

RAPPORT ANNUEL 2019-2020



MOT DE LA PRÉSIDENTE

Chers membres, partenaires et collègues,

Le mot de la présidente du conseil d'administration coiffe habituellement le bilan annuel de Tourisme Outaouais (TO) et s'attarde sur des faits saillants. Dans les circonstances, alors que l'assemblée générale annuelle de TO a été repoussée de juin à octobre en raison de la COVID-19, je m'attarderai d'abord aux derniers mois qui ont secoué notre industrie.

Le conseil d'administration et l'équipe de Tourisme Outaouais ont été très actifs pour vous soutenir, vous informer et représenter vos intérêts et vos enjeux aux gouvernements et dans les médias. Aux entrepreneurs de l'industrie touristique : vous avez fait preuve de résilience, vous vous êtes repositionnés rapidement et vous avez mis en place des mesures sanitaires à la vitesse grand V. Chapeau! Il ne faut surtout pas lâcher !

Dans la foulée de cette crise, le ministère du Tourisme et l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (Alliance) ont créé plusieurs comités de travail pour prendre le pouls du terrain et discuter de relance. France Bélisle, présidente-directrice générale de Tourisme Outaouais, a siégé à plusieurs comités à l'invitation du gouvernement du Québec et de l'Alliance. Une marque de confiance et une reconnaissance de la crédibilité de notre PDG et de notre organisation. Soyons fiers d'avoir été interpellés.

J'ai moi-même, à titre de présidente de Tourisme Outaouais et vice-présidente de l'Alliance, été aux premières loges des enjeux vécus par les entrepreneurs touristiques du Québec. Le conseil d'administration de l'Alliance a fait valoir les défis très particuliers de notre industrie auprès des décideurs. Nous avons aussi porté plusieurs solutions aux gouvernements. Certaines ont été retenues. D'ailleurs le CA de Tourisme Outaouais s'est entretenu avec les députés fédéraux régionaux pour faire valoir les enjeux. L'aide fédérale et provinciale est certainement précieuse et appréciée, mais elle ne répond pas aux besoins de l'ensemble des entreprises, selon leur situation. Nous sommes bien conscients de la situation fragile dans laquelle plusieurs se retrouvent, tant au niveau de l'hébergement et de la restauration que dans la plupart des autres entreprises.

MOT DE LA PRÉSIDENTE

De l'argent pour faire vivre le statut de porte d'entrée

Le 2 juillet, Caroline Proulx, ministre du Tourisme, a accordé pour la première fois des sommes à Tourisme Outaouais pour faire vivre le concept de porte d'entrée. Deux mandats principaux sont rattachés à ces 3 M\$ annoncés. D'abord, attirer plus de visiteurs notamment ontariens, pour les pousser sur l'ensemble du territoire et les inciter à découvrir les richesses de nos MRC. D'ailleurs, cet argent nous a permis de lancer la campagne « Passe en mode Outaouais ». Le deuxième segment sur lequel nous devons agir sera de développer davantage le tourisme d'affaires. L'Outaouais détient un statut de porte d'entrée depuis huit ans, au même titre que Québec et Montréal.

Jouer en région avec les partenaires économiques

Un comité tactique régional chapeauté par Espace-O a été créé dans le contexte de la crise. Plusieurs organisations régionales du milieu économique ainsi que les MRC y siègent. Des initiatives ont rapidement été mises en place : le programme de formation *Les essentiels du virage numérique* et le *Parcours relance* en sont des exemples. L'École des entrepreneurs, Espace-O, Tourisme Outaouais et leurs partenaires ont créé, développé et fait la promotion de ces formations pour outiller les entreprises de la région. Une trentaine de nos membres bénéficient de chacune de ces formations financées en grande partie par le gouvernement du Québec. La campagne de sensibilisation de l'achat local, [Outaouais d'abord](#), dont Tourisme Outaouais est aussi un partenaire financier, découle également de ce comité régional.

GoMedia Canada 2019 et OMCA

Outre les actions découlant de cette crise, s'il y avait un ou deux faits saillants à mettre de l'avant, ce serait sans conteste GoMedia Canada 2019 et OMCA, organisés en partenariat avec Tourisme Ottawa. La visibilité sur les marchés régionaux, provinciaux, nationaux et internationaux qui en découlent est majeure. D'abord, GoMedia a permis à plusieurs journalistes internationaux de découvrir des attraits en Outaouais grâce à cinq tournées médiatiques. GoMedia s'est clos au Musée canadien de l'histoire où près de 350 invités étaient rassemblés. Cette soirée a permis de faire vivre une expérience WOW à des journalistes internationaux, des représentants touristiques du Canada ainsi qu'à des invités de marque et des médias régionaux.

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Puis, TO s'est à nouveau associé à Tourisme Ottawa dans le cadre de l'événement OMCA qui regroupe des compagnies de transport de l'Ontario. La soirée organisée par TO et Tourisme Ottawa a eu lieu au Musée des beaux-arts du Canada. Elle a permis de promouvoir l'Outaouais auprès des tours opérateurs, des agences de voyages et des réceptifs.

À titre de présidente du CA, j'ai rencontré plusieurs politiciens dans la dernière année (caucus de la CAQ, députés et ministres provinciaux et fédéraux) pour discuter entre autres, de la portée économique de notre industrie et des importants enjeux de main-d'œuvre. Dans le contexte de la COVID-19, j'ai l'impression que ça date d'une autre époque ! Pourtant, l'enjeu est bien réel et demeure.

En terminant, sachez que c'est avec fierté que je vous représente et que je m'engage en tant que présidente du conseil d'administration de Tourisme Outaouais, vice-présidente de l'Alliance et présidente du comité tourisme de la Fédération des chambres de commerce du Québec. En toute humilité, j'espère faire une différence en participant aux décisions qui auront un impact sur l'ensemble de l'industrie touristique au Québec.

Au nom du conseil d'administration, j'aimerais remercier tous les membres de l'équipe de Tourisme Outaouais pour leur dévouement et leur rigueur, spécialement durant cette période de la COVID-19. Félicitations et merci à tous!



Geneviève Dumas
Présidente du conseil d'administration

OBJECTIFS

Accompagner les promoteurs dans le développement de leur offre touristique	En cours	Réalisé
En agrotourisme/tourisme gourmand : soutenir entre 5 et 10 entreprises pour les rendre « market ready » d'ici 2020 dans l'objectif de s'appuyer sur des piliers pour 2020-2025	Indicateur modifié <i>Octroi d'un mandat diagnostic sur l'identité culinaire</i>	
Soutenir le développement du Relais plein air (RPA) pour en faire un produit d'appel hivernal ski de fond		Réalisé
Accélérer le démarchage lié à l'EDNET pour écouler le 475 000 \$	Indicateur modifié <i>Prolongation du programme par le MTO</i>	Réalisé
Reddition de comptes et bilan des protocoles en vélo et en ski de fond qui arrivent à échéance en 2020 en vue de la renégociation d'entente avec les MRC et Gatineau		Réalisé

Positionner l'Outaouais et Gatineau à titre de porte d'entrée dans son milieu et auprès des partenaires	En cours	Réalisé
Organiser, avant la fin mai, une rencontre avec le nouveau caucus régional de la CAQ pour présenter le concept de porte d'entrée, les enjeux et les projets qui peuvent en découler		Réalisé
Contribuer activement au développement de la vision et des projets du Sentier culturel pour en faire un produit servant aussi à agrémenter le séjour du visiteur et le guider vers le centre-ville		Réalisé
Développer un projet concret de porte d'entrée en collaboration avec nos partenaires fédéraux (en lien avec stratégie de mise en œuvre post forum)		Partiellement réalisé
Démarcher et soutenir les projets des promoteurs intéressés à développer un produit ou une offre dans le corridor de la porte d'entrée (axe Laurier)		Réalisé
Développer un projet de porte d'entrée avec nos collègues de Québec et Montréal par le biais du Comité « porte d'entrée » de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (Alliance)	Modifié	

OBJECTIFS

Affaires et congrès : créer un terreau fertile à la construction d'une nouvelle infrastructure	En cours	Réalisé
Réaliser une étude de faisabilité pour un futur centre des congrès à Gatineau incluant une étude comparative des centres de congrès au Québec et des marchés comparables		Partiellement réalisé
Organiser une délégation gatinoise pour visiter les plus récents et pertinents centres de congrès au Québec et leur modèle d'affaires	Modifié	
Développer une stratégie de communication auprès des différents paliers de gouvernement		Réalisé
Présenter les opportunités et les enjeux actuels du tourisme d'affaires pour élever le niveau de compréhension du milieu économique régional (Commission du développement économique, des gens d'affaires, mais aussi des élus municipaux gatinois).		Réalisé

Outiller les entreprises touristiques pour augmenter leur performance	En cours	Réalisé
Organiser un forum sur la pénurie de main-d'œuvre pour établir un plan d'action régional et présenter des outils à nos promoteurs avec des partenaires clés comme le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT) et Emploi Québec et offrir de la formation en ressources humaines		Réalisé
Offrir au minimum deux formations centrées sur la qualité du service à la clientèle et leur compréhension de l'univers numérique assorti d'activités de réseautage		Réalisé
Poursuivre le développement de notre offre membership pour augmenter sa valeur en révisant notamment notre offre aux membres « services professionnels »	En cours	

OBJECTIFS

Enrichir la collaboration avec les partenaires touristiques actifs sur les marchés hors Québec	En cours	Réalisé
Enrichir les partenariats avec QuébecOriginal et optimiser le contenu créé lors de ces partenariats		Réalisé
Développer une image de marque pour la région de la capitale du Canada avec Tourisme Ottawa qui sera lancée lors de GoMédia Canada 2019 et dorénavant utilisée lors de bourses et missions commerciales communes	En cours	
Investir dans les projets collectifs de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec dans les expériences nous permettant de prendre notre place à titre de porte d'entrée, soit <i>Villes vibrantes</i> en Asie et <i>Plaisir d'hiver Urbain</i> sur le Mexique		Réalisé
Investir avec Tourisme Ottawa et Destination Canada sur le marché de la France et du Royaume-Uni	En cours	
Développer un partenariat avec l'Abitibi et les Laurentides pour le marché de la France et de l'Allemagne	En cours	

DONNÉES SUR LES VISITEURS ET LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Une industrie qui contribue à la richesse du Québec

- Avant la crise, l'industrie touristique générait annuellement 16 G\$ d'activité économique (2,5 % du PIB du Québec) ;
- 400 000 emplois partout sur le territoire via 30 000 entreprises ;
- 2 G\$ de recettes fiscales pour le gouvernement québécois ;
- Elle avait également le vent dans les voiles, tant auprès de la clientèle québécoise et canadienne qu'internationale. Elle connaissait une croissance soutenue depuis plusieurs années (7 % en 2018).

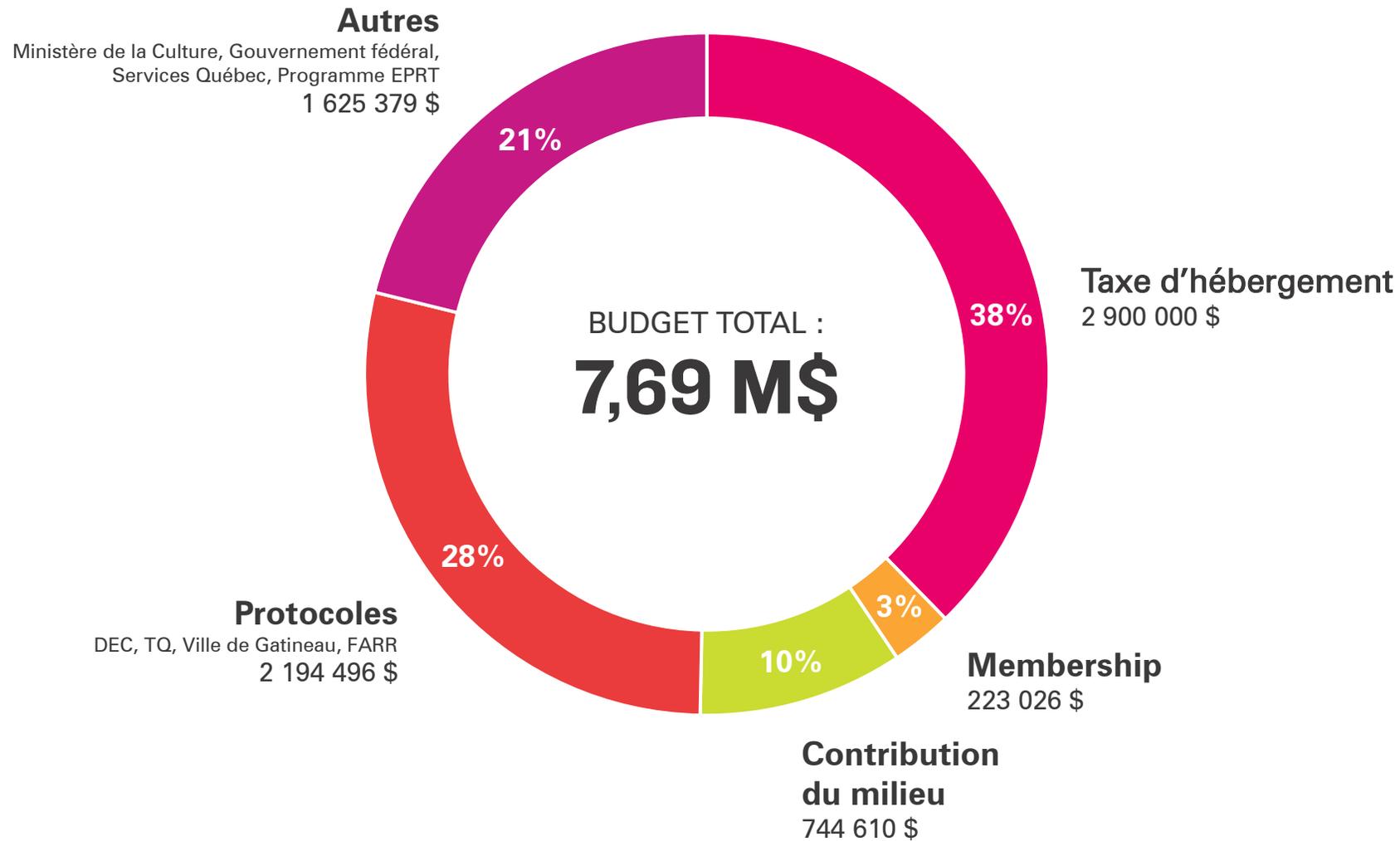
Portrait de l'industrie en Outaouais

- Plus de 3 millions de visiteurs ont visité la région de l'Outaouais en 2018. Le tiers des visiteurs viennent de l'extérieur du Québec ;
- Les recettes touristiques dépassent les 435 M\$ par année ;
- Plus de 8 200 emplois directs et indirects sont liés à notre secteur ;
- Près de 40 % des visiteurs de l'Outaouais viennent ici pour des vacances et 45 % viennent visiter des parents et amis ;
- 87 % des visiteurs viennent chez dans la région en voiture.

A scenic sunset over a lake with a canoe in the foreground. The sky is filled with vibrant orange, red, and purple clouds, reflecting on the calm water. The foreground shows the dark silhouette of a canoe and some reeds. The overall mood is peaceful and serene.

STATISTIQUES DE TOURISME OUTAOUAIS

BUDGET ANNUEL



ANNONCE DE LA MINISTRE JOLY À LA MAISON DU TOURISME

La ministre fédérale, Mélanie Joly, a profité de son passage à La maison du tourisme de Gatineau pour annoncer un appui de plus de 2,2 M\$ à Tourisme Outaouais pour appuyer le tourisme et l'économie de la région et du Québec.

Développement économique Canada (DEC) a accordé une aide financière à Tourisme Outaouais pour mieux tirer profit des possibilités en matière de tourisme.



RECONNAISSANCE DU STATUT DE PORTE D'ENTRÉE DE L'OUTAOUAIS

Le 2 juillet, l'Outaouais a franchi un pas important : la ministre du Tourisme, Caroline Proulx, a visité la région pour annoncer près de 4,3 M\$ afin de stimuler le tourisme en Outaouais.

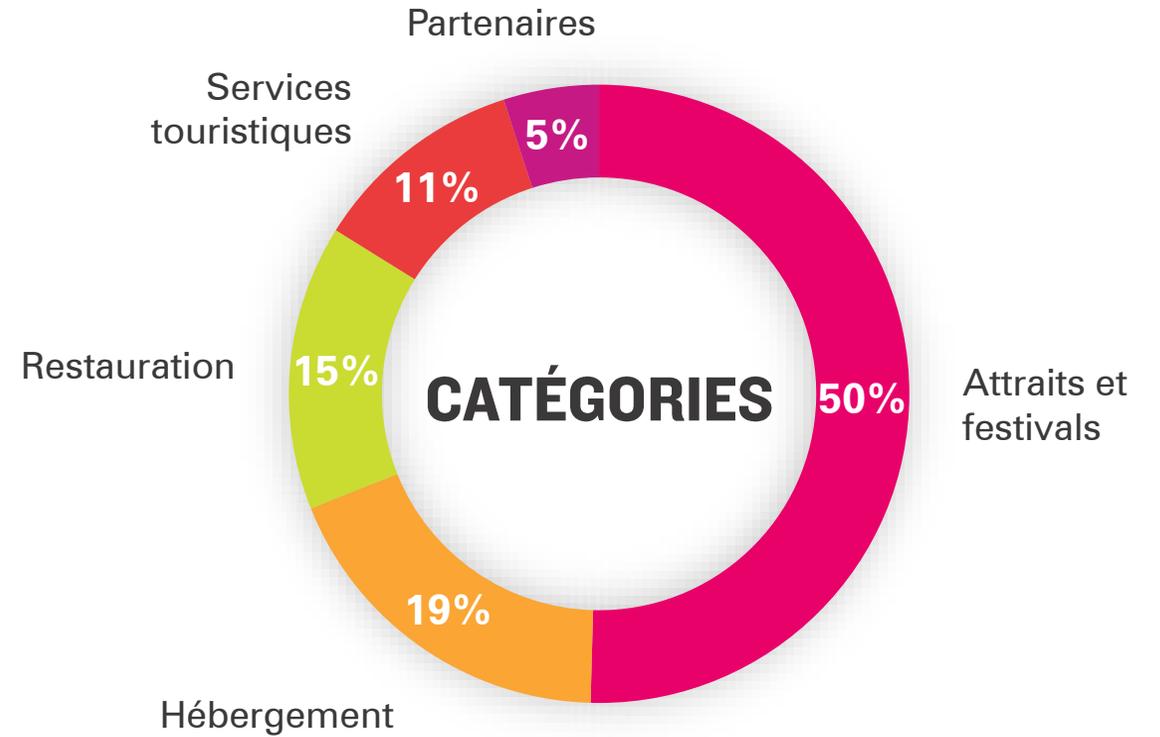
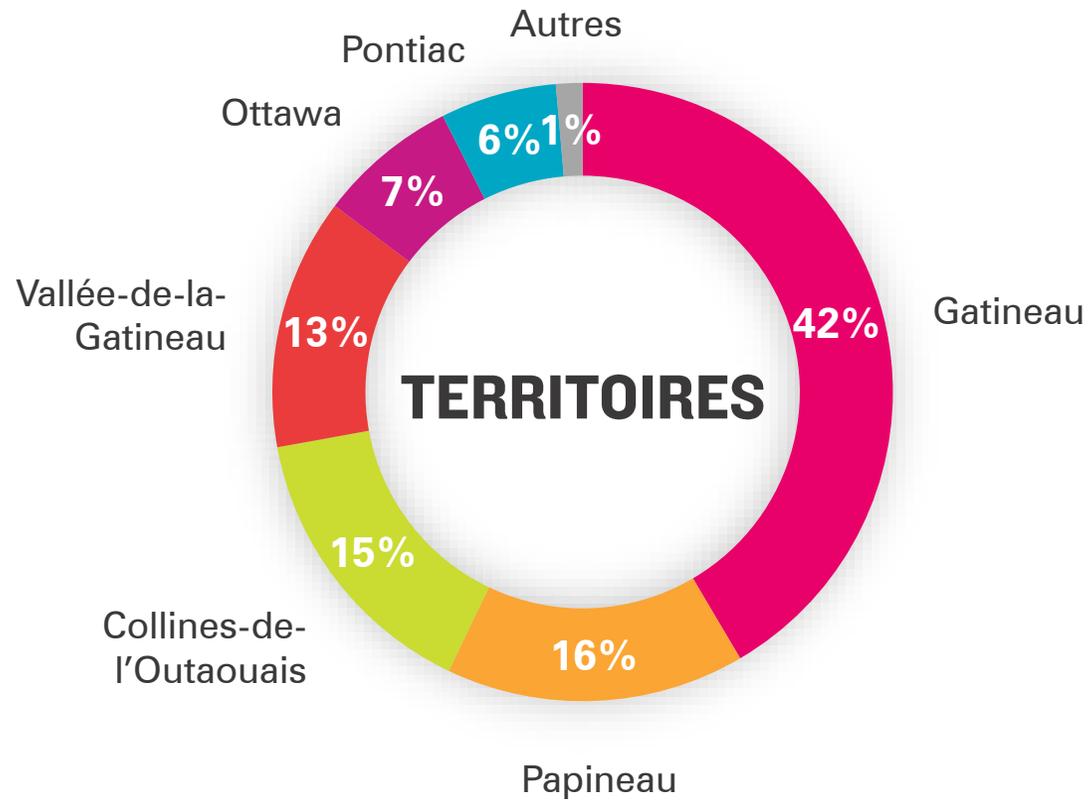
- 3 M\$ ont été accordés en reconnaissance de notre statut de porte d'entrée;
- 1,285 M\$ ont été alloués au EPTR/PDTO pour aider les entreprises touchées par la COVID-19.

L'annonce faite en présence du ministre responsable de l'Outaouais, et ministre de la Famille, Mathieu Lacombe est une reconnaissance du potentiel de notre région à faire prospérer le Québec.

[Communiqué de presse](#) du ministère du Tourisme



PROFIL DES MEMBRES



ACHALANDAGE AUX BUREAUX D'INFORMATION DE GATINEAU ET DE MONTEBELLO

Les visiteurs s'informent différemment : l'achalandage sur le site web et les médias sociaux de TO a eu une augmentation notable au détriment des visites en personnes par rapport à la même période en 2018-2019. *Consultez les diapositives 58 à 60 pour ces données.*

La maison du tourisme de Gatineau et le bureau à Montebello ont été fermés à compter du 14 mars en raison de la COVID-19.

La maison du tourisme de Gatineau

- Actes de renseignement : 5 092 (↓ 15,6 %)
- Visiteurs : 10 290 (↓ 20,4 %)

La maison du tourisme de Gatineau, bureau satellite estival au Musée canadien de l'histoire et accueil mobile

- Actes de renseignement : 6 697 (↓ 15,5 %)
- Visiteurs : 13 901 (↓ 21,2 %)

Montebello

- Actes de renseignement : 6 548 (↓ 16,5 %)
- Visiteurs : 15 314 (↓ 22,9 %)

RETOUR SUR LA CAMPAGNE 2019-2020

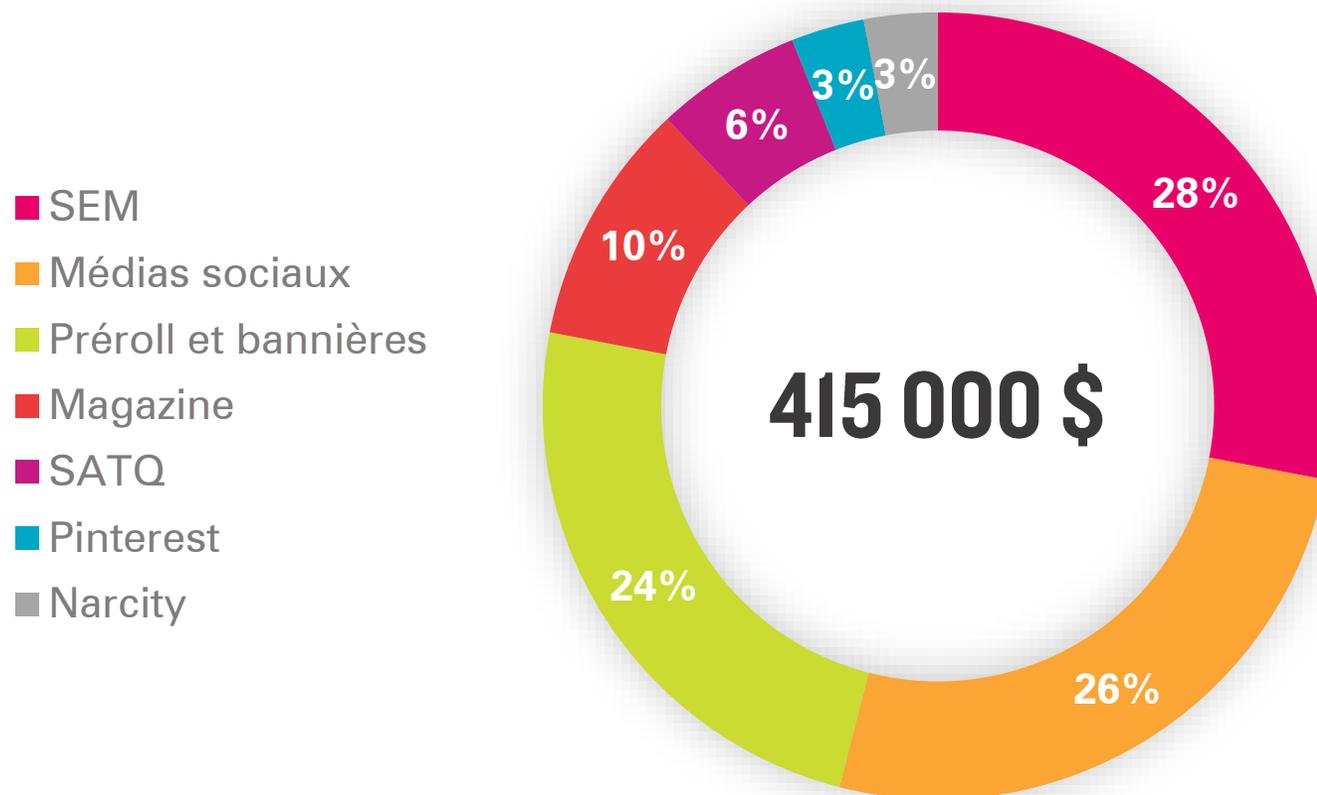




BUDGET MÉDIA : ÉTÉ 2020

Période : mi-avril à mi-octobre

Par tactique



Les frais de production et d'honoraires ne sont pas inclus dans ce budget, ainsi que les opportunités spontanées telles que influenceurs et partenariats divers. Les investissements en télévision se font via nos partenariats avec l'Alliance afin de profiter de l'effet de levier des investissements largement bonifiés.

CAMPAGNE NUMÉRIQUE ESTIVALE

Du 1er mai au 30 septembre 2019

Médias sociaux, bannières, pré-roll

Impressions
+ de
18 millions

CTR
moyen
0,34 %

CPM
moyen
3,40 \$

SEM – moteur de recherche

Nous avons atteint un CTR moyen beaucoup plus élevé que la moyenne des industries (1 %) ! Il est donc très pertinent pour Tourisme Outaouais d'investir en SEM.

Impressions
+ de
718 000

CTR
moyen
9,2 %

CPM
moyen
1,86 \$

MARCHÉS PRIORITAIRES



CLIENTÈLE CIBLÉE

VOYAGEURS SPONTANÉS

MONTRÉAL

OTTAWA

62 %

44 %

ont fait des voyages imprévus en 2019

↑ 15 %

↑ 41 %

augmentation des voyages au Québec en 2019 vs 2018

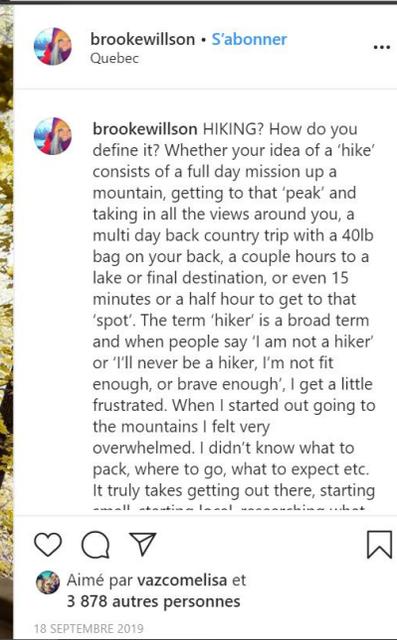
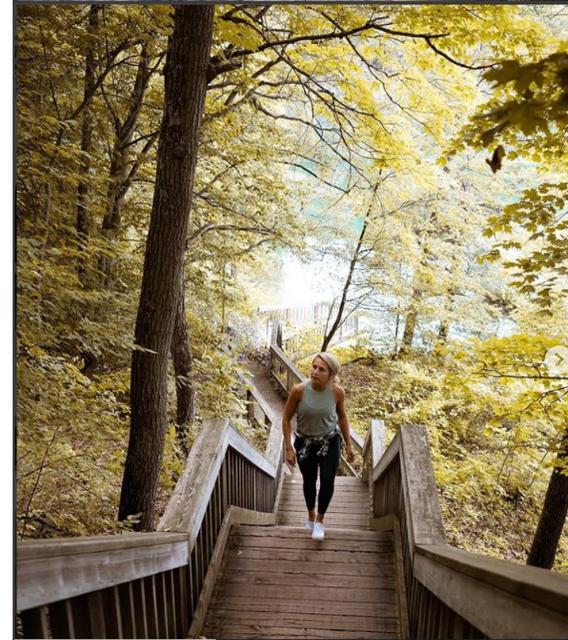
PARTENARIAT AVEC L'ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

Tournée *Lâcher prise*

Plus de 5 millions de personnes ont été rejointes via les plateformes sociales de six influenceurs ! Partenaires de la tournée : Alliance, Tourisme Laurentides, Tourisme Abitibi-Témiscamingue et Tourisme Outaouais.

Tourisme Outaouais participe aussi à deux plans partenaires avec l'Alliance :

- la campagne *Lâcher prise*
- le magazine Tour du Québec



YOUR MORNING - CTV

Partenariat avec CTV en collaboration avec l'Alliance

- Tournage en Outaouais : 3 capsules dans la semaine du 3 février 2020
- Marché visé : Toronto
- 2 millions de visionnements par semaine
- Valeur médiatique de chaque segment : 20 000 \$



PARTENARIAT – AÉROPORT INTERNATIONAL D'OTTAWA (YOW)

Des panneaux géants situés dans l'aire d'embarquement des passagers de l'Aéroport international d'Ottawa ciblaient directement les voyageurs à Ottawa.



IMAGE COMMUNE – RÉGION DE LA CAPITALE NATIONALE



Partenariat Ottawa-Outaouais

Tourisme Ottawa et Tourisme Outaouais, lors de certains événements B2B principalement à l'international, communiqueront avec une marque commune pour la région de la capitale du Canada.

Les deux entités ont chacune leurs caractéristiques et se complètent l'une et l'autre pour offrir une expérience riche aux visiteurs en misant sur :

- L'héritage autochtone
- La culture
- Le plein air
- Les plaisirs gourmands et bien-être
- Les quatre saisons
- Le bilinguisme

Experience
Canada
in One
Destination



Experience
Canada in One
Destination

○ nature
○ food
○ history

○ nature
○ food
○ history

CAMPAGNE HIVERNALE 2019-2020

Investissement de plus de 300 000 \$
52 partenaires ont investi avec Tourisme Outaouais

Points saillants de la campagne d'hiver – jusqu'au 31 mars

- Concours « expériences 360 en Outaouais » qui ont généré des milliers d'abonnements à nos plateformes numériques ;
- Partenariats stratégiques avec des influenceurs qui ont fait rayonner la région à travers leurs nombreuses publications (ski de fond, motoneige, etc.) ;
- Activations de Tourisme Outaouais lors de divers événements (ex. : Marathon Canadien de Ski de Fond, Gatineau Loppet, Salons vélo de Montréal et Toronto) ;
- Développement de nouveaux partenariats avec la Fédération des pourvoiries du Québec et avec Hooké pour démocratiser l'offre en Outaouais (initiatives à venir).



— LA FOIS OÙ —
CORPS ET ESPRIT
ONT FAIT LE PLEIN D'ÉNERGIE

PARC DE LA GATINEAU
En plein cœur de Gatineau et à 15 minutes d'Ottawa

BISCOTTI & CIE
Café gourmandises à Chelsea

NORDIK SPA-NATURE
Vivez une expérience unique de détente

—CERTIFIÉ—
#OUTAOUAIS
FUN

Le village de Chelsea a une spécialité : le bien-être. Le plus grand spa en Amérique du Nord? Il est là. Les jolis restos, cafés et bars sont là, aussi. Et que dire du parc de la Gatineau - une oasis d'air pur. La belle vie, version Outaouais.

OUTAOUAIS
tourismeoutaouais.com

CONCOURS – CAMPAGNE HIVERNALE

Concours « expériences 360 en Outaouais » : hôtels, restaurants et activités ont été regroupés pour promouvoir la diversité de l'offre en Outaouais.

Le but : acquérir de nouveaux abonnés (infolettres et Instagram).

Le concours qui a le mieux performé sur Instagram : le forfait dans la Petite Nation. Plus de 1 000 nouveaux abonnés en une semaine environ, 1 560 j'aime, 416 commentaires, 78 engagements, 2 026 visites du profil, 144 792 personnes atteintes et 355 310 impressions.



AVANT-GOÛT DE LA CAMPAGNE 2020-2021



PASSE EN MODE OUTAOUAIS / SWITCH TO OUTAOUAIS MODE

Tourisme Outaouais a dû mettre un frein à ses actions marketing à cause de la COVID-19.

La nouvelle campagne invitera les gens de l'Outaouais et d'Ottawa à manger, à dormir et à faire des activités ici afin de découvrir ou de redécouvrir la région.

Se mettre en mode Outaouais, c'est penser à l'Outaouais pour ses vacances et vivre des expériences et des activités dans les cinq territoires de l'Outaouais.

Cette offensive marketing est rendue possible grâce aux 3 M\$ annoncés par la ministre du Tourisme du Québec, Caroline Proulx, en reconnaissance du statut de porte d'entrée.



A night scene of a fireworks display over a lake. A large crowd of people is gathered on a terrace in front of a building with large glass windows. The fireworks are reflected in the water. The building's interior is visible through the windows, showing a display of fireworks. The text "FAITS SAILLANTS DE LA DERNIÈRE ANNÉE" is overlaid on the image.

FAITS SAILLANTS DE LA DERNIÈRE ANNÉE

Rassemblement des partenaires du tourisme canadien et des plus grands médias touristiques du monde. Cet événement annuel est incontournable pour développer des relations significatives et rencontrer les principaux journalistes qui couvrent les destinations canadiennes.

- **11** pays représentés
- **131** professionnels des médias
- **170** professionnels de l'industrie touristique
- **5** tournées médiatiques organisées en Outaouais
- Soirée de clôture organisée par TO au Musée canadien de l'histoire
- Près de **350** invités, dont **45** dignitaires et médias locaux, ont participé à la soirée de clôture
- Investissement de **70 000 \$** (TO et Alliance)



ONTARIO MOTOR COACH ASSOCIATION 2019

OMCA, un événement annuel organisé à Ottawa, est l'équivalent ontarien de Bienvenue Québec. Le but est de rassembler des membres de l'industrie touristique et du *travel trade* pour entretenir des liens d'affaires et faire découvrir les nouveaux produits ou circuits.

Marketplace

- Rendez-vous préorganisés sur trois jours à l'Hôtel Westin
- Plus de 40 partenaires rencontrés par la déléguée – marchés des voyageurs

Soirée Ottawa/Outaouais

- Partenariat avec Tourisme Ottawa et le Musée des beaux-arts du Canada
- Investissement TO de 35 000 \$
- 12 employés TO sur place pour faire vivre une expérience #Outaouaisfun aux participants

Soirée « Party with a purpose »

- Organisée par Tourisme Ottawa au Casino du Lac-Leamy
- Au bénéfice du Fonds de développement pour supporter l'industrie.



RELATIONS MÉDIAS TOURISTIQUES

- **233** visites médiatiques chez nos membres
- **43** tournées de familiarisation
- **709** membres suggérés aux médias
- **78** médias reçus
- **9** événements médias
- **3** médias européens liés aux missions en Europe

94 publications et reportages

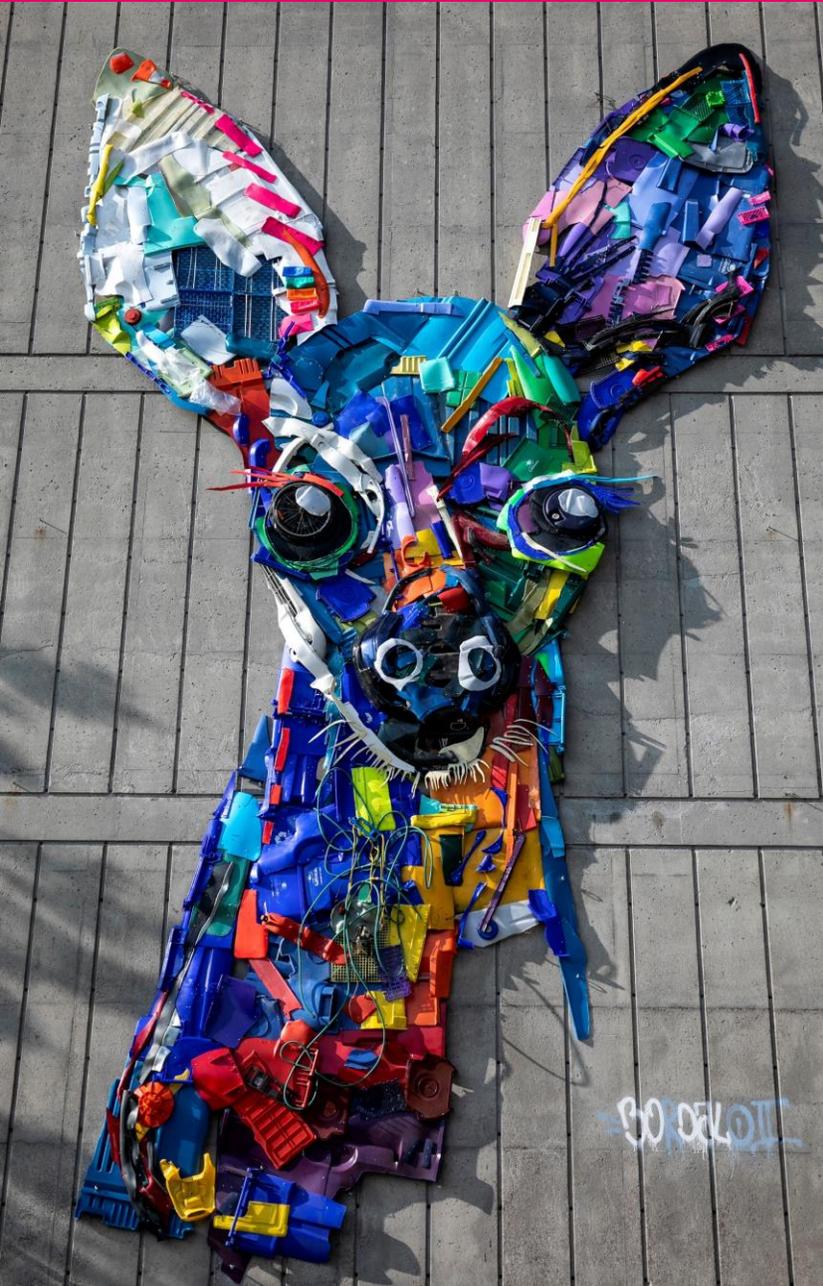
539 visibilités pour nos membres : blogues, imprimés, radio, TV et médias sociaux.



COMMERCIALISATION INTERNATIONALE

- **6** campagnes coop et commandites
- **2** campagnes B2B2C avec Tourisme Ottawa et Destination Canada
- **6** bourses multimarchés
- **3** missions commerciales à Londres/Paris, Mexico et Toronto
- **3** voyages de vente à Washington, Montréal/Québec et Toronto
- **8** tournées de familiarisation en France, en Angleterre, au Canada, au Mexique et en Allemagne
- **2** formations avec les réceptifs (avec Tourisme Ottawa et avec la Route des Explorateurs)
- Développement de **7** outils de vente en **4** langues (français, anglais, espagnol et allemand)





Un levier pour le corridor de la porte d'entrée qui amène le visiteur vers le centre-ville de Gatineau.

Un achalandage accru en 2019 par rapport à 2018 :

- dans les rues du centre-ville **↑ 26 %** de marcheurs ;
- sur le tracé du Sentier culturel **↑ 13 %** d'utilisateurs ;
- sur le site web **↑ 68,1 %** de visites ;
- chez les commerçants autour du tracé.

Bons coups

- La création de l'œuvre de Bordalo II, un artiste portugais d'envergure internationale
- Le lancement organisé par Tourisme Outaouais en compagnie d'artistes de Théâtre Dérives Urbaines et de partenaires

Partenaires de ce projet : la Ville de Gatineau, Vision centre-ville et Tourisme Outaouais

TOURNÉES MÉDIATIQUES LOCALES

Des journalistes et des influenceurs de la région ont été invités à deux événements :

- Cirque du Soleil à Montréal (pour faire la promotion de la venue de l'événement à Gatineau)
- Visite des ambassadeurs de la Vallée-de-la-Gatineau : Khewa et l'Huile d'olive

Le but ? Leur faire vivre des expériences #OutaouaisFun afin qu'ils en parlent dans leur média respectif!



ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS PAR TO - RÉSEAUTAGE

5 événements ont été organisés par TO afin de présenter ses services à ses membres et de réseauter :

- Lancement du Sentier culturel
- Rencontre des Ambassadeurs certifiés #Outaouaisfun 2019-2020
- Party de Noël des membres
- Remise de manteaux de ski de fond à des passionnés
- Présentation de la campagne marketing d'été

Ces événements, s'adressant à un profil d'entreprises ciblé, sont appréciés et connaissent du succès.



FORMATIONS OFFERTES AUX MEMBRES PAR TO

- Services à la clientèle et gestion des plaintes : **70** personnes
- Mieux connaître son Outaouais ! : **65** personnes
- Formation condensée : Gestion des plaintes et mieux connaître son Outaouais ! : **56** personnes
- Forum RH : du positionnement aux bonnes pratiques : **29** personnes

**220 personnes ont participé
à une formation offerte par TO**



Tourisme Outaouais a également créé un partenariat avec l'École des entrepreneurs du Québec – campus de l'Outaouais pour offrir 15 % à ses membres sur la programmation à la carte (automne 2019 et hiver 2020).

PROGRAMME AMBASSADEUR

- **12** ambassadeurs pour 2019-2020
- **7** vidéos et **5** blogues ont été créés
- Campagne de notoriété sur le marché de l'Outaouais du 15 juillet 2019 jusqu'au 31 mars 2020
- Publicités de 30 secondes sur Ici Ottawa-Gatineau et TVA Gatineau-Ottawa
- **+20** publicités sur Facebook et Instagram
- **12** publiereportages dans Le Droit et **1** publiereportage dans le journal Les 2 vallées
- **12** blogues sur le site web de Tourisme Outaouais
- **1** événement pour rencontrer les ambassadeurs (septembre)
- **1** tournée médiatique dans la Vallée-de-la-Gatineau (octobre)
- Le programme Ambassadeur a été un succès pour TO, mais aussi pour les membres...

[Écoutez leurs commentaires !](#)



Tourisme Outaouais a déposé un mémoire pour positionner les forces de notre industrie et de notre région au ministère du Tourisme du Québec.

« Le potentiel inexploité de l'Outaouais : réflexions sur les forces touristiques régionales », a été acheminé à la ministre dans le cadre des consultations menées dans tout le Québec au printemps 2019 en prévision du prochain plan stratégique du gouvernement.

Le potentiel inexploité de l'Outaouais

Réflexions sur les forces touristiques régionales

OUTAOUAIS

tourismeoutaouais.com

REPRÉSENTATIONS – DOSSIERS POLITIQUES

La présidente et la PDG de TO ont rencontré le ministre responsable de l'Outaouais et le caucus de la CAQ en septembre 2019 pour obtenir leur soutien sur :

- l'importance et la pertinence du statut porte d'entrée pour notre région ;
- l'évaluation nécessaire d'une future infrastructure en affaires.

L'industrie touristique outaouaise fait partie des priorités présentées dans le « dossier Outaouais » déposé au gouvernement du Québec.

TO a également fait partie de la mission économique qui s'est déplacée à Montréal et Québec.



L'équipe de Tourisme Outaouais a été très active pendant la COVID-19 pour informer ses membres et les visiteurs ainsi que pour témoigner de l'impact sur l'industrie touristique auprès des médias et des instances gouvernementales !

Communications

- **50** infolettres directement liées à la COVID-19 ont été envoyées aux membres :
 - 42 résumés quotidiens des points de presse au fédéral et au provincial ;
 - 4 communiqués de presse du ministère du Tourisme, de l'Alliance et de Tourisme Outaouais ;
 - 4 envois liés au plan sanitaire.

Ces communications ont été envoyées à 660 abonnés en moyenne avec un taux d'ouverture moyen de 37,8 %.

- **42** résumés quotidiens des points de presse envoyés à 21 partenaires économiques (organisations et MRC faisant partie du comité tactique régional).
- **36** présences dans les médias de la région (TV, radio, web et journaux) :
 - 31 entrevues dans les médias (incluant l'annonce de la ministre du Tourisme, le 2 juillet) ;
 - 5 mentions dans les médias.

UNE ANNÉE 2020 MARQUÉE PAR LA COVID-19

Formations

- **2** programmes de formation ont été créés et offerts aux entreprises de l'Outaouais pour les aider dans la relance économique en partenariat avec l'École des entrepreneurs du Québec – Campus de l'Outaouais et l'Espace-O :
 - Programme de formation *Les essentiels du virage numérique* – du 16 juin au 30 septembre 2020 grâce à la contribution financière du gouvernement du Québec : **28 entreprises** membres de Tourisme Outaouais (30 participants sur les 100 participants) ont bénéficié de ce programme au coût de 50 \$.
 - *Parcours relance* – de juillet à décembre 2020 : la formation a été offerte gratuitement à **25 entreprises** membres de Tourisme Outaouais.

Marketing

- **12** infolettres agrément envoyées en français et en anglais :
 - 2 infolettres Quoi faire;
 - 8 infolettres thématiques dédiées;
 - 2 infolettres pour les pourvoiries.

Ces infolettres ont été envoyées à 35 400 abonnés en moyenne avec un taux d'ouverture moyen de 29 % (taux de clic moyen de 15 %).

- **13** blogues ont été spécialement conçus pendant cette période.
- **175** statuts et *stories* ont été créés sur les médias sociaux : 78 sur Instagram et 97 sur Facebook.



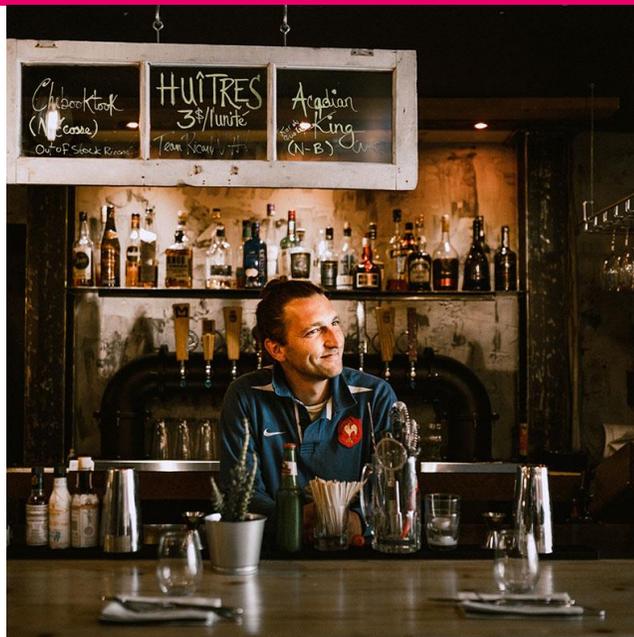
ACQUA PANNA S. PELLEGRINO

TOURISME GOURMAND

MEMBRES DE TOURISME OUTAOUAIS

Le tourisme gourmand en Outaouais, c'est :

- **12** artisans gourmets
- **3** autocueillettes
- **6** cabanes à sucre
- **5** marchés publics
- **5** microbrasseries et distillerie
- **2** vignobles
- **96** restaurants dont **18** plaisirs gourmands sur la carte des Chemins d'eau



DÉMARCHES DE TOURISME OUTAOUAIS

En vue de la planification stratégique, nous avons fait davantage d'initiatives liées au tourisme gourmand :

- Partenariat avec la Table agroalimentaire de l'Outaouais et le Parcours Outaouais Gourmand pour la Fête gourmande ;
- Intégration du tourisme gourmand sur la carte des Chemins d'eau ;
- Financement d'attraites et d'événements via le PDTO, le BBTO et l'EDNET ;
- Création d'une étude sur les opportunités liées au développement et à la promotion de balades gourmandes interactives ;
- Consultation sur l'identité culinaire de l'Outaouais afin de positionner la région.



CONSULTATION - IDENTITÉ CULINAIRE DE L'OUTAOUAIS

Atelier de réflexion et d'échanges sur l'identité culinaire

5 consultations :

- Gatineau
- Pontiac
- Papineau
- Collines-de-l'Outaouais
- Vallée-de-la-Gatineau

Le rapport sur l'identité culinaire de l'Outaouais est attendu à l'été 2020.



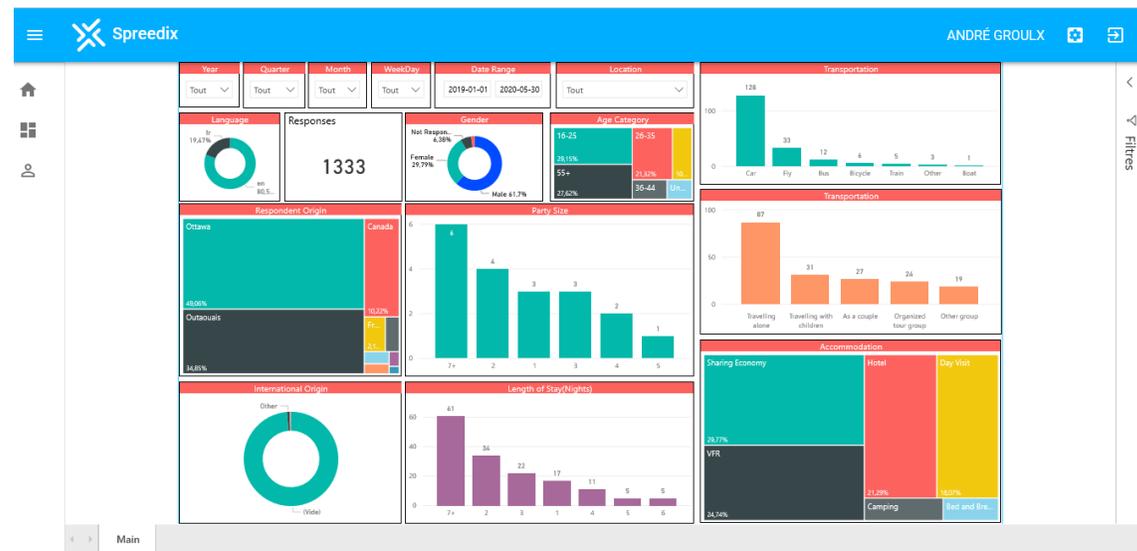
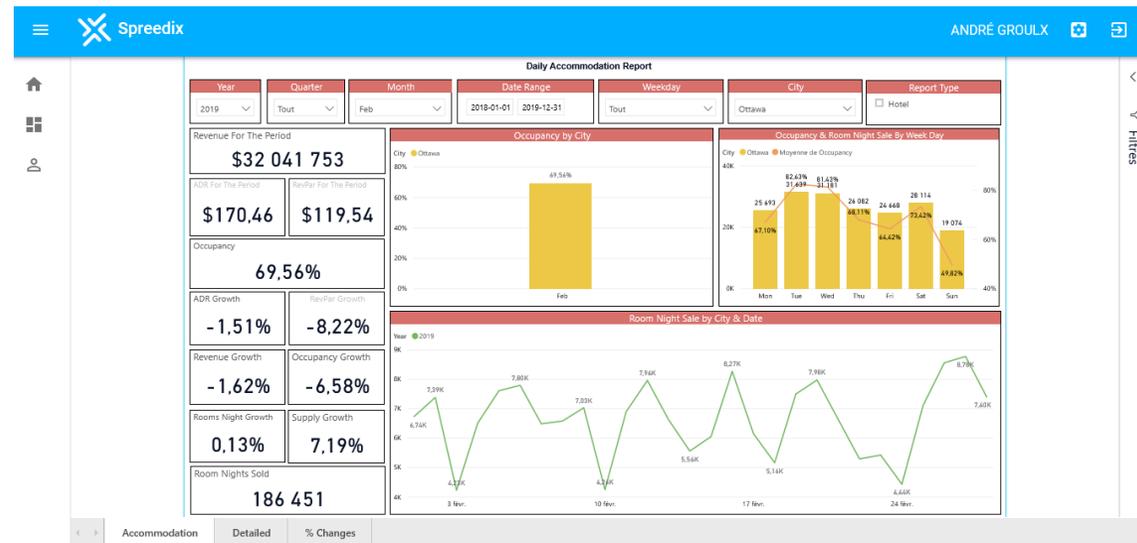


TOURISME D'AFFAIRES

50 000 \$ investis par TO en 2019-2020 avec une ferme intention d'investir davantage dans les prochaines années.

Lieux de déploiement du Wifi :

- Vieux-Hull : Vision centre-ville
- Camp Fortune
- La maison du tourisme
- Bureau d'information touristique de Montebello
- Musée canadien de l'histoire
- Chelsea Pub/Biscotti & cie



ÉTUDES, PROJETS ET FONDS DE LA VILLE DE GATINEAU POUR LES OBNL

- La firme Raymond Chabot Grant Thornton a été mandatée par TO afin de réaliser une étude de pré faisabilité pour un futur centre de congrès sur le territoire de Gatineau. Les résultats de cette étude sont attendus à l'été 2020.
- Un « Diagnostic en tourisme d'affaires » sera aussi produit pour avoir un portrait régional. Les données seront agglomérées à celles des 18 régions du Québec dans une étude provinciale qui sera dévoilée au printemps 2020 par le ministère du Tourisme du Québec.
- La Ville de Gatineau, par le biais du fonds des OBNL pour l'entrepreneuriat, a alloué une subvention à TO. Le consultant devra créer un répertoire de démarchage et d'opportunités, cibler un groupe d'ambassadeurs en tourisme d'affaires et organiser un événement pour sensibiliser et informer le milieu économique des retombées générées par ce secteur. Ces actions seront réalisées en 2020-2021.



Total de ces trois initiatives : près de 130 000 \$ en plus des investissements marketing (publicités, salons, bourses, représentations) effectués tout au long de l'année.

ACTIONS EN TOURISME D'AFFAIRES

- 3 événements clients à Toronto et Ottawa
- 7 tournées de familiarisation
- 3 nominations
- 3 collaborations au sein de comités de l'industrie
- 4 conférences annuelles
- 4 bourses et salons
- 3 stands d'information
- 5 stratégies d'accueil
- 14 stratégies de représentation
- 2 voyages de ventes à Québec et à Montréal



*Données du 1er avril au 31 décembre 2019 – La campagne affaires sera planifiée du 1er janvier au 31 décembre chaque année.



**HÉBERGEMENT ET
CONGRÈS**

ÉVÉNEMENTS ET CONGRÈS

Performance industrie touristique : résultats APCQ – Destination Outaouais*

	Congrès de 40 nuitées +				<i>Écart 18/19</i>
	2016	2017	2018	2019	
Nombre d'événements et congrès	345	373	375	364	-2,9 %
Nombre de nuitées	59 294	62 046	59 337	56 995	-3,9 %
Retombées économiques	22 M\$	23,6 M\$	23,5 M\$	23,3 M\$	-0,9 %

*Données du 1er janvier 2019 au 31 décembre 2019 comparées à la même période en 2018

En 2019, il y a eu 250 congrès (269 en 2018) et 114 événements (106 en 2018). Chaque nuitée en congrès rapporte 450 \$ en dépenses (440 \$ en 2018) comparé à un événement qui rapporte 294 \$ (280 \$ en 2018).

Opportunités via Tourisme Outaouais

	2016	2017	2018	2019
Opportunités totales	62	115	222	198
Opportunités totales avec nuitées	53	89	166	190
Gagnées	29	26	36	37
Gagnées avec nuitées	25	18	23	22
Perdues	33	36	69	81*
En cours	0	53	63	55**
Nuitées gagnées	2 360	4 818	4 404	8 626***

* 8 149 879 \$ \$ en retombées pour 13 143 nuitées

** 8 220 022 \$ pour 8 433 nuitées

***Retombées de 2 699 930 \$

UNITÉS D'HÉBERGEMENT OCCUPÉES

Nombre moyen d'unités d'hébergement occupées quotidiennement*

	2016	2017	2018	2019	Écart (%) 18/19
Outaouais	1 633	1 792	1 803	1 695	-6 %
Province	40 337	41 998	43 130	43 552	1 %

*Données du 1er janvier 2019 au 31 décembre 2019 comparées à la même période en 2018
Aile de chambres fermée au Château Montebello pendant plusieurs mois et ajout de 1 000 chambre à Ottawa.

TAUX D'OCCUPATION

Comparatif*

	2016	2017	2018	2019	Écart 18/19
Québec et région	65 %	67,8 %	68,8 %	68,5 %	-0,3 %
Mauricie (Trois-Rivières)	46,7 %	51 %	49,1 %	50,1 %	1 %
Cantons-de-l'Est (Sherbrooke)	41,1 %	44,2 %	44,4 %	46,3 %	1,9 %
Montérégie (Longueuil)	49 %	53,5 %	54,7 %	54,9 %	0,2 %
Laurentides	47,1 %	49,1 %	50,3 %	51,9 %	1,6 %
Outaouais	58,1 %	61,9 %	63,3 %	62,1 %	-1,2 %
Ensemble du Québec	57,6 %	60,6 %	60,9 %	60,8 %	-0,1 %

*Données du 1er janvier 2019 au 31 décembre 2019 comparées à la même période en 2018

PLATEFORMES NUMÉRIQUES

—CERTIFIÉ—
#OUTAOUAIS
FUN

RECHERCHER



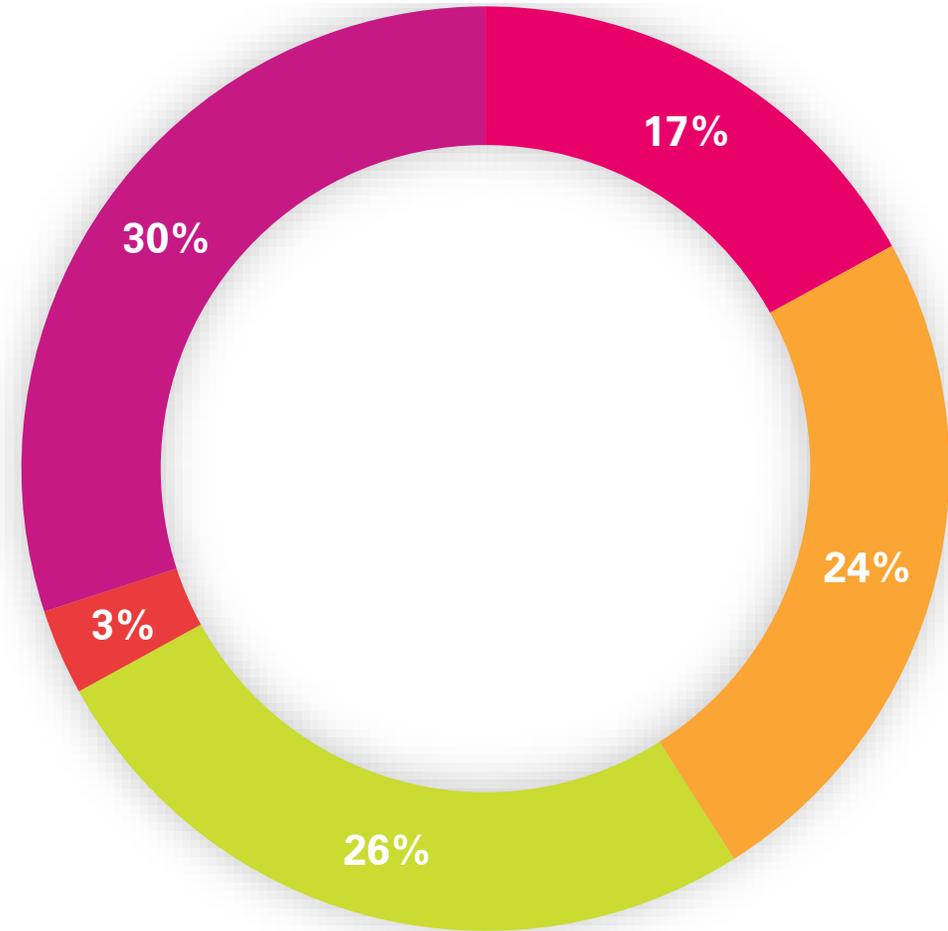
SITE WEB

1er janvier au 31 décembre 2019

Page vues **1 888 996**

Vues uniques **1 549 951**

Temps passé **1:39**



■ Ottawa ■ Montréal ■ Gatineau ■ Toronto ■ Autres régions

1er janvier au 31 décembre 2019

Augmentation notable du nombre d'abonnés des plateformes sociales et atteinte du plus grand nombre d'impressions totales à ce jour sur Facebook.



↑ 26 %



↑ 58 %



34 434 Abonnés

5,3M Impressions totales

3,2M Portée totale

4,62 % Taux d'engagement



11 100 Abonnés

27K Engagement

26M Mentions J'aime

930 Commentaires

1er janvier au 31 décembre 2019

Nombre d'abonnés

34 205

Taux d'ouverture total moyen

29 %

Taux de clics total moyen

12 %

Nouveauté

Depuis le mois d'octobre 2019, une infolettre hebdomadaire « Quoi faire en Outaouais » est envoyée à nos abonnés afin de les informer des différentes activités intéressantes se déroulant durant la semaine.

OUTAOUAIS
tourismeoutaouais.com

**Quoi faire en Outaouais
du 21 au 27 février**



Dehors ou à l'intérieur, vous aurez certainement le cœur au chaud. Voici les activités et les événements proposés cette semaine en Outaouais!

[En savoir plus](#)

Explorez d'autres coins de l'Outaouais



À votre santé!
Avez-vous déjà trinqué au Bistro l'Autre Oeil? Choisissez parmi plus de 350 produits brassicoles!

[Ça m'intéresse](#)



Faites à la main à Chelsea!
Les artisans de Doozy Candle produisent des bougies de grande qualité. Elles émettent plus de lumière que les autres!

[Ça m'intéresse](#)

INSTAGRAM – LE CONTENU LE PLUS ENGAGEANT

Le cap des 10 000 abonnés a été franchi!



Nouveau record pour une publication : un éditorial sur Wakefield
2 274 j'aime, 16 commentaires, 32 enregistrements, 80 visites du profil, 18 277 personnes atteintes et 23 955 impressions.

Budget de promotion : 60 \$

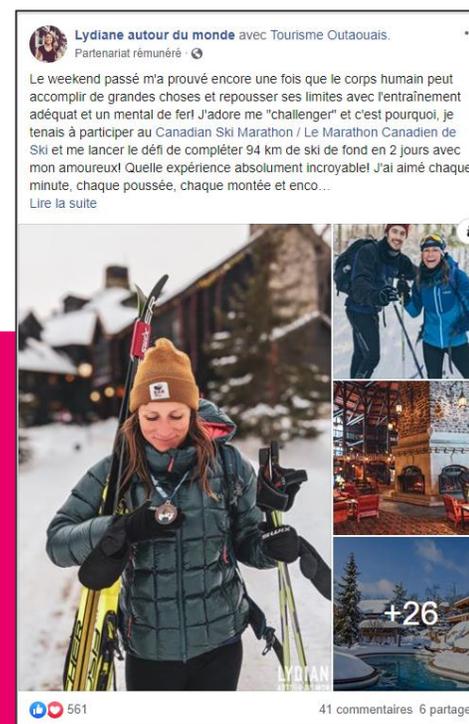
Collaboration avec des influenceurs

Lydiane autour du monde

Portée : 132 095, réactions : 6 661, impressions : 164 616

Marie's Bazaar

Portée : 51 140, engagement : 4 010, impressions : 77 911



FACEBOOK – LE CONTENU LE PLUS ENGAGEANT



Portée : 98 862
Interactions : 7 813



Portée : 98 517
Interactions : 4 820



Portée : 46 365
Interactions : 9 574

SITE WEB – LES BLOGUES LES PLUS LUS

En français

Pages vues : 10 712
Vues uniques : 9 172



VOICI LA LISTE DES MARCHÉS DE NOËL EN OUTAOUAIS 2019
Publié le 8 novembre 2019

Pages vues : 10 315
Vues uniques : 9 399



10 RESTAURANTS AU CENTRE-VILLE DE GATINEAU
Publié le 27 juillet 2017 - Mis à jour le 11 mai 2018

En anglais

Pages vues : 5 548
Vues uniques : 5 072



WINTER RHYMES WITH GOOD FOOD: 11 RESTAURANTS WELL WORTH A VISIT
Published on December 16 2019

Total des pages vues pour l'ensemble des blogues en français: 290 460
Total des pages vues pour l'ensemble des blogues en anglais : 75 453

VISIBILITÉS ACCORDÉES AUX MEMBRES DE TO

3 679

Total des visibilitées accordées aux membres dans les actions suivantes

Actions de TO

Réseaux sociaux

- **422** publications Facebook

Web

- **102** blogues
- **83** circuits
- **11** infolettres thématiques

Retombées médiatiques

- **61** communications corporatives (entrevues et mentions de Tourisme Outaouais)
- **94** communications touristiques (reportages et mentions de la région)

Présences terrain

- **22** tournages vidéo/photo
- **44** tournées de familiarisation
- **2** événements clients
- **5** activations terrain
- **5** campagnes promotionnelles

Salons, bourses et voyages de vente

- **13** participations

PROGRAMMES

EDDY



MATCHES

RECHERCHES

RECHERCHES



PDTO pour l'année 2019-2020

- 21 projets soutenus pendant l'année
- Total des investissements du ministère du Tourisme et de Tourisme Outaouais : 586 562 \$
- Total des investissements privés et publics en Outaouais : 7 759 655 \$

Cette entente de trois ans (2017-2020) est maintenant terminée

- 48 projets au total
- Total des investissements du ministère du Tourisme et de Tourisme Outaouais : 1 681 900 \$
- Total des investissements privés et publics en Outaouais : 19 010 326 \$

EDNET

- **25** projets financés en Outaouais : 3 projets pour le volet 1 (accompagnement préalable) et 22 projets pour le volet 2 (mise en œuvre)
- Investissements du ministère du Tourisme et de Tourisme Outaouais : plus de **480 000 \$**
- Total des investissements privés et publics dans la région : plus de 1,4 M\$ pour le développement numérique (bornes de paiement, billetterie en ligne, production de contenu, applications, etc.)

La totalité du fonds a été distribuée dans la région.

LES CHEMINS D'EAU

100 000 \$ pour une campagne publicitaire sur le marché de Montréal

1 formation pour les gestionnaires d'attrait des Chemins d'eau. Le but : favoriser le réseautage et le partenariat entre eux.

CHEMINS D'EAU

ROUTE TOURISTIQUE DE L'OUTAOUAIS
OUTAOUAIS TOURIST ROUTE

Pour en savoir plus / For more information: cheminsdeau.ca

LES INCONTOURNABLES / THE MUST-SEES

1	Maison culturelle George Brown	581-691-0000 581-691-0000
2	Parc des châteaux Cadogan	581-691-0000 581-691-0000
3	La chère de Lusselle	581-691-0000 581-691-0000
4	Bibliothèque Champlain	581-691-0000 581-691-0000
5	Musée de l'Écluse de la Rivière de la Pêche	581-691-0000 581-691-0000
6	Centre patrimonial de la Maison Falaris	581-691-0000 581-691-0000
7	Éco-Adrienne	581-691-0000 581-691-0000
8	Abraxas Laffitte (Cinema)	581-691-0000 581-691-0000
9	Le Centre des Regales-Farmer	581-691-0000 581-691-0000
10	Musée du patrimoine le long du fleuve de la Rivière de la Pêche	581-691-0000 581-691-0000
11	Musée canadien de l'histoire	581-691-0000 581-691-0000
12	Le parc Jacques-Cartier	581-691-0000 581-691-0000
13	Le parc de Luc Lévesque	581-691-0000 581-691-0000
14	Rue Jacques-Cartier	581-691-0000 581-691-0000
15	Musée de la Société d'histoire de Bouchard	581-691-0000 581-691-0000
16	Château de Plaisance	581-691-0000 581-691-0000
17	Centre d'interprétation du patrimoine de Plaisance	581-691-0000 581-691-0000
18	Parc national de Plaisance	581-691-0000 581-691-0000
19	Parc Desjardins	581-691-0000 581-691-0000
20	Les fontaines artistiques de Masson-Popescu	581-691-0000 581-691-0000

NOS COUPS DE CŒURS / OUR PICKS

1	Le sanctuaire de Rocher-à-l'Écluse	581-691-0000
2	Créatif - Boutiques de villages	581-691-0000
3	Centre d'expansion L'Éclair	581-691-0000
4	Créatif pictural - Le Village d'Éclair	581-691-0000
5	Caléari La Boissière	581-691-0000
6	Le Fab - Centre des arts, de la culture et du patrimoine de Châteaufort	581-691-0000
7	Dominique Madeline-Ring	581-691-0000
8	Parcours des Collines et d'eau	581-691-0000
9	Créatif pictural - Le chemin de la mine	581-691-0000
10	Théâtre de l'île	581-691-0000
11	Sanctuaire culturel au centre-ville de Gatineau	581-691-0000
12	Galérie Montclair	581-691-0000
13	Musée des sciences (ancien Château)	581-691-0000
14	Créatif pictural - Le Village d'Éclair	581-691-0000
15	Créatif pictural - Quartier de Maudie	581-691-0000
16	Solo Design - Boutique Culturel d'Éclair	581-691-0000
17	Créatif pictural - Boutique, ville d'Éclair	581-691-0000
18	Créatif pictural - Musée plus de 100 ans de la Rivière de la Pêche	581-691-0000
19	Centre culturel de 75 années	581-691-0000
20	Parcours Lucien-Joseph Popescu	581-691-0000

ATTRAITES NAUTIQUES ET RIVERAINES
FLUX ON THE WATER AND SHORELINE

1	Club de Canoë	581-691-0000
2	Club de Canoë	581-691-0000
3	Club de Canoë	581-691-0000
4	Club de Canoë	581-691-0000
5	Club de Canoë	581-691-0000
6	Club de Canoë	581-691-0000
7	Club de Canoë	581-691-0000
8	Club de Canoë	581-691-0000
9	Club de Canoë	581-691-0000
10	Club de Canoë	581-691-0000
11	Club de Canoë	581-691-0000
12	Club de Canoë	581-691-0000
13	Club de Canoë	581-691-0000
14	Club de Canoë	581-691-0000
15	Club de Canoë	581-691-0000
16	Club de Canoë	581-691-0000
17	Club de Canoë	581-691-0000
18	Club de Canoë	581-691-0000
19	Club de Canoë	581-691-0000
20	Club de Canoë	581-691-0000

HÉBERGEMENTS PATRIMONIAUX
HERITAGE HOTELS

1	Auberge Sprimontine Inc.	581-691-0000
2	Hotel d'Éclair	581-691-0000
3	Auberge d'Éclair	581-691-0000
4	Auberge de la Rivière de la Pêche	581-691-0000
5	Auberge de la Rivière de la Pêche	581-691-0000
6	Les Trois Étoiles	581-691-0000
7	Musée de l'Écluse de la Rivière de la Pêche	581-691-0000
8	Auberge d'Éclair	581-691-0000
9	Auberge de la Rivière de la Pêche	581-691-0000
10	Le Château de la Rivière de la Pêche	581-691-0000
11	Le Château de la Rivière de la Pêche	581-691-0000
12	Le Château de la Rivière de la Pêche	581-691-0000
13	Le Château de la Rivière de la Pêche	581-691-0000
14	Le Château de la Rivière de la Pêche	581-691-0000

PLAISIRS GOURMANDS / GOURMET DELIGHTS

1	L'Action Boque	581-691-0000
2	Bar du Vieux de l'Éclair	581-691-0000
3	Le 241	581-691-0000
4	L'Alouette	581-691-0000
5	Pub Châteaufort	581-691-0000
6	Le Vieux de l'Éclair	581-691-0000
7	Les Fougères	581-691-0000
8	Éclair	581-691-0000
9	Brasserie de l'Éclair	581-691-0000
10	Sauvage à l'Éclair	581-691-0000
11	Brasserie de l'Éclair	581-691-0000
12	Brasserie de l'Éclair	581-691-0000
13	Brasserie de l'Éclair	581-691-0000
14	Brasserie de l'Éclair	581-691-0000
15	Brasserie de l'Éclair	581-691-0000
16	Brasserie de l'Éclair	581-691-0000
17	Brasserie de l'Éclair	581-691-0000
18	Brasserie de l'Éclair	581-691-0000



7

BORNES
D'INFORMATION

97

PARTENAIRES LE
LONG DES 278 KM

514 432

VISIONNEMENTS
DE LA VIDÉO

29 297

CARTES
DISTRIBUÉES

Mansfield-et-Pontefract

Mont-Tremblant

La Pêche (Wakefield)

Montebello

Montréal >

Gatineau

Ottawa
v

A group of four people in a blue inflatable raft are navigating a turbulent section of a river with white-water rapids. The rafters are wearing helmets and life jackets. The river is surrounded by a dense forest of trees, some of which have turned yellow and orange, indicating autumn. On the left bank, there is a large, rocky outcrop. The sky is overcast with grey clouds, but the sun is visible in the upper right corner, creating a lens flare effect. The overall scene is dynamic and adventurous.

PLANIFICATION STRATÉGIQUE

PLANIFICATION STRATÉGIQUE

Actions dans la dernière année

- Investir pour acquérir de l'intelligence d'affaires nous permettant de valider, recentrer et innover dans nos façons d'aborder la clientèle ;
- Veiller à ce que le vocabulaire et les grandes orientations du futur plan du ministère du Tourisme du Québec trouvent un écho dans la planification de Tourisme Outaouais ;
- Développer un plan de communication de la planification stratégique 2020-2025 auprès de nos membres, des parties prenantes et du public ;
- Mobiliser les parties prenantes et notre industrie autour des orientations de la future planification stratégique de TO.





NOTRE ÉQUIPE DE FEU



FRANCE BÉLISLE
Présidente-directrice générale



ANDRÉ GROULX
Directeur, événements d'affaires et développement



JULIE KINNEAR
Directrice principale, marketing et partenariats stratégiques

ADMINISTRATION/COMMUNICATIONS



LYNE AUBÉ
Contrôleure



MARTINE DESCHÊNES
Gestionnaire – administration
et affaires corporatives



NADA GARNEAU
Technicienne – soutien
corporatif



SOPHIE GERVAIS
Gestionnaire – stratégies
numériques



STÉPHANIE TROTTIER
Conseillère – communications
et relations publiques



ANNE-MARIE BÉDARD
Conseillère – contenu
numérique



ANNIE-PIER LEGAULT
Agente de communication –
médias sociaux



ÉMILIE VALLÉE
Coordonnatrice – ventes et
marketing



ÉRIC BOYER
Coordonnateur web et
infographiste



**MARIE-DOMINIQUE
BOUCHER**
Gestionnaire marketing



MARILYN SAVOIE
Conseillère marketing



MAXIME NICKNER
Conseiller marketing



MELISA VASQUEZ
Déléguée – relations avec
les médias touristiques



VALÉRIE TÉTREAU
Conseillère marketing



VIRGINIE CÔTÉ
Chef – production de contenu

ÉVÉNEMENTS D'AFFAIRES ET DÉVELOPPEMENT



ANNIE LÉVEILLÉE
Déléguée aux événements
d'affaires



CHRISTINE MAILHIOT
Coordonnatrice – relations
partenaires



ÉLIZABETH KHOURY
Coordonnatrice – relations
partenaires



GILLIANE CYR
Conseillère – service aux
entreprises touristiques



MONA FRANCOEUR
Conseillère – développement
stratégique



SOPHIE PLANTE
Déléguée au marché des
voyagistes



CHLOÉ BARRETTE LABONTÉ
Chef des conseillers en séjour
(Gatineau)



NATACHA CARRIÈRES
Chef des conseillers en séjour
(Montebello)



MAUDE LALONDE
Conseillère en séjour

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Membres de la MRC de la Vallée-de-la-Gatineau

Tina Heafey
1 poste vacant

Membres de la MRC de Papineau

Geneviève Dumas
Véronique Filion

Membres de la MRC des Collines-de-l'Outaouais

Lélia Bâcle-Mainguy
Michel Leclair

Membres de la MRC de Pontiac

Brittany Morin
Chantal Lair

Membres de Gatineau

François Hardy
Michèle Canto

Administratrice élue parmi les membres percevant la taxe sur l'hébergement

Christine Cadieux

Élus désignés par la Ville de Gatineau

Louise Boudrias
Cédric Tessier

Administratrice cooptée

Marie-Josée Beaulieu

Comité exécutif

Geneviève Dumas - présidente

Christine Cadieux - vice-présidente

François Hardy - secrétaire-trésorier

Louise Boudrias - représentante de la Ville de Gatineau

COMITÉS DU CA

Comité de gouvernance

Brittany Morin, Michel Leclair et
Cédric Tessier

Comité de vérification et de finance

Michèle Canto, Tina Heafey et
François Hardy

Comité de mise en nomination

Geneviève Dumas, Brittany Morin et Michel Leclair

Comité pour l'évaluation de la présidence- direction générale

Marie-Josée Beaulieu, Christine Cadieux et
Geneviève Dumas

Comité des ressources humaines

Marie-Josée Beaulieu, Christine Cadieux et
Geneviève Dumas

Comité du fonds de développement touristique

Michèle Canto, Louise Boudrias et
François Hardy

Comité du membership

Christine Cadieux, Véronique Filion et Chantal Lair

Comité ad hoc – planification stratégique

Lélia Bâcle-Mainguy, Christine Cadieux, Michèle
Canto, Véronique Filion et Tina Heafey

Comité de gestion du fonds d'incitatifs aux congrès et aux événements

Geneviève Dumas

NOTRE PRÉSIDENTE SIÈGE AU CA DE L'ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC



Geneviève Dumas a été nommée vice-présidente du conseil d'administration de l'Alliance en octobre 2019.

Association touristique régionale Outaouais

Pour la période du 1 avril 2019 au 31 mars 2020

Bilan financier sommaire

REVENUS

Revenus du secteur public

Total - Gouvernement du Québec	933 970 \$
Total - Gouvernement du Canada	875 766 \$
Total - Gouvernance régionale	110 966 \$
Total - Gouvernance locale	484 826 \$

Revenus engagés sur la taxe sur l'hébergement

Total de la taxe sur l'hébergement	3 634 607 \$
------------------------------------	--------------

Total - Revenus publics	6 040 135 \$
--------------------------------	---------------------

Revenus du secteur privé

Total des revenus des partenaires privés	1 023 538 \$
Autres revenus de gestion	27 253 \$

Total - revenus du secteur privé	1 050 791 \$
---	---------------------

TOTAL DES REVENUS (correspondant aux états financiers vérifiés)	7 090 926 \$
--	---------------------

DÉPENSES

Accueil	481 890 \$
Services aux membres et développement de l'offre	992 749 \$
Promotion	4 101 287 \$
Frais administratifs	678 154 \$
Autres visibilité - projets spéciaux	142 490 \$

TOTAL DES DÉPENSES (correspondant aux états financiers vérifiés)	6 396 572 \$
---	---------------------

Bénéfice ou (insuffisance)	694 354 \$
-----------------------------------	-------------------