministère du Tourisme et accompagner les promoteurs;**
- Créer des comités dans chacun des pôles de la planification stratégique pour élaborer un plan d'action;**
- Soutenir les attraits de la route touristique Chemins d'eau (marketing, messages, respect des critères, mise à niveau « *market ready* », etc.);**
- Réaliser au moins un projet par pôle en concertation avec les comités.**

Objectifs partiellement atteints
À reconduire en 2018-2019

Objectif reporté en 2018-2019

LES CHEMINS D'EAU

SITE WEB

6 790 vues uniques

5^e page avec le plus de vues uniques

PUBLICITÉS FACEBOOK

Vacances de la construction

Impressions (fr)

13 194

Impressions (ang)

8 213

Fête du Travail

Portée (fr)

17 065

Portée (ang)

4 203

Août

Personnes atteintes (FR)

36 789

Interactions

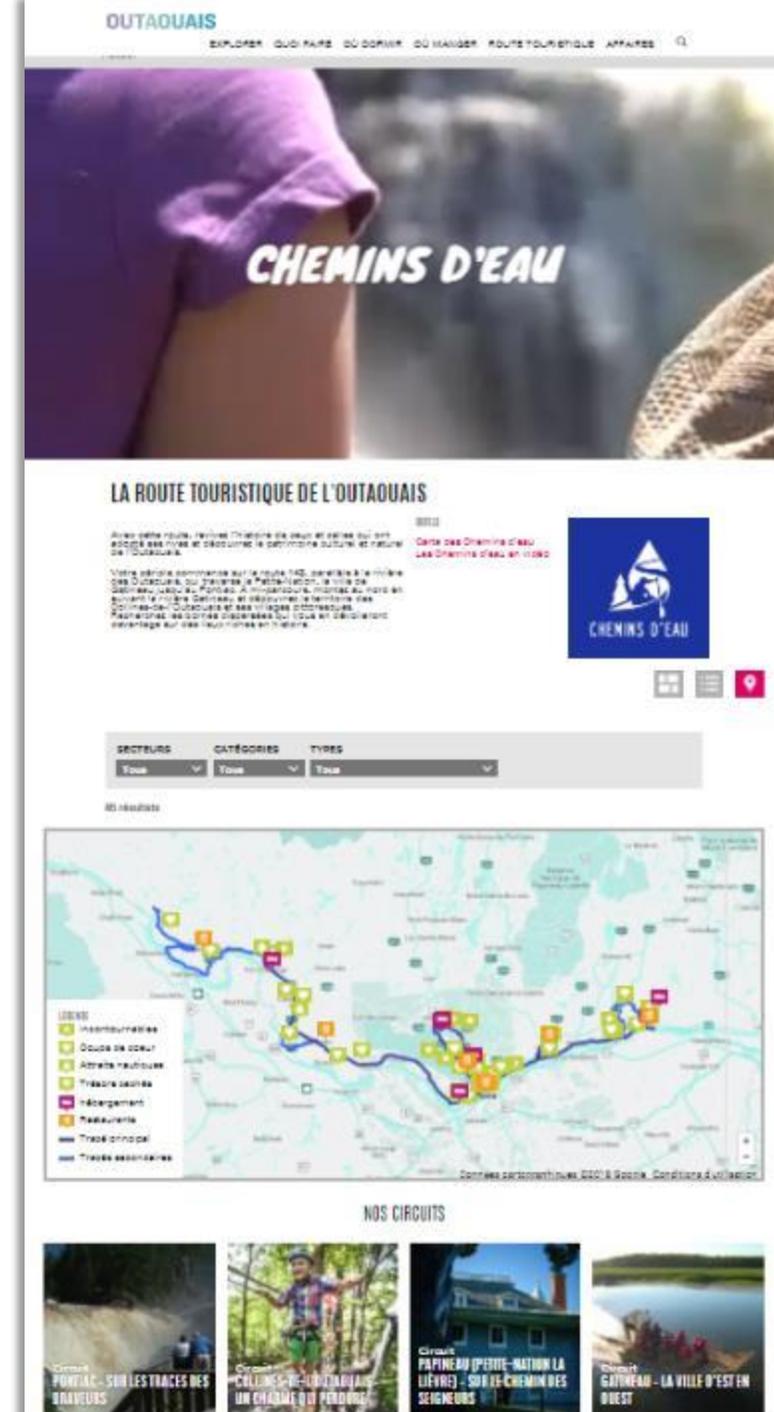
666

QUÉBEC ORIGINAL

+ 280 000 abonnés

149 j'aime

27 partages



LES CHEMINS D'EAU



ORIENTATIONS MARKETING 2018

Doubler les investissements sur le marché québécois

Campagne de notoriété Hors-Québec (France/UK)

Mise à jour des outils promo (site Web, carte, bornes)

Diffusion Télé destinée aux plaisanciers

STRUCTURATION DE L'OFFRE 2018

Guide d'accompagnement pour les partenaires de la route

RETOUR DU PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE L'OUTAOUAIS (*PDTO*)

Rappel du programme

- ✓ Fonds de plus de **1,5 million \$** d'ici 2020 annoncé en juin 2017;
- ✓ Tourisme Outaouais (TO) et le ministère du Tourisme du Québec (TQ) mettent chacun **784 000 \$**;
- ✓ **50** demandes déposées et plus de **80** promoteurs rencontrés;
- ✓ Une enveloppe de **420 000 \$** disponible pour 2017-2018;
- ✓ Bonification de **150 000 \$** à la suite d'une décision du Conseil d'administration de réaffecter un surplus; le fonds est donc passé à **570 000 \$**;
- ✓ Le cumul des investissements analysés par le comité de gestion dépassent les **33 M \$**.

PROGRAMME DE SOUTIEN POUR FESTIVALS, ÉVÉNEMENTS ET PETITS ATTRAITS

150 000 \$		
2017-2018 50 000 \$	2018-2019 50 000 \$	2019-2020 50 000 \$

Rendre du financement disponible pour les joueurs qui ne se qualifient normalement pas dans des programmes gouvernementaux

34 DEMANDES SOUMISES

22 DEMANDES ADMISSIBLES

**14 DEMANDES RETENUES
(ÉVÉNEMENTS DANS LES MRC)**

**LA VALEUR DES
DEMANDES A ÉTÉ
DE PLUS DE
167 000 \$**

**MAXIMUM DE
5 000 \$ SOUS
FORME DE
SUBVENTIONS NON
REMBOURSABLES**



FARR

Fonds d'appui au rayonnement des régions

Deux projets soumis par Tourisme Outaouais ont été retenus dans le cadre du FARR*.

1. Développement d'une route touristique dans la Vallée-de-la-Gatineau (**40 000 \$**);
2. Lancement d'une campagne de notoriété entourant le produit touristique les « Chemins d'eau » lancé en juin 2017 (**90 000 \$**).

*Le FARR relève du ministère des Affaires municipales et de l'Occupation du territoire (MAMOT)



***MOBILISER ET
COLLABORER***

COLLABORER AVEC LES MRC

Quelques exemples

- ✓ Participation active de l'équipe de développement de Tourisme Outaouais au comité du pôle touristique de Montebello;
- ✓ Bravo à l'équipe de la MRC de Papineau d'avoir organisé un forum pour discuter tourisme sur son territoire le 19 mars dernier !
- ✓ La MRC de la Vallée-de-la-Gatineau a souvent répondu « présente » dans des initiatives organisées par Tourisme Outaouais (kiosque interactif au lancement d'été et au concours famille, participation à plusieurs salons plein air, etc.);
- ✓ Le travail est commencé pour créer une route touristique dans la Vallée-de-la-Gatineau grâce à une subvention du FARR obtenue par Tourisme Outaouais.

COMITÉS DE TRAVAIL DE TOURISME OUTAOUAIS

Merci à tous les partenaires qui siègent bénévolement à divers comités de travail et qui collaborent, de concert avec l'équipe de TO, au rayonnement de notre destination!

CHEMINS D'EAU

SONIA BISSON ET SOPHIE GODBOUT

Ville de Gatineau

CATALINA GONZALEZ

Ministère de la Culture et des Communications

JÉRÉMI VAILLANCOURT

MRC du Pontiac

ISABELLE CROTEAU

Parc national de Plaisance

DENIS BLAEDOW

Parc des Chutes Coulonges

DANIEL FEENY

Commission de la capitale nationale

MICHAEL COOPER

Centre patrimonial de la Maison Fairbairn

RÉJEAN LAMPRON

CLD des Collines-de-l'Outaouais

MICHEL RIBERDY

Société d'histoire de Buckingham

ROSALIE CÔTÉ ET STÉPHANIE FORTIN

Musée canadien de l'histoire

JESSY LAFLAMME

MRC Papineau

VÉLO

LOUISE MARCHILDON

CLD des Collines-de-l'Outaouais

FRANCE CHARLEBOIS

Commission de la capitale nationale

DANIEL FEENY

Commission de la capitale nationale

MÉLISSA BROUSSEAU

Corporation des loisirs de Papineau/MRC de Papineau

NORMAND VEILLETTE

Loisir Sport Outaouais

JÉRÉMI VAILLANCOURT

MRC de Pontiac

CAROLINE MARINIER

MRC Vallée-de-la-Gatineau

SOPHIE GODBOUT

Ville de Gatineau

POURVOIRIE

FRANÇOIS POIRIER

Territoire chasse et pêche Poirier

SERGE DANIS

Domaine Shannon

SOPHIE ROUSSEAU

Pavillon Wapus

CATHERINE PLOUFFE

Domaine Pine Grove

DENIS LEBRUN

Domaine du lac Bryson

BILL NOWELL

Kenauk Nature

CAROLINE MARINIER

MRC Vallée-de-la-Gatineau

ALAIN PARENTEAU

Fédération des pourvoiries du Québec

TOURISME OTTAWA ET LA COMMISSION DE LA CAPITALE NATIONALE

COMITÉ SUR LA SIGNALISATION RÉGIONALE « WAYFINDING »

- ✓ Tourisme Outaouais est partenaire du projet pilote sur la signalisation régionale chapeauté par la CCN;
- ✓ Les premières bornes d'affichage seront installées au printemps 2019, dont 9 du côté de Gatineau (total de 35);

BIENVENUE QUÉBEC

- ✓ Tourisme Outaouais (TO) et Ottawa Tourism (OT) ont participé ensemble à la plus importante bourse touristique du Québec du 22 au 25 octobre 2017;
- ✓ Les deux organisations ont partagé un kiosque VIP où les acheteurs pouvaient expérimenter la vidéo 360°;
- ✓ 56 rendez-vous.

PROJET PILOTE OTTAWA-OUTAOUAIS

- ✓ Les 12 et 13 mars, promotion de la région de la capitale du Canada lors du voyage de vente à Paris organisé par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ). Des produits marketing communs ont été développés.



↑ 1755 %
(2 978 en 2016)

55 262
PAGES VUES
UNIQUES

POURVOIRIES



POURVOIRIE, CHASSE ET PÊCHE



1
STRATÉGIE
NUMÉRIQUE
jedecroche.com

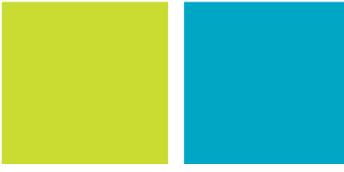


↑ 56 %
28
POURVOIRIES
MEMBRES



+ 4 000
NOUVEAUX ABONNÉS
À L'INFOLETTRE
POURVOIRIE

6
VIDÉOS



PLAN D'ACTION 2017-2018

Développer une stratégie en affaires impliquant la mise sur pied d'un fonds d'incitatifs aux congrès et aux événements

RÉSULTATS

Développer une stratégie en affaires impliquant la mise sur pied d'un fonds d'incitatifs aux congrès et aux événements

- Créer un fonds d'incitatifs aux congrès et aux événements en collaboration avec le milieu hôtelier;**
- Valoriser la clientèle fidèle par le biais d'initiatives « merci »;**
- ... Faire passer la relation de travail entre Tourisme Outaouais et le milieu hôtelier à une relation de collaboration et de partenariat*;**
- Développer des offres personnalisées pour répondre aux besoins des membres;
- Investir avec ses partenaires dans la réalisation d'une étude en affaires pour évaluer les infrastructures actuelles et les marchés potentiels**.



Cette initiative a été intégrée au fonds d'incitatifs aux congrès et aux événements



*À reconduire en 2018-2019



Objectif reporté en 2018-2019
**En fonction de la démarche du ministère du Tourisme du Québec

FONDS CONGRÈS ET ÉVÉNEMENTS

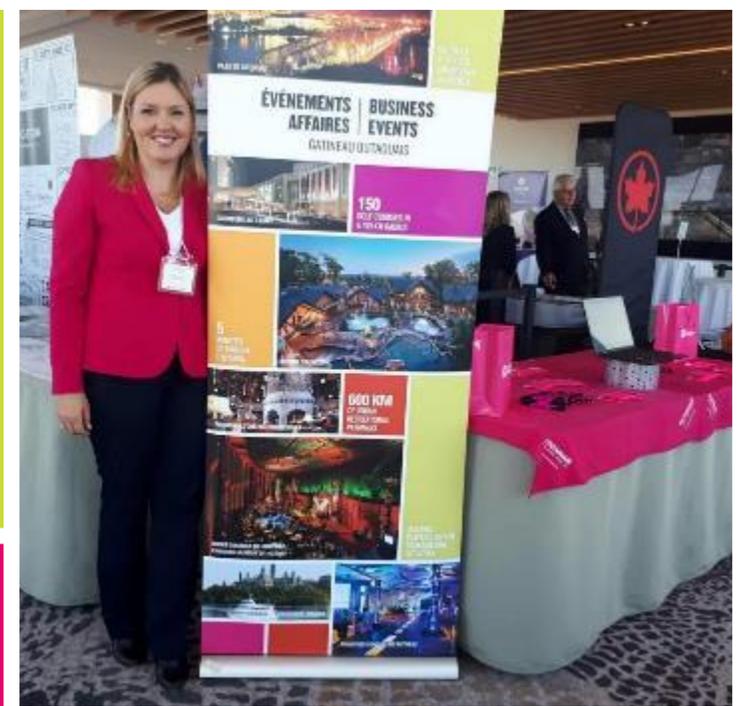
Développer une stratégie en affaires impliquant la mise sur pied d'un fonds d'incitatifs aux congrès et aux événements

- ✓ Ouverture d'un fonds d'incitatifs aux congrès et aux événements pour créer un effet de levier afin d'attirer de nouveaux congrès et événements visant à générer des nuitées;
- ✓ Critères établis à la suite d'une analyse comparative des marchés et de rencontres avec les hôteliers;
- ✓ Le CA de Tourisme Outaouais s'engage à y verser une somme annuelle de **125 000 \$** en 2017-2018, 2018-2019 et 2019-2020;
- ✓ Un comité de gestion a été mis sur pied.



5
VOYAGES DE
VENTE

TOURISME D'AFFAIRES SUR LE TERRAIN



↑
ÉVÉNEMENT CLIENTS
MARCHÉ MONTRÉAL-QUÉBEC



13
ÉVÉNEMENTS
CLIENTS



12
TOURNÉES DE
FAMILIARISATION

↑
SALON
TRAVEL TRADE OTTAWA

23
BOURSES, SALONS
ET CONFÉRENCES

↓
STRATÉGIES D'ACCUEIL
COUPE PAN AM 2017 - VOLLEYBALL



→
**STRATÉGIE
D'ACCUEIL**
ASSOCIATION
CANADIENNE
DES ADMIN.
MUNICIPAUX

25
STRATÉGIES D'ACCUEIL



←
FAM
FEESQ-CSN

ÉVÉNEMENTS ET CONGRÈS

Performance industrie touristique

	Congrès de 50 nuitées et plus					40 nuitées +		Écart (%)	
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	17/15	17/16
Nombre d'événements et congrès	233	259	245	272	309	345	398	29,2 %	15,4 %
Nombre de nuitées	45 712	49 604	45 727	51 907	52 766	59 294	62 897	19,2 %	6,1 %
Retombées économiques	17 M \$	18,9 M \$	17,4 M \$	19,8 M \$	18,7 M \$	22 M \$	24,1 M \$	28,8 %	9,2 %

TOURISME D'AFFAIRES

Opportunités

	2015	2016	2017
Opportunités totales	43	62	115
Opportunités totales avec nuitées	36	53	89
Gagnées	18	29	26
Gagnées avec nuitées	15	25	18
Perdus	25	33	36
En cours	0	0	53
Nuitées gagnées	3415	2360	4818

UNITÉS D'HÉBERGEMENT OCCUPÉES

Performance industrie touristique

Nombre moyen d'unités d'hébergement occupées quotidiennement	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Écart (%)	
							17/15	17/16
Outaouais	1 448	1 493	1 556	1 564	1 633	1 792	14,6 %	9,7 %
Province	39 533	39 142	38 716	38 800	40 337	41 998	8,2%	4,1 %

Source : Institut de la statistique du Québec (ISQ), compilation spéciale MTO

TAUX D'OCCUPATION INDUSTRIE

Comparatif

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Écart (%) 17/16
Québec et région	57,8%	58,1%	61,6%	61,0%	65,0%	67,8%	4,3%
Mauricie (Trois-Rivières)	41,1%	39,3%	41,2%	42,5%	46,7%	51,0%	9,2%
Cantons-de-l'Est (Sherbrooke)	38,1%	40,1%	39,5%	42,0%	41,1%	44,2%	7,5%
Montérégie (Longueuil)	45,0%	43,3%	48,5%	48,1%	49,0%	53,5%	9,2%
Laurentides	39,7%	41,7%	43,1%	47,5%	47,1%	49,1%	4,2%
Outaouais	48,8%	51,7%	54,4%	55,8%	58,1%	61,9%	6,5%
Ensemble du Québec	52,5%	52,8%	54,9%	55,8%	57,6%	60,6%	5,2%

Source : ISQ compilation spéciale MTO.

TAUX D'OCCUPATION

Milieu urbain

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Écart (%)	
							17-15	17-16
Gatineau	56,4	60,47	65,09	67,94	70,61	73,76	8,57 %	4,46 %
Ottawa	69,8	68,4	69,8	72,4	71,5	nd	nd	nd

Sources : L'Association des hôtels d'Ottawa et Gatineau (OGHA) et le Regroupement des hôteliers en Outaouais (RHEO).

À noter : 5 hébergements de Gatineau sont inclus dans les statistiques du OGHA.

PLAN D'ACTION 2017-2018

**Articuler une stratégie
pour doter l'Outaouais
d'une vision et d'un plan
dans le contexte de la
porte d'entrée**

RÉSULTATS

Articuler une stratégie pour doter l'Outaouais d'une vision et d'un plan dans le contexte de la porte d'entrée

- ☑ **Consultation d'acteurs clés du milieu touristique, économique et politique dans l'élaboration d'une vision sur la porte d'entrée;**
- ☑ **Évaluer la pertinence de réaliser une étude/sondage/focus group pour bien cerner les besoins;**
- ☑ **Élaborer un plan d'action en phase et chiffré avec des projets précis;**
- ☑ **Informé et mobiliser le milieu politique autour de la démarche pour paver la voie à des demandes d'investissement pour des projets précis.**

Objectifs en voie de réalisation
À reconduire en 2018-2019



PORTE D'ENTRÉE

JOURNÉE DE RÉFLEXION DU 14 NOVEMBRE 2017



100
PARTENAIRES, CONTRIBUTEURS DU
DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE,
CULTUREL ET TOURISTIQUE



OBJECTIF
MOBILISER LE
MILIEU POUR TIRER
PROFIT DU STATUT
PORTE D'ENTRÉE

UNE DÉSIGNATION
ALLOUÉE À L'OUTAOUAIS
PAR TOURISME QUÉBEC
EN 2012



DEVENIR UN CENTRE D'INFORMATION TOURISTIQUE (CIT)

Une belle marque de confiance

- ✓ Il s'agit d'une initiative qui découle directement de la désignation « porte d'entrée »;
- ✓ En décembre 2017, le ministère du Tourisme du Québec a annoncé qu'il confiait un mandat d'information touristique élargi à l'ensemble du Québec pour sa maison du Tourisme de Gatineau;
- ✓ Tourisme Outaouais recevra une somme de **240 000 \$** sur trois ans pour la réalisation de ce projet pilote;
- ✓ Ce projet est l'une des vingt mesures en accueil annoncées par le ministère.

A two-story red brick house with a white porch and a decorative gable. The house has a dark roof with a small dormer window in the gable. The porch has a white railing and a decorative archway over the entrance. The house is surrounded by trees and a white fence. The word "GOUVERNANCE" is written in a stylized font across the center of the image.

GOUVERNANCE

GOVERNANCE

Changements

- ✓ Le Conseil d'administration est passée de 24 administrateurs à **14** administrateurs le 28 septembre 2017 à la suite de l'Assemblée générale annuelle (AGA);
- ✓ Une nouvelle présidente est entrée en poste, **Geneviève Dumas**;
- ✓ **Manuela Teixeira** qui a occupé le poste de présidente durant quatre mandats siège toujours au C.A. à titre de vice-présidente de manière à assurer une transition en douceur pour l'organisation;
- ✓ L'AGA de Tourisme Outaouais aura lieu le **14 juin 2018**.

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION (C.A.)

Mme Geneviève Dumas, *présidente*

Mme Manuela Teixeira, *vice-présidente*

M. Jason Trottier, *secrétaire-trésorier*

Mme Louise Boudrias, conseillère, *Ville de Gatineau*

Mme Marie-Josée Beaulieu, Lapointe Beaulieu avocats

Mme Christine Cadieux, Ramada Plaza Manoir du Casino

Mme Mylène A. Deneault, Parc des Chutes Coulonge

M. François Hardy, Casino du Lac-Leamy

Mme Julie Jolivette, MRC Vallée-de-la-Gatineau

Mme Chantal Lair, Pontiac en Outaouais

M. Yan Montagne, Le St-André – Pub Spectacle

M. Cédric Tessier, conseiller, Ville de Gatineau

Mme Marlène Thonnard, Pôle d'excellence en récréotourisme en Outaouais

Mme Marianne Trotier, Nordik Spa-Nature



MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION (C.A.)

1er avril au 28 septembre 2017

Richard M. Bégin, conseiller, Ville de Gatineau

Alain Brosius, Brosius & Consultants Tourism-e

Michèle Canto, Musée canadien de l'histoire

Jean Castonguay, Ferme Captiva

Nicolas Chaussé, Camps touristiques la Pointe à David

Gérard Coulombe, municipalité de Grand-Remous

Jean-François Dion, Centre touristique du Lac-Simon

Diane Labelle, Labelle Corbeille

Michel Leclair, Éco-Odyssée

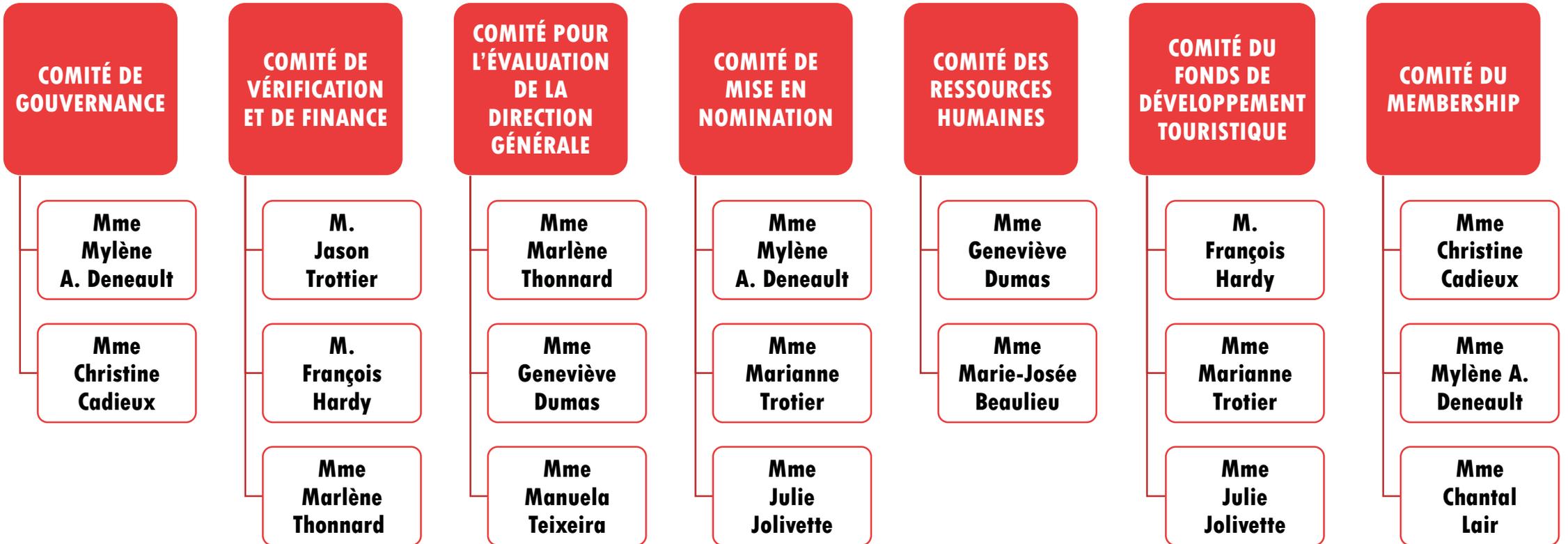
Sylvie Lyonnais, Escapade Eskimo

Philippe Ouellette, Rafting Momentum

Stéphane Paquet, Le St-Estèphe, fin traiteur

Stefan Psenak, Centre-ville de Gatineau

MEMBRES DES COMITÉS DU C.A.



A scenic view of a red covered bridge over a river. The bridge has a white roof and red wooden siding. The river is calm, reflecting the bridge and the surrounding greenery. In the foreground, there are large, grey rocks. The sky is clear and blue.

**RAPPORT
ANNUEL
2017-2018**

Association touristique régionale Outaouais

Pour la période du 1 avril 2017 au 31 mars 2018

Bilan financier sommaire

REVENUS	
Revenus du secteur public	
Total - Gouvernement du Québec	728 619 \$
Total - Gouvernement du Canada	680 835 \$
Total - Gouvernance régionale	
Total - Gouvernance locale	516 120 \$
Revenus engagés sur la taxe sur l'hébergement	
Total de la taxe sur l'hébergement	2 314 896 \$
Total - Revenus publics	
	4 240 470 \$
Revenus du secteur privé	
Total des revenus des partenaires privés	1 407 115 \$
Autres revenus de gestion	
Total - Revenus du secteur privé	
	1 407 115 \$
TOTAL DES REVENUS (correspondant aux états financiers vérifiés)	
	5 597 584 \$
DÉPENSES	
Accueil	329 750 \$
Soutien et développement de l'offre	617 194 \$
Promotion	3 733 637 \$
Frais administratifs, information, service aux membres	817 597 \$
Autres (frais de perception de la taxe sur l'hébergement - Revenu Québec)	25 353 \$
TOTAL DES DÉPENSES (correspondant aux états financiers vérifiés)	
	5 523 531 \$
Bénéfice ou (insuffisance)	
	74 053 \$