

RAPPORT ANNUEL 2021-2022



TOURISME
OUTAOUAIS



TABLE DES MATIÈRES

<u>Mot de la présidente</u>	p. 3-5
<u>Objectifs 2020-2021</u>	p. 6
<u>Statistiques de TO</u>	p. 7-11
<u>Hébergement et congrès</u>	p. 12-15
<u>Programmes</u>	p. 16-21
<u>Faits saillants 2021-2022</u>	p. 22-32
<u>Marketing</u>	p. 32-56
<u>Plateformes numériques</u>	p. 56-59
<u>Tourisme d'affaires</u>	p. 60-64
<u>Tourisme gourmand</u>	p. 65-69
<u>Équipe de TO</u>	p. 70-78

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Chers membres,

Après deux années de défis causés par la pandémie, la vie semble reprendre son cours normal dans notre belle industrie touristique. Nous sentons réellement l'effervescence sur le territoire et la fébrilité des visiteurs, nous espérons que vous la sentez aussi dans vos organisations. C'est un privilège d'être en mesure d'être tous réunis pour l'AGA en présentiel, ma première en tant que présidente du conseil d'administration de Tourisme Outaouais.

Il s'agissait également d'une première année complétée pour la nouvelle présidente-directrice générale de Tourisme Outaouais, Julie Kinnear. Je suis ravie de notre collaboration continue et de son engagement à faire rayonner notre région et à soutenir les entreprises d'ici.

J'espère que vous êtes tous aussi motivés que nous de contribuer à la relance de l'industrie. Il s'agit certainement d'un défi amplifié par la pénurie de main-d'œuvre, je souhaite sincèrement que nous réussissions tous ensemble à relever ce défi d'envergure. D'ailleurs à travers le Québec, on compte 43 700 emplois en tourisme de plus qu'il y a un an (+13,9 %), et 66 100 emplois de moins qu'en mars 2019 avant la COVID (-15,6 %). Nous ne sommes donc pas de retour à un niveau d'emplois pré-pandémie, mais sommes en meilleure posture que l'année dernière.

[Source : CQRHT](#)

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Outre l'augmentation du tourisme intra-Québec d'agrément, alimenté par les restrictions sur les déplacements à l'étranger, notons aussi la reprise graduelle du tourisme d'affaires. Tourisme Outaouais a mis en place des incitatifs d'événements d'affaires pour les planificateurs d'événements et congrès avec le PSEC (Programme de soutien aux événements et congrès), en plus de rafraîchir notre image de marque et notre stratégie pour positionner Gatineau et l'Outaouais comme une destination d'affaires incontournable. Sachant que le tourisme d'affaires rapporte entre 2 à 3 % de plus de retombées économiques que le tourisme d'agrément. Nous mettrons beaucoup d'efforts dans les années à venir sur ce secteur de notre industrie qui a été hautement affecté durant les deux dernières années.

Afin de faire rayonner la région et d'attirer les visiteurs dans vos entreprises, l'équipe marketing a travaillé d'arrache-pied avec le lancement de la campagne « Passe en mode Outaouais » pour retrouver et même dépasser les objectifs de ventes pré-pandémiques dans le cadre de la campagne annuelle, les statistiques sur le web et les réseaux sociaux ont également surpassé les attentes.

Après une année record de soumissions à nos programmes de financement, le Programme de développement touristique de l'Outaouais (PDTO) prévoit des investissements totaux de plus de 16 M\$ dans la région. Ceci s'ajoute aux enveloppes obtenues du ministère du Tourisme, grâce à notre statut de porte d'entrée, qui ont pour but de faire circuler les visiteurs et de structurer et développer l'offre sur tout le territoire.

MOT DE LA PRÉSIDENTE

À défaut de ne pas avoir pu célébrer le 40^e anniversaire de Tourisme Outaouais comme il se devait en 2021, en avril dernier, l'équipe a visité les quatre MRC de l'Outaouais et Gatineau afin de se réunir avec les membres de la région et de discuter des enjeux importants pour tous. Par la même occasion, les membres ont eu la chance d'assister à une présentation sur les tendances en tourisme et à un atelier portant sur des solutions reliées au recrutement de la main-d'œuvre. J'ai eu la chance d'assister à trois de ces cinq événements. Quel bonheur ce fut de se revoir !

J'aimerais justement profiter de l'occasion pour vous remercier, membres du CA et membres de Tourisme Outaouais, pour votre dévouement envers notre région et notre industrie, ainsi que votre confiance envers nous. L'avenir s'annonce prometteur à travers la relance du tourisme et les projets créatifs et innovants ne manquent pas en Outaouais !

Au plaisir et bonne lecture !



Lélia Bâcle-Mainguy



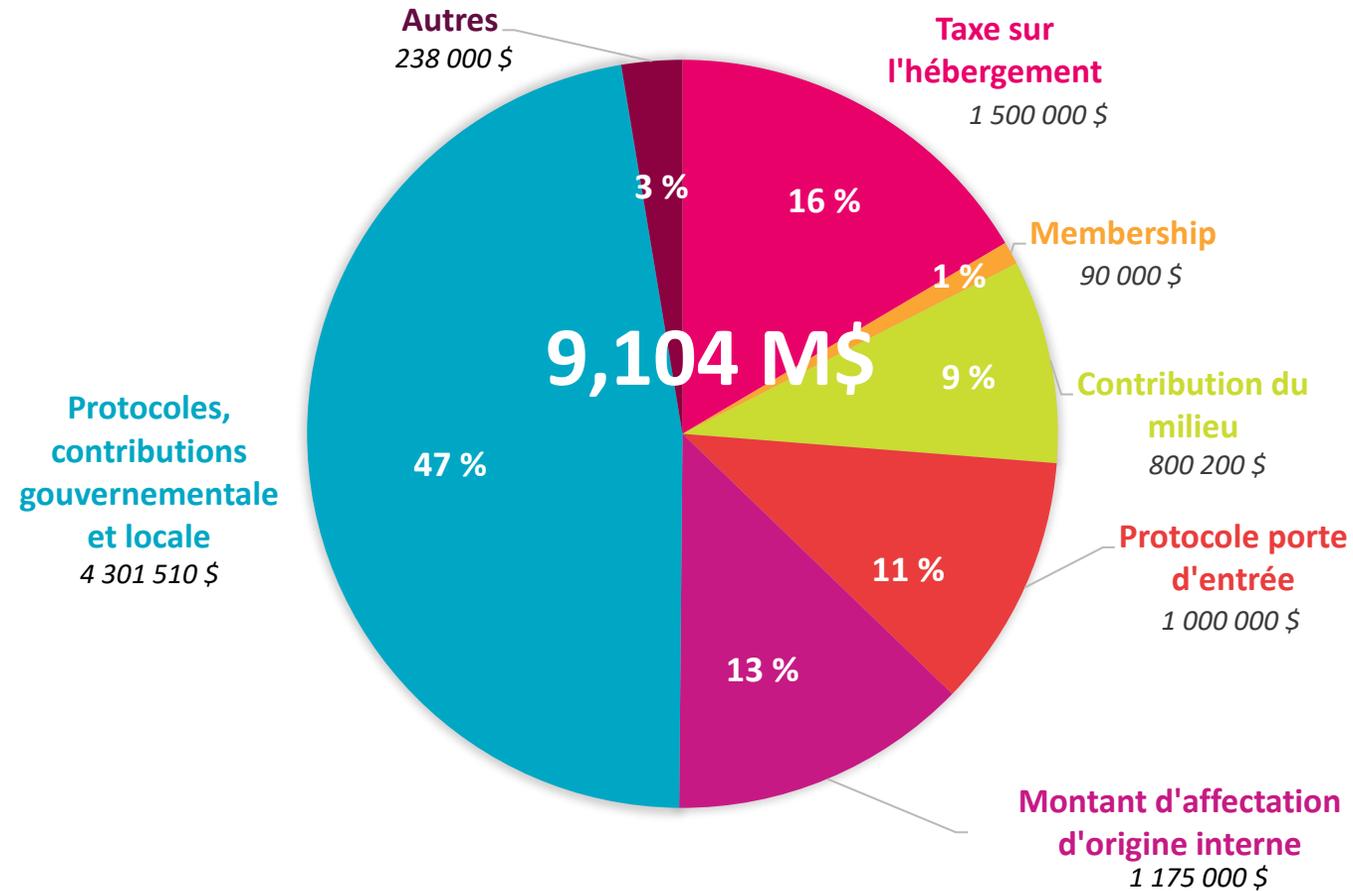
Tourisme Outaouais a concentré ses efforts autour des huit objectifs suivants cette année :

- 1) Améliorer la qualité de l'expérience des membres de Tourisme Outaouais, rehausser la valeur de leur membership et les soutenir dans la relance.
- 2) Faire évoluer les campagnes marketing dans un contexte de relance et à la lumière des orientations du futur plan stratégique.
- 3) Rehausser le positionnement et l'engagement de Tourisme Outaouais par le biais de partenariats stratégiques régionaux et provinciaux.
- 4) Poursuivre la réalisation du plan stratégique de Tourisme Outaouais.
- 5) Maintenir le statut de porte d'entrée vivant auprès des gouvernements et des partenaires en s'appuyant sur les deux enveloppes qui ont été confiées à TO.
- 6) Mobiliser les hôteliers autour des démarches de Tourisme Outaouais et du ministère du Tourisme dans le développement du tourisme d'affaires.
- 7) Consolider d'importants projets amorcés, mais qui ont été ralentis par la COVID-19 comme le déploiement du sondage WIFI et Chatbot.
- 8) Mobiliser et fédérer les entreprises touristiques de l'Outaouais autour de la nouvelle centrale de réservation Expérience Outaouais+.

A photograph of two people in a white canoe on a calm lake at sunrise. The sun is low on the horizon, creating a golden glow and reflecting on the water. The background is a dense forest of evergreen trees, partially obscured by a light mist. The scene is peaceful and scenic.

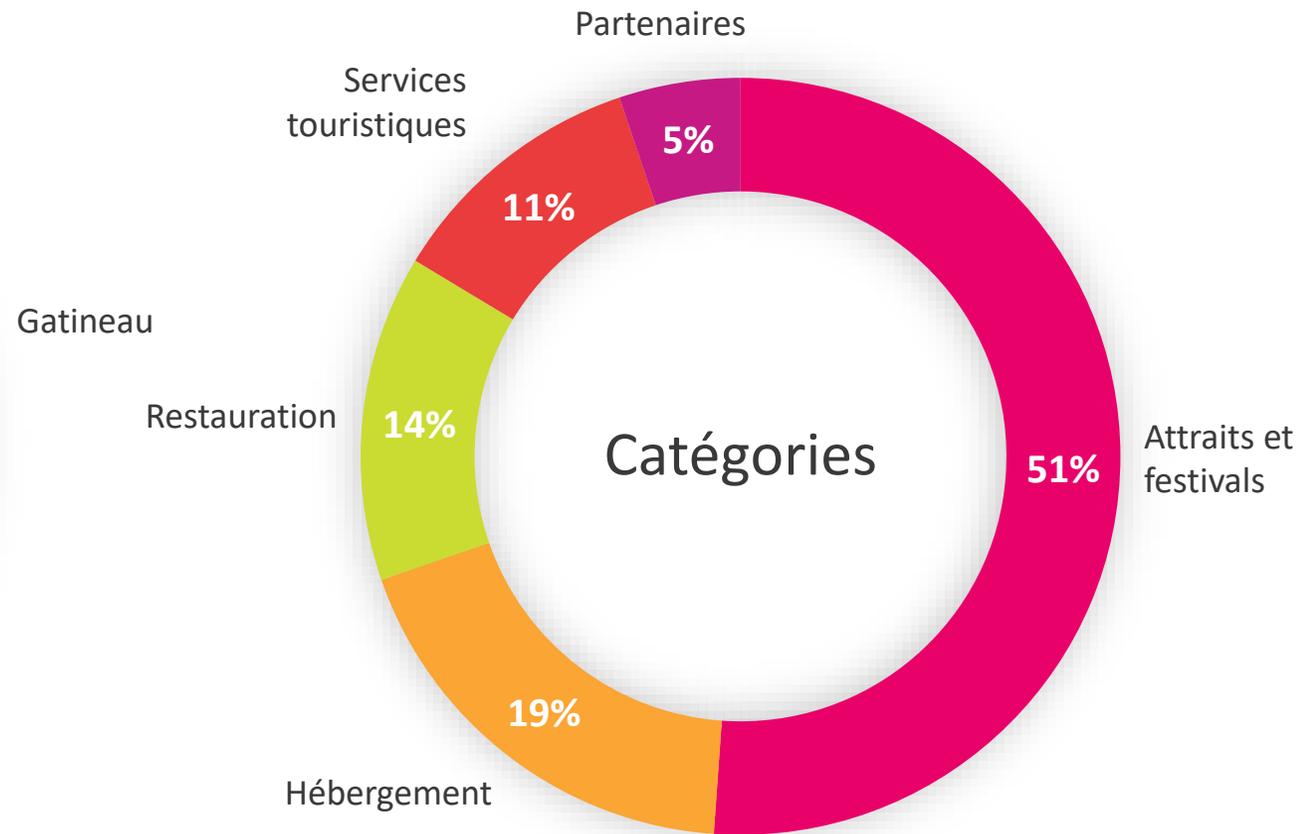
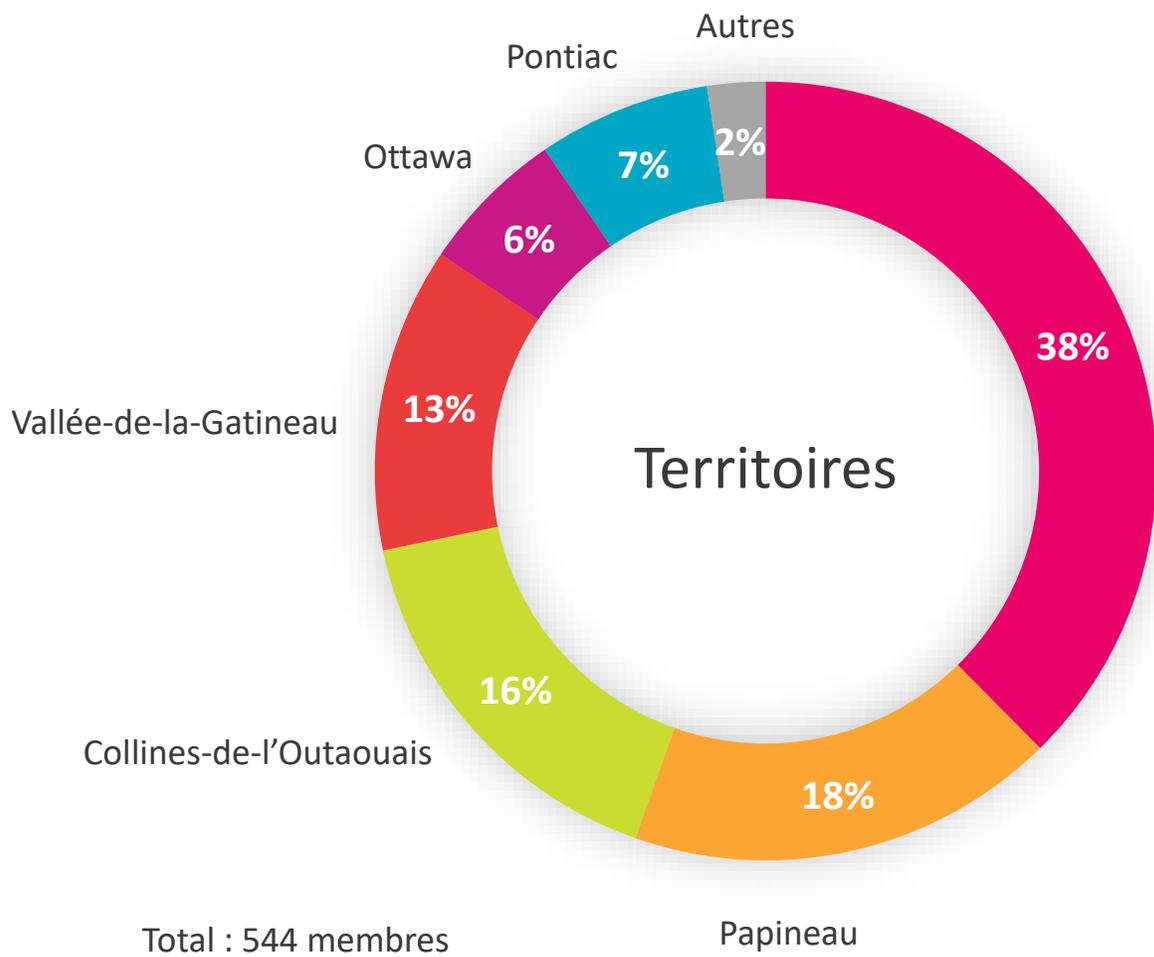
STATISTIQUES DE TOURISME OUTAOUAIS

BUDGET ANNUEL 2021-2022



*Prévision budgétaire révisée et approuvée par le C.A. en novembre 2021. Les revenus réels pour 2021-2022 sont identifiés dans les états financiers.

PROFIL DES MEMBRES



Visite de la ministre du Tourisme en Outaouais

Tourisme Outaouais et le ministère du Tourisme ont organisé conjointement la visite de la ministre du Tourisme, Caroline Proulx, le 28 juin 2021.

2 conférences de presse ont eu lieu :

- Lancement du circuit électrique d'Explore Québec au Ramada à Gatineau;
- Annonce des projets financés par le PTDO volets 2 et 3 au Fairmont le Château Montebello
- Visite d'attrait de Caroline Proulx et Mathieu Lacombe :
 - Interzip Rogers
 - Coupure de ruban de Montebello Vélo de montagne
 - Tour de Montebello en scooter électrique de Géo-Explora
 - Visite d'attrait gourmands (ChocoMotive, Fromagerie Montebello, Brasseurs de Montebello)



BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE - GATINEAU ET MONTEBELLO

Pour respecter les directives de la santé publique et les paliers de couleurs de la COVID-19, La maison du tourisme de Gatineau et le bureau d'information à Montebello ont dû fermer du 12 octobre 2020 au 30 mai 2021. Les bureaux d'information ont pu physiquement rouvrir aux visiteurs à partir du 31 mai 2021.

Durant les fermetures liées à la pandémie, le personnel de l'accueil n'a jamais cessé d'offrir un service pour répondre aux visiteurs via le téléphone, le courriel et le clavardage.

La maison du tourisme de Gatineau

- Actes de renseignement en personne : 1 907 (116 %) ↑
- Visiteurs : 3 484 (125 %) ↑

Bureau d'information à Montebello

- Actes de renseignement en personne : 2 653 (1 %) ↓
- Visiteurs : 8 953 (42 %*) ↑

Service aux visiteurs

- Téléphone : 436 appels
- Courriel : 115 courriels
- Clavardage : 121 conversations
- Trousse d'information envoyée par la poste : 1 066 (64 %) ↑

À noter qu'encore cette année, il n'y a pas eu de bureau satellite estival au Musée canadien de l'histoire ou d'accueil mobile encore cette année.

*En 2020, les mesures sanitaires ne permettaient pas d'accueillir plus d'une personne par groupe. En 2021 l'équipe de l'accueil à Montebello a commencé à demander le nombre de visiteurs dans le groupe pour avoir le nombre réel de visiteurs.

HÉBERGEMENT ET CONGRÈS

12



Opportunités de Tourisme Outaouais – une seconde année marquée par la pandémie mais en croissance.

Données du 1^{er} janvier au 31 décembre 2021

	2019	2020	2021
Opportunités totales	198	103	50
Opportunités totales avec nuitées	190	83	39
Gagnées	37	2	12
Gagnées avec nuitées	22	15	7
Perdus	81	88	18
En cours	55	6	20
Nuitées gagnées	8 626	520	1273

UNITÉS D'HÉBERGEMENT OCCUPÉES

Nombre moyen d'unités d'hébergement occupées quotidiennement

Données du 1^{er} janvier au 31 décembre 2021

	2019	2020	2021	% écart 21/20
Outaouais	1 695	836	1080	29,2 %
Province	43 552	22 734	29 254	28,7 %

TAUX D'OCCUPATION MOYEN

Comparatif avec certaines régions

Données du 1^{er} janvier au 31 décembre 2021

	2019	2020	2021	% écart 21/20
Québec et région	68,5 %	31,4 %	38,6 %	7,3
Mauricie	50,1 %	33,4 %	42,6 %	8,2
Cantons-de-l'Est	46,3 %	33,3 %	42,3 %	9,0
Montérégie	54,9 %	27,7 %	37,4 %	9,7
Laurentides	51,9 %	41,3 %	45,0 %	3,7
Outaouais	62,1 %	32,9 %	41,4 %	8,5
Ensemble du Québec	60,8 %	32,4 %	41,3 %	8,9

An aerial photograph of a vast, frozen lake in winter. The lake is covered in a thick layer of snow, with several small, forested islands scattered across its surface. The surrounding landscape consists of rolling hills and dense forests of evergreen and deciduous trees, some of which are covered in snow. The sky is a clear, pale blue. In the bottom left corner, there is a semi-transparent white rectangular box containing the word "PROGRAMMES" in a bold, pink, sans-serif font.

PROGRAMMES

Programme de développement touristique de l'Outaouais

- 3^e et dernier appel de projets en avril :
32 dossiers déposés
1 985 054 \$ demandés au PDTO pour 27 687 107 \$ prévus en investissement
Résultat : **12 projets financés** pour un total de 541 593 \$ en contribution par le ministère du Tourisme et Tourisme Outaouais
- 4^e comité de gestion en février 2021 suite à la bonification de 120 931 \$ de l'enveloppe
1 nouveau projet financé + bonification de 4 projets déjà financés pour un total de 315 742 \$

Au total, le PDTO a contribué à soutenir 27 projets avec une enveloppe de 1 331 593 \$ et des investissements totaux prévus de 16 651 016 \$.

- Papineau : 5
- Vallée-de-la-Gatineau : 7
- Gatineau : 7
- Collines-de-l'Outaouais : 4
- Pontiac : 4

Programme sanitaire des entreprises touristiques de l'Outaouais (PSTO)

Le PSTO a été créé en réaction à la COVID-19 pour aider les entreprises à financer ou à rembourser des modifications engendrées par les directives de la santé publique.

- Valeur totale des projets soumis : 182 287 \$
- Aide accordée par Tourisme Outaouais et le ministère du Tourisme : 113 613 \$

17 projets acceptés

- Papineau : 3
- Vallée-de-la-Gatineau : 2
- Gatineau : 6
- Collines-de-l'Outaouais : 6
- Pontiac : 1

EPRT volet 4

850 000 \$ du ministère du Tourisme fut octroyé à Tourisme Outaouais pour le maintien des actifs stratégiques touristiques au centre-ville de Gatineau (PMAST)

- 5 projets financés
- Investissement du ministère du Tourisme et bonification de la de la Ville de Gatineau au programme de 300 000 \$ totalisant 1 150 000 \$
- Total des investissements privés et publics prévus dans la région : plus de 2 340 250 \$

INITIATIVES DE DÉVELOPPEMENT ENTAMÉES

La relève touristique :

Tourisme Outaouais a parrainé 4 étudiants de l'ITHQ dont le mandat était de structurer une offre de séjour axée sur les arts dans chacune des 4 MRC. Ce projet se terminera à la fin de leur année scolaire 2021-2022.

Bonification de l'offre des Chemins d'eau :

- Projet de 10 balados et développement numérique le long de la route des Chemins d'eau : lancement prévu juin 2022.
- Production et installation de 19 panneaux pour identifier les attraits incontournables de la route des Chemins d'eau. Lancement prévu juin 2022.
- Bonification du contenu du site web : contrat accordé au Réseau du patrimoine de Gatineau et de l'Outaouais afin de bonifier l'information en ligne, lancement prévu en 2022.
- Évaluation de l'accessibilité des attraits incontournables avec Kéroul : dans un souci d'inclusion, nous avons démarré un partenariat avec Kéroul afin d'obtenir la certification de l'accessibilité de neuf attraits incontournables (points d'ancrage) de la route des Chemins d'eau. La démarche se fera au courant de l'été 2022.

Bienvenue cyclistes :

Partenariat avec Vélo Québec afin de mieux structurer et promouvoir l'offre des hébergements accrédités *Bienvenue cyclistes*.

Tourisme Outaouais, en partenariat avec les acteurs touristiques du territoire, est en phase de diagnostic du territoire en matière de tourisme durable, en vue de son futur plan stratégique en tourisme durable et responsable.

Cette réflexion d'importance se veut inclusive et participative afin de bien cerner tous les enjeux, les besoins, les leviers et les opportunités pour la destination. La démarche vise à fédérer l'ensemble des parties prenantes autour d'une nouvelle vision et de grandes transitions communes.

Touriscope, la firme qui a été retenue pour effectuer cette étude, effectuera des entrevues de groupe à la fin avril 2022 dans chacune des MRC et à Gatineau. Des tables sectorielles se feront aussi virtuellement en plus des entrevues individuelles.

Bornes de recharge

En partenariat avec le CREDDO, Tourisme Outaouais a aussi sondé l'intérêt du milieu pour l'implantation de bornes de recharge pour les voitures électriques. TO travaille présentement sur les opportunités de financement de cette initiative à mettre en œuvre en 2022-2023.

FAITS SAILLANTS 2021



INTELLIGENCE D’AFFAIRES – Baromètre touristique régional

Le baromètre touristique régional est une Initiative développée conjointement avec la Chaire de tourisme Transat, l’Alliance de l’industrie touristique du Québec et le ministère du Tourisme.

- Il comprend deux volets (un sondage court et un sondage en continu) avec des incitatifs pour stimuler le taux de réponse;
- Il permet d’obtenir de nombreux indicateurs sur la clientèle touristique tels que: le but de la visite, nombre de nuitées, intention de retour, dépenses, etc.
- 16 points de collecte en Outaouais en date du 31 mars 2021
- Trois modes de collecte des sondages:
 1. Portail wifi
 2. Affiches avec un code QR
 3. Signet imprimé avec le code QR



CHATBOT de Tourisme Outaouais

Tourisme Outaouais déploie un écosystème technologique de robots conversationnels *Chatbot* dans toute la région. La pandémie a accéléré le besoin de se doter de nouveaux outils de communication afin d'interagir avec les visiteurs et optimiser leur expérience.

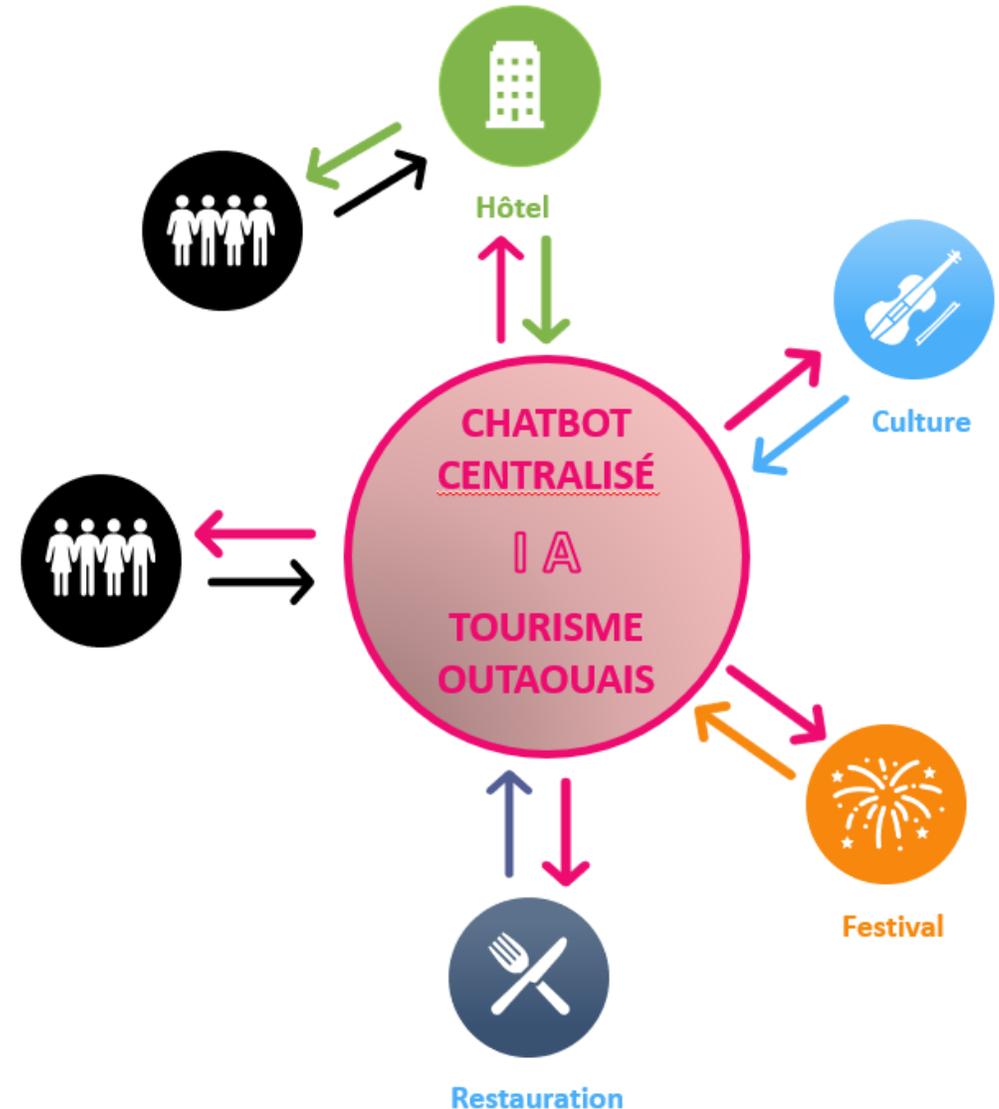
L'interaction avec nos clients, via notre site web, ainsi que nos plateformes sociales, devient de plus en plus importante. Cette nouvelle technologie aidera assurément à générer des visites chez nos partenaires et nos membres.

- Éventuellement, le robot conversationnel de chaque entreprise participante pourra répondre non seulement aux questions relatives à leurs produits et services, mais à presque toutes les questions touristiques sur l'Outaouais (seconde phase du projet) ;
- Dans le but d'atteindre la seconde phase du projet et d'ainsi permettre au robot d'apprendre en se basant sur ses interactions, nous sommes en processus de sollicitation de nouveaux membres pour développer notre écosystème *Chatbot*.
- C'est une solution efficace pour relier toutes nos entreprises touristiques et pour mieux répondre aux besoins des touristes qui considèrent la destination pour leurs prochaines vacances et escapades.

The image displays the website for Tourisme Outaouais and its chatbot interface. The website header includes navigation links: EXPLORER, QUOI FAIRE, OÙ DORMIR, OÙ MANGER, PROMOTIONS, FIÈREMENT LOCAL, RÉUNIONS ET CONGRÈS, and a search icon. The main content area is organized into columns with categories like 'EXPLORER', 'OÙ MANGER', 'PROFSSIONNELS', 'RÉUNIONS ET CONGRÈS', 'QUOI FAIRE', 'PARTENAIRES', 'PROMOTIONS', 'SUIVEZ-NOUS', 'OÙ DORMIR', 'SERVICES TOURISTIQUES', 'FIÈREMENT LOCAL', 'TOURISME OUTAOUAIS', 'BLOGUE', 'PHOTOTHÈQUE', 'PUBLICATIONS', and 'COVID-19'. A prominent red banner reads '- CERTIFIÉ - #OUTAOUAIS FUN'. The chatbot interface on the right is a pink bubble with a user profile and the text 'Comment puis-je vous aider?'. It shows a conversation with a user named Melisa. The chatbot asks 'Avez-vous des forfaits?' at 13:05. Melisa responds 'Dans quel moment de l'année recherchez-vous un forfait?' at 13:08. The chatbot replies 'Pour cet hiver' at 13:10. Melisa then says 'Donnez-moi quelques instants, je fais une recherche et je vous reviens.' at 13:11. The chatbot interface is powered by Spredix.com and has a text input field at the bottom with a send button.

Les avantages

- Possibilité de mettre le robot conversationnel à l'image de chaque entreprise ;
- Habileté de réponse automatique dans les deux langues officielles du Canada ;
- Des rapports conviviaux qui permettent d'analyser vos interactions avec vos clients et de cerner des tendances ;
- Un support continu de Sprevel afin de simplifier l'intégration du *Chatbot* dans vos systèmes (soutien technique inclus) ;
- Intégration des plateformes Facebook, SMS et Webchat ;
- Capacité à répondre à plusieurs requêtes d'information simultanément ;
- Un contact 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 avec les clients même quand la saison est terminée.



TOURISME D'AFFAIRES - TOURNÉES DE FAMILIARISATION VIRTUELLES

Ces capsules virtuelles, qui ont pour but de faire vivre l'expérience de la région aux organisateurs d'événements dans le confort de leur bureau, complètent parfaitement nos tournées de familiarisation, et deviendront un outil essentiel au démarchage de futurs événements dans la région.

- Ce projet vise à faire valoir l'offre des hébergements, mais aussi les attraits et les restaurants qui convient bien à cette clientèle d'affaires.
- Tournage complété de 7 capsules en plus d'une capsule générique sur les avantages de choisir notre région. Cette collection de capsules continuera de se développer afin de créer des propositions de réunions et de congrès complètes, selon les besoins des organisateurs d'événements.



EXPÉRIENCE OUTAOUAIS+, UN SERVICE DE FORFAITISATION

Cette nouvelle entité commerciale offre aux visiteurs régionaux, provinciaux et nationaux la possibilité de réserver en ligne leurs forfaits vacances sur www.experienceoutaouais.com ou par le biais du site web de Tourisme Outaouais depuis juin 2021 et œuvre avec 70 partenaires touristiques de la région.

Expérience Outaouais+ répond aux objectifs suivants :

- Simplifier la vie du visiteur en lui proposant des forfaits pour découvrir l'Outaouais sur une plateforme;
- Faire circuler les résidents de l'Outaouais, d'Ottawa et de l'Est ontarien sur l'ensemble du territoire;
- Structurer des offres incluant de l'hébergement pour générer des nuitées;
- Proposer de nouvelles initiatives dans la promotion du tourisme d'affaires;
- Poursuivre l'accompagnement et le soutien des entreprises touristiques dans une perspective de relance.

Un atout pour le tourisme d'affaires : Expérience Outaouais+ répond aussi aux besoins personnalisés des organisateurs d'événements. Les hébergements pourront dorénavant offrir aux congressistes des options d'activités qu'ils pourront réserver facilement.

Forfaits vendus 21-22	213
Réservations en ligne	134 (63 %)
Forfaits sur mesure	79 (37 %)
Nombre de clients	518
Ventes	104 000 \$
Panier d'achat moyen	488 \$

The screenshot displays the website's header with the logo 'EXPÉRIENCE OUTAOUAIS+' and contact information: 819 778-2222 | 1 800 265-7822. A navigation menu includes 'Forfaits', 'Hôtels', 'Activités et attractions', 'Explore Québec', 'Contact', and 'English'. Below the header is a hero image of people cycling on a bridge over a river, with a 'Bienvenue' button and a 'Favoris' icon. The main content area features a 'Vivez une Expérience Outaouais !' section with a descriptive paragraph and a 'Trouvez un forfait' section with filters for destinations, dates, and package types, followed by a 'Rechercher' button. At the bottom, there is a 'Forfaits vedettes' section with three featured packages: 'Marathon de Quyon', 'Tournée des vignobles en unicycle', and 'Gourmets au chalet'.

REPRÉSENTATIONS AU NIVEAU RÉGIONAL, PROVINCIAL ET FÉDÉRAL

Rencontres avec les instances gouvernementales et acteurs régionaux

- Préfets, maires et conseillers municipaux
- Députés provinciaux et fédéraux
- Organismes régionaux (CREDDO, Chambres de commerce, Culture Outaouais, TAO, LSO, etc.)

Représentation de Tourisme Outaouais par la PDG à plusieurs comités:

- Siège au CA de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec
- Comité directeur Entente sectorielle de développement du secteur bioalimentaire de l'Outaouais. (ESBO)
- Table de concertation sur les événements et Commission de développement économique de la Ville de Gatineau
- Comité cohésion de l'Alliance & Comité directeur, déploiement de la marque touristique
- G15 + Outaouais piloté par le CREDDO
- Coprésidente du Comité l'Outaouais se démarque (marketing territorial de l'Outaouais)
- Comité de relance et Comité d'aménagements transitoires du centre-ville de Gatineau
- Ministère du Tourisme: Comité de négociations de renouvellement des ententes des ATR et des EPRT
- Cultural Tourism Working Group (Maire et Ville d'Ottawa, Ottawa Tourism, musées et galeries d'art)
- Community Consultative Committee (Aéroport d'Ottawa, Ottawa Tourism)

FORMATIONS OFFERTES AUX MEMBRES DE TO

Formations coordonnées par TO pour l'industrie touristique

- Réseaux sociaux : *17 participants (français), 8 participants (anglais)**
- Ressources humaines : *6 participants**
- Structuration de l'offre : *6 participants**
- Connaissances de l'Outaouais pour les employés de première ligne : *9 participants**
- SEO (*Search Engine Optimization*) : *12 participants**
- SEM (*Search Engine Marketing*) : *10 participants**
- Développement durable (accompagnement pour faire un prédiagnostic de sa situation) : *4 participants*
- Formation sur les attraits touristiques de l'Outaouais : *30 participants*

*Ces formations ont été financées à 75 % par Services Québec via notre entente d'organisme délégué, avant l'annonce de la réouverture de l'industrie touristique

À venir :

- Formation sur le service à la clientèle inclusif envers la communauté 2LGBTQIA+

Total : 102 participants aux formations en 2021-2022

COMMERCIALISATION B2B

- **4** bourses touristiques virtuelles (RVC+, Ottawa Live, Bienvenue Québec et OMCA);
- **1** première mission commerciale avec l'AITQ en personne depuis le début de la pandémie (France);
- TO a travaillé en partenariat avec les voyagistes et les réceptifs du Québec pour la mise en place des forfaits Explore Québec;
- Rencontre avec des agences de voyages et partenaires de passage à Gatineau;
- Ékilib – Sur la route, Canada Découverte et une tournée de familiarisation de 4 agents réceptifs de la région de Toronto;
- Développement d'un service de bagages en Outaouais pour des circuits Vélo pour le réseau de distribution en collaboration avec Voyager à vélo | Le Saint-Laurent à vélo;
- L'Outaouais a obtenu une visibilité gratuite avec Destination Canada Mexique du 20 au 29 octobre sur Viaje a Canada avec des publications quotidiennes. Ils ont 583 000 abonnés.
- Webinaire Outaouais du 19 octobre présenté aux acheteurs de Bienvenue Québec, dans le cadre du programme Restons liés;
- Production d'une vidéo destinée au marché mexicain en collaboration avec Ottawa Tourism.



TOURNÉE DU 40^E ANNIVERSAIRE DE TOURISME OUTAOUAIS

Tourisme Outaouais fêtait son 40^e anniversaire en 2021. En raison des mesures sanitaires, nous n'étions pas en mesure de célébrer avec nos membres. Nous avons donc remis les célébrations en 2022 et avons planifié une journée d'information sur les services de Tourisme Outaouais offerts aux membres, deux formations offertes par des invités spéciaux, en terminant avec une activité de réseautage.

- Les tournées devaient avoir lieu en février 2022, mais furent reportées en raison des mesures sanitaires en vigueur après les Fêtes.

- 5 arrêts à travers les différents territoires de l'Outaouais:

- Vallée-de-la-Gatineau : 6 avril
- Pontiac : 12 avril
- Collines-de-l'Outaouais : 13 avril
- Gatineau : 19 avril
- Petite-Nation : 20 avril

- Formations offertes :

- Services Québec : présentation sur les solutions de main-d'œuvre et financement
- Chaire de tourisme Transat : tendances post-pandémiques du tourisme urbain et rural



PROJETS MARKETING



BOÎTE 100 % LOCALE



La Boîte 100 % locale est une image de marque créée par la Table agroalimentaire de l'Outaouais (TAO) en partenariat avec Tourisme Outaouais.

- Nous étions à notre 2^e année de cette initiative et avons créé une version pour le temps des fêtes et pour la période des sucres 2022.
- La **version panier de Noël** met de l'avant les produits de producteurs et d'artisans d'ici provenant du Marché de Noël Croquez l'Outaouais des Promenades Gatineau. Nous avons vendu plus de **293 boîtes**.
- La **version temps des sucres** regroupe des produits provenant des cabanes à sucre, d'entreprises acéricoles, de restaurants, entre autres. Une fiche recette conçue par le chef Marc Gervais du restaurant L'Huile d'Olive a été ajoutée à la boîte. Près de 100 boîtes ont été vendues.

Des points de cueillettes étaient situés aux quatre coins de l'Outaouais afin de récupérer les achats faits en ligne.



TOURNÉES GOOGLE VOYAGE

Google Voyage, c'est un projet de bonification de la présence numérique des entreprises touristiques à l'aide d'une fiche *Google Mon entreprise* plus performante.

L'objectif : assurer un bon référencement, une représentation efficace de la destination sur les circuits générés par Google et répondre aux besoins d'informations des voyageurs lors de la planification d'un voyage.

Une coordonnatrice de Tourisme Outaouais et une photographe, Myriam Baril-Tessier, ont visité plus de 21 entreprises en Outaouais à l'été 2021 pour compléter ce projet.

Papineau	7 entreprises
Gatineau	6 entreprises
Collines-de-l'Outaouais	3 entreprises
Vallée-de-la-Gatineau	2 entreprises
Pontiac	3 entreprises

Cette initiative en collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec permet également à Tourisme Outaouais d'avoir accès à plus de 215 photos supplémentaires pour faire la promotion de la région.



VIRÉES AUTOMNALES

Pour leur deuxième édition, *Les Virées automnales* proposaient des circuits avec des arrêts agroalimentaires et des activités plein air qui ont eu lieu pendant trois fins de semaine de septembre à octobre :

- 25-26 septembre : Gatineau, Petite Nation et Collines-de-l'Outaouais
- 2-3 octobre : Collines-de-l'Outaouais et Vallée-de-la-Gatineau
- 9-10 octobre : Pontiac

Nomination aux prix Excellence du tourisme 2021

Le but : faire déplacer les gens de Gatineau et de l'Outaouais sur les différents territoires de la région.

17 entreprises ont participé à ces tournées en accueillant près de 5 000 visiteurs.

Partenariat avec la Table agroalimentaire de l'Outaouais
et Sport Loisir Outaouais



SENTIER CULTUREL

Tourisme Outaouais a joué un rôle important dans la promotion du Sentier culturel ([blogue](#) et [infolettre](#)).

Culturel et média

- Stratégie d'influenceurs: plus d'une dizaine de retombées médiatiques dans les réseaux sociaux
- Deux chroniques culturelles dans le cadre du TVA Nouvelles 18h : 14 et 29 juillet
- Revue de presse: une quinzaine d'articles dans différents médias
 - [Le Droit – Yves Bergeras](#)
 - [Le Droit – Pascale De Montigny-Gauthier](#)

Nouvelles œuvres

- Belle journée pour étendre! – Maxime B. Huneault
- La Maison d'Alzire – Collectif Coco-Allumettes (Samuelle Desjardins et Josée Guénette)

Photoshoot

- De nouvelles photos des œuvres et du parcours ont été prises au courant de l'été afin d'en faire la promotion.



PROGRAMME AMBASSADEURS CERTIFIÉS #OUTAOUAISFUN

Derrière chaque menu, produit et expérience se cachent des gens passionnés et une histoire. Nous avons présenté de nouveaux portraits [de fiers ambassadeurs](#) en 2021.

Été/Automne 2021 :

- Tournage et diffusion de trois nouvelles capsules : Patrick Tremblay pour le vélo à Gatineau, Sandra Armstrong de la Maison culturelle George Bryson et Michel Merleau du Verger et cidrerie Merleau.



Hiver/Printemps 2022 :

- Tournage et diffusion d'une nouvelle capsule : Manuela Teixeira pour le Square Old Chelsea.
- Nouvelle stratégie développée pour mettre en valeur le contenu vidéo déjà produit de nos ambassadeurs certifiés #OutaouaisFun. Elle sera mise en place en avril 2022.





MARKETING

BUDGET MARKETING ANNUEL TOTAL



RELATIONS MÉDIAS TOURISTIQUES

Les retombées médiatiques

- **234** visites médiatiques chez nos membres
- **39** tournées de familiarisation
- **544** membres suggérés aux médias
- **2** ententes d'émissions de TV signées (TVA Sports et RDS)
- **9** tournages TV en Outaouais dont « La Belle Tournée » à Montebello, présenté à TVA
- **1** émission radio de 60 minutes à radio Centre-Ville Montréal
- **6** chroniques radio dont une au 104,7 FM et **5** au 101,9 FM (Quoi faire en Outaouais)
- **109** médias à Montréal, Québec, Ottawa et Toronto ont reçu les nouveautés estivales et hivernales en Outaouais

897 visibilités pour nos membres
blogues, imprimés, radio, TV et médias sociaux

Les événements de représentation

- 2** bourses virtuelles intra-Québec
- 1** bourse virtuelle Canada
- 1** événement média Bonjour Québec à Toronto (30 médias présents)



1 642

mentions dans les
initiatives suivantes



Réseaux sociaux

- **485** publications – réseaux sociaux
- **120** publicités réseaux sociaux
- **187** publications corpos

Promotion

- **24** concours
- **149** publireportages, partenariat de contenu, TV, radio, pré-roll, bannières publicitaires, etc.
- **74** infolettres (agrément)
- **3** imprimés coordonnés par TO (Guide touristique, carte vélo et carte des Chemins d'eau)

Web

- **58** blogues
- **24** circuits

Présences terrain

- **35** représentations TO lors d'événements
- **40** tournages vidéo et photo
- **53** tournées de familiarisation (RPT, affaires et commercialisation)

Retombées médiatiques

- **162** communications corporatives (entrevues, mentions, articles ou reportages dans les médias)
- **228** communications touristiques (articles, blogues et reportages TV ou radio touristiques)

CAMPAGNE ANNUELLE 2020-2021



PASSE EN MODE OUTAOUAIS / SWITCH TO OUTAOUAIS MODE

Objectifs

- Accroître la notoriété de la région de l'Outaouais;
- Accroître l'engagement avec le contenu numérique;
- Faire circuler les résidents d'Ottawa et de l'Est ontarien **sur l'ensemble** du territoire de l'Outaouais (Gatineau et les MRC);
- Faire augmenter la durée du séjour dans la région afin de supporter les hôteliers (structuration d'offre);
- Accroître la conversion chez nos partenaires.



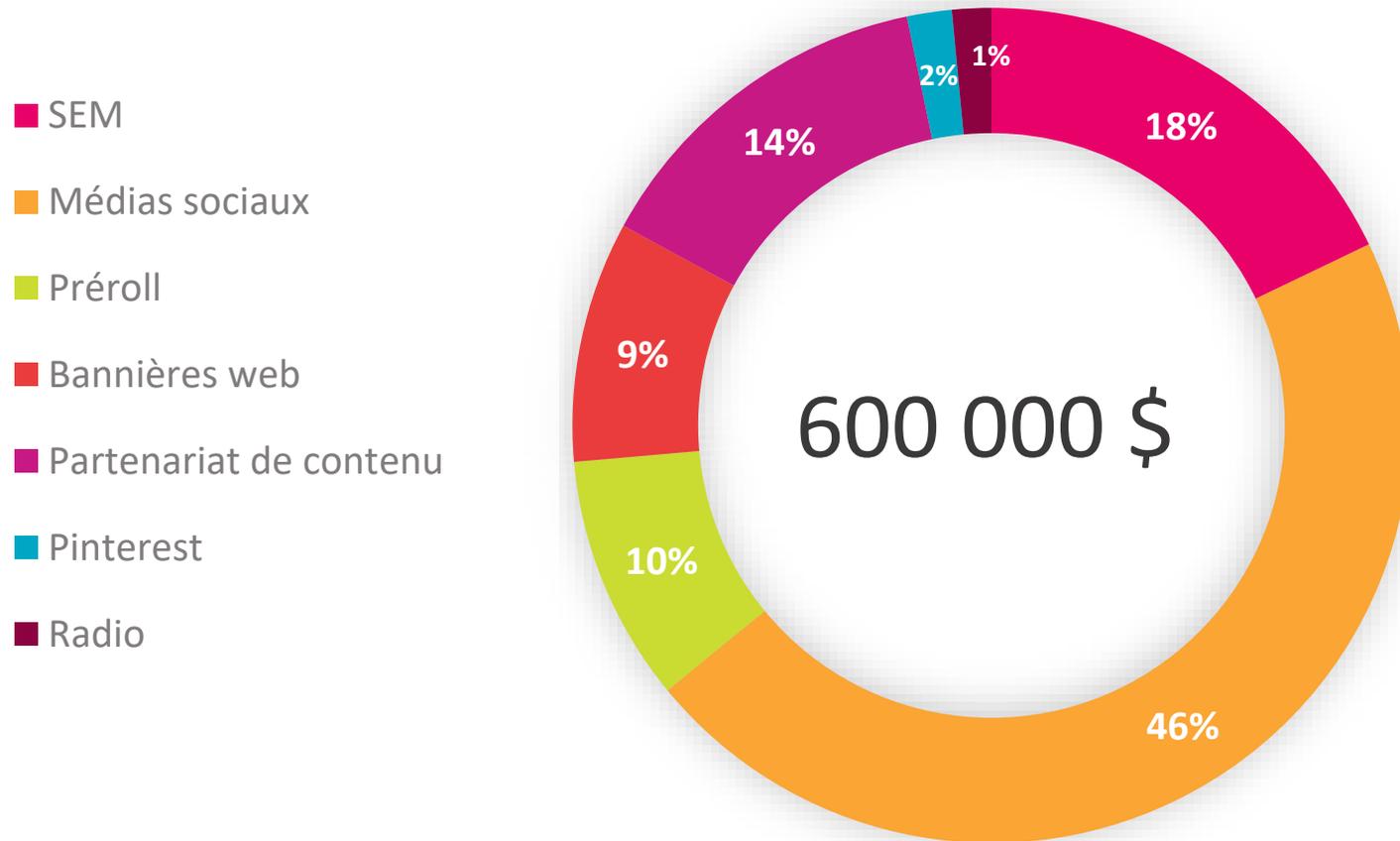
Stratégie

Collaborer avec les 4 MRC et Gatineau pour développer un plan marketing personnalisé à la mise en valeur de leur territoire .

Cette campagne de notoriété mise sur :

- La personnalité chaleureuse : dynamique, généreuse, accueillante et l'fun;
- Les expériences : culture (incluant les routes touristiques), gourmand, festif, plein air, vélo, ski de fond et motoneige.
- Les produits d'appels, soit les attraits reconnus en Outaouais, pour lesquels les touristes se déplacent des régions plus éloignées telles que Montréal, Toronto, France, etc..
- Les trésors locaux : plus petites entreprises (attrait, restaurants et événements) qui pourraient être considérées comme un trésor local et auraient le potentiel d'attirer les résidents d'Ottawa dans la région.

BUDGET MÉDIA 2021



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

RÉSULTATS DE LA CAMPAGNE ANNUELLE

Résultats globaux

Du 15 mai 2021 au 31 mars 2022

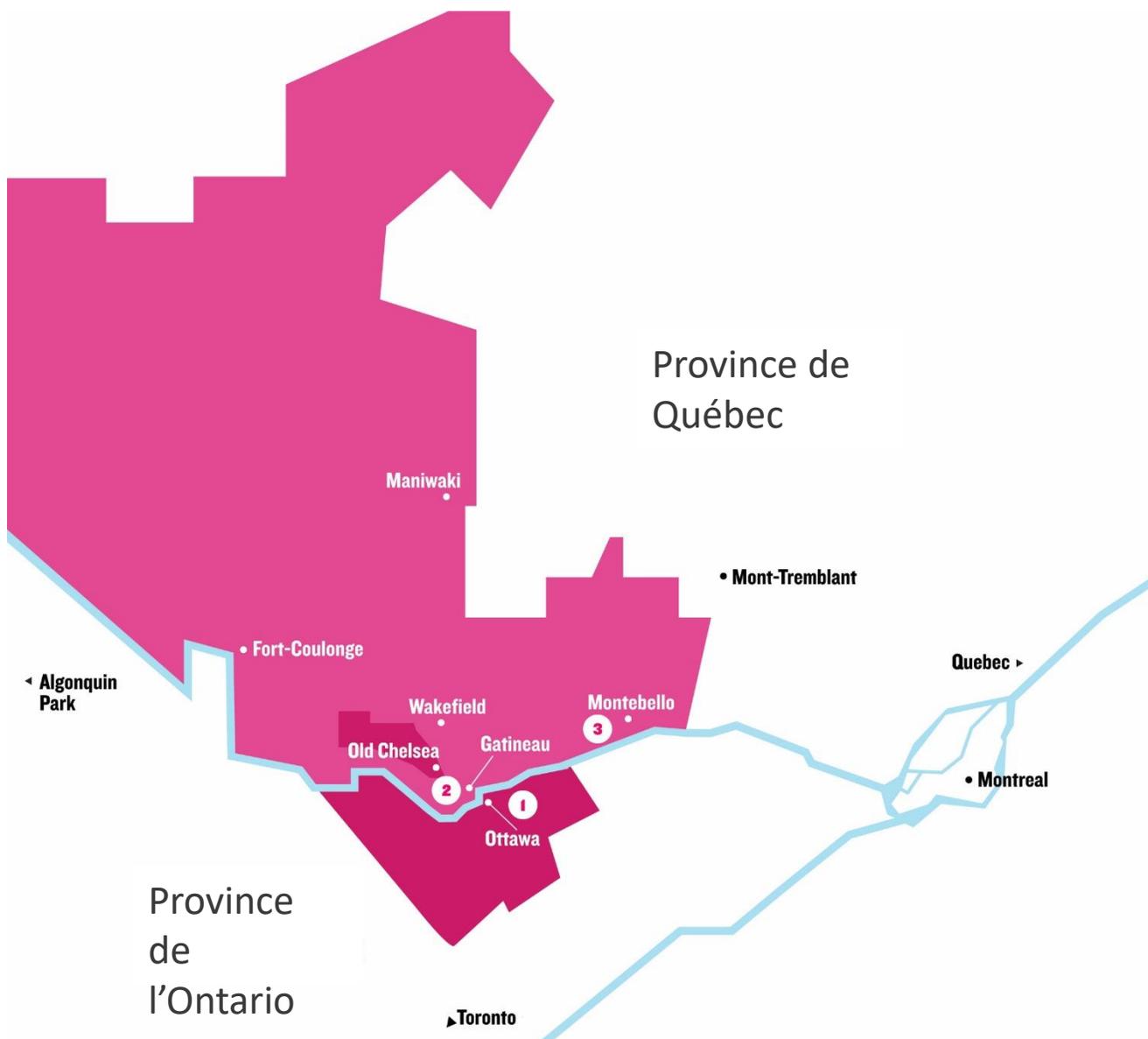
Plateformes	Impressions	Clics	CTR	CPC
Publicités (Facebook et Instagram)	27 122 063	219 567	0,81 %	1,34 \$
Publicités Pinterest	1 302 521	13 830	1,06 %	0,74 \$
Bannières web	15 878 734	44 932	0,28 %	1,24 \$
Pré-roll	2 298 598	8 352	0,36 %	6,81 \$
SEM	356 284	36 075	10,13 %	1,74 \$

Impressions : nombre de fois qu'une annonce est affichée

CTR (clickthrough Rate) : clics/impressions

CPC: coût par clic

MARCHÉS PRIORITAIRES



60%

Montréal
(RMR) et
l'Outaouais

40%

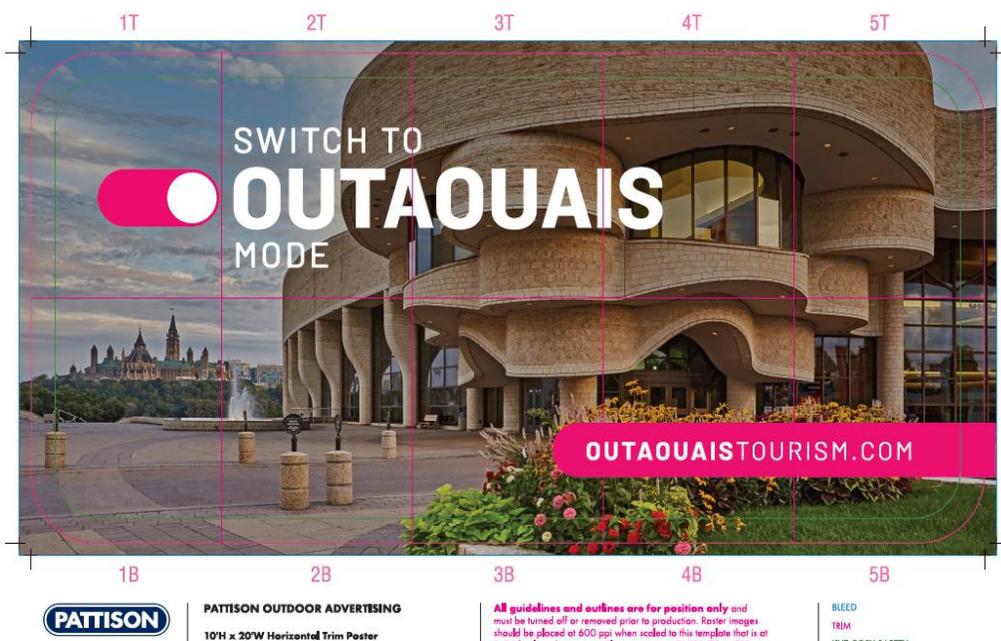
Ottawa et les
environs

NOS EXPÉRIENCES

Expériences	Route touristique	Culture	Gourmand	Festif	Plein Air	Vélo - Ski	Hébergement	Pourvoirie	Motoneige
Objectifs	Faire découvrir la route des Chemins d'eau aux visiteurs	Faire découvrir l'offre de nos musées et de l'expérience autochtone	Faire découvrir l'offre gourmande de la région	Attirer les visiteurs à participer aux différents événements	Établir notre région comme étant la destination de choix pour le plein air urbain	Faire la promotion de ces activités auprès des excursionnistes	Augmenter le nombre de nuitées lors des séjours. Faire découvrir l'offre diversifiée d'hébergement.	Démocratiser l'offre des pourvoiries (Adeptes de chasse et pêche vs villégiature)	Faire découvrir l'offre motoneige de la région
Cibles	Gastronome culturel	Familles	Épicuriens branchés	Épicuriens branchés	Adeptes de plein air Détente au grand air	Adeptes de vélo/ski Plein air de luxe Familles	Selon le type d'hébergement	Adeptes de chasse et pêche Groupe d'amis Familles	Motoneigistes
Marchés	RMR – Montréal Ottawa et Outaouais	RMR - Montréal	Ottawa, Gatineau	Ottawa	RMR - Montréal Ottawa	RMR - Montréal Ottawa	Montréal Corridor Ottawa-Kingston	RMR - Montréal Ottawa	Ontario RMR - Montréal
Motivations du voyageur	Beauté du paysage	Acquérir de nouvelles connaissances en terme de culture	La découverte pour tous les sens	Plaisir	Activité physique Accessibilité Bien-être et santé	Activité physique Accessibilité Qualité des sentiers et pistes	Tout touriste a besoin d'un hébergement	Espèces uniques S'évader en nature Quête d'un « trophée »	Neige, qualité des sentiers et bon temps en couple ou entre amis

PRÉSENCE EN NOTORIÉTÉ SUR LE MARCHÉ D'OTTAWA

11 panneaux géants ont été déployés à Ottawa tout le mois de juin 2021 pour inspirer les Ontariens pour la saison estivale et conserver l'Outaouais dans leurs esprits*.



*Placements repoussés depuis le début de la pandémie en mars 2020.

DES PARTENARIATS DE CONTENU QUI FONT RAYONNER L'OUTAOUAIS

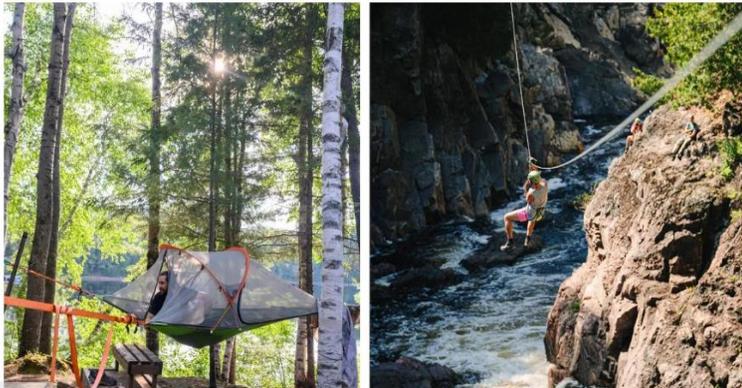
Voici quelques exemples de partenariats de contenu mis en place pour faire la promotion de la région :

NARCITY

Contenu sponsorisé Choses À Faire

12 activités inusitées à faire en Outaouais pour un été inoubliable

Des idées qui sortent de l'ordinaire!



SILO 57

Road trip en Outaouais: 8 hébergements insolites et campings à essayer

2 septembre 2021 12:00 | Mise à jour 7 septembre 2021 12:00



TVA

Salut Bonjour avec **Tourisme Outaouais**.
Partenariat rémunéré · 🌐

DESTINATION | En vue de vous inspirer pour votre prochaine escapade, voici quelques-uns des plus beaux attraits du territoire de la Petite Nation. 📍👉



SALUTBONJOUR.CA
Escapade en Outaouais: 5 attraits à découvrir en Petite Nation

DES INFLUENCEURS EN OUTAOUAIS

Des influenceurs ont été invités par Tourisme Outaouais, en partenariat ou non avec d'autres organisations. Voici quelques exemples :

- Lydiane autour du monde
- Jeanne Map
- Deux québécois autour du monde
- Little Miss Ottawa
- Camille Labonté
- Nomad minis



lydianeautourdumonde • Abonné(e)
Commandité par outaouais

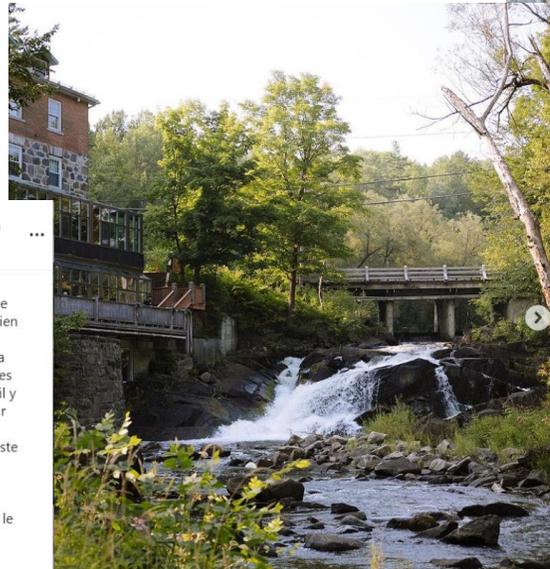
lydianeautourdumonde La Vallée de la Gatineau est un petit trésor bien gardé qui ne demande qu'à être exploré! 🌟 L'offre touristique de la région est de qualité, autant pour les restos que pour l'hébergement, et il y a une foule d'activités à faire autour pour profiter de notre bel été! Définitivement à mettre sur votre liste pour vos prochaines vacances. 🏡

Je vous laisse une liste des hébergements qu'on a visités dans le secteur! 📍 Dans ma prochaine publication, je vous partagerai les idées d'activités!

Hébergements :

Aimé par annievelillee et 783 autres personnes

6 JUILLET



jeannemap • Abonné(e)
Moulin Wakefield Mill Hotel & Spa

jeannemap Une immersion dans le merveilleux monde de l'apiculture avec @apiverte! 🐝

C'est par l'entremise du Moulin Wakefield @wakefieldmill où je séjournais lors de mon arrivée en Outaouais que j'ai eu la chance de rencontrer Sandra Bornn, co-fondatrice du projet @apiverte! 🐝

@wakefieldmill est l'une des entreprises de la région qui accueille une EzHouse sur son terrain permettant ainsi la récolte d'un miel artisanal bio, unique et propre à ce coin de l'Outaouais! Un miel savoureux!

Aimé par annievelillee et 298 autres personnes

1 SEPTEMBRE



deuxquebecoisautour • Abonné(e)
Commandité par outaouais
Parc des Chutes Coulonge Adventure Park

deuxquebecoisautourdumonde En Outaouais, dans la MRC de Pontiac, il y a une destination incontournable pour avoir du fun !!!

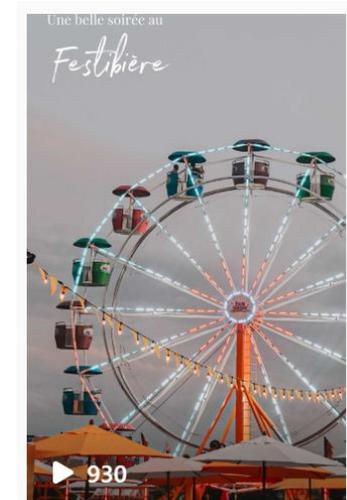
👉 Le Parc des chutes Coulonge! Baptême de Via Ferrata et de tyrolienne... c'était génial. Une équipe professionnelle et chaleureuse encadre tous les visiteurs pour du plaisir et des sensations fortes en toute sécurité...

C'était une première mais pas la dernière. On a adoooooré !

#viaferrata #tyrolienne #arbreenarbre #pardeschutescoulonges

Aimé par annievelillee et 91 autres personnes

11 JUILLET



MISER SUR LE TOURISME LOCAL

Présence dans les médias locaux

- L'objectif est de faire déplacer les gens de l'Outaouais sur l'ensemble du territoire.
- Plusieurs placements publicitaires avec La Presse touristique, 104,7 Outaouais, Journal du Pontiac, Le Droit, etc..

Capsules télévisées au TVA Nouvelles 18 h — le jeudi soir

- Mettant de l'avant différentes activités sur le territoire, nous avons réalisé en collaboration avec Valérie Cormier :
 - 12 capsules estivales
 - 8 capsules hivernales

Les Chroniques du Vieux-Hull

- Nouveau produit développé en collaboration avec le Théâtre dérive urbaine et Vision centre-ville.
- Des chroniques sur les personnages mythiques du Vieux-Hull font état de l'histoire qui a façonné ce secteur.



COLLABORATION CONJOINTE ENTRE LES 5 TERRITOIRES DE L'OUTAOUAIS

Magazine l'Actualité (édition de décembre 2021) – Dossier spécial : Là où nous vivons

- Partenariat de contenu impliquant tous les territoires de l'Outaouais
- 2 double-pages de contenu dans le magazine imprimé et une intégration web ont été déployés
 - 1 double-page Ville de Gatineau
 - 1 double-page MRC de l'Outaouais (1 demi-page par MRC)

VIVRE À GATINEAU : LE PLEIN AIR EN VILLE

Accueillante, prospère, multiculturelle : c'est Gatineau. Ville de 290 000 habitants en pleine expansion, elle offre une qualité de vie exceptionnelle à ceux qui aiment profiter de tous les avantages d'un centre urbain de premier plan tout en ayant accès à des espaces verts, à deux pas de chez eux.

Vieille immédiate de la capitale du Canada, Gatineau a tout pour séduire à la fois les familles, les touristes, les entreprises et les nouveaux arrivants à la recherche d'un milieu de vie sain et agréable. Les immigrants forment d'ailleurs 11% de sa population, ce qui de Gatineau la deuxième ville d'accueil des néo-Canadiens au Québec, après Montréal.

Ville, nature et culture
Nadine Lafond, qui y réside depuis 16 ans, explique pourquoi, après avoir voyagé partout dans le monde, elle a choisi Gatineau pour poser définitivement ses valises avec sa petite famille : « J'ai vécu à de nombreux endroits, dont Londres, Au la Chapelle, Grenoble et Santiago. En revenant du Chili, on m'est demandé où on pourrait aller habiter au Québec, et ce a été Gatineau pour son mélange de vie urbaine et de plein air. Peu de villes intègrent aussi bien ces deux aspects. J'ai le parc de la Gatineau au bout de ma rue. Je peux aussi bien aller faire mon épicerie à pied que faire mes sacs de fond et partir en randonnée au bout de cette même rue, ou j'ai accès à 200 kilomètres de sentiers. Je me dépêche beaucoup en mode actif. Si y a un bon réseau cyclable. L'hiver, mon conjoint se même travailler en ski de fond régulièrement. »

En fait, Gatineau est la meilleure ville de vie au Canada et la cinquième au monde pour les villes de moyenne envergure, selon un classement du organisme PeopleForBikes. Au Canada, Gatineau, avec l'Université de Québec en Outaouais et l'Université nationale autonome du Mexique, en plus d'Outaouais, qui compte trois universités.

La famille de Nadine a de quoi s'amuser : en effet, le vaste parc de la Gatineau couvre une superficie de 301 km² et compte plusieurs dizaines de kilomètres de sentiers, ce qui en fait l'un des plus grands réseaux de pistes et de sentiers en Amérique du Nord. Cette immense réserve naturelle permet de pratiquer une multitude de sports, été comme hiver, dont la randonnée, la bicyclette et la baignade. Avec autant de plaisir en perspective, pas étonnant que des milliers de visiteurs viennent s'y remplir les poumons de bon air, s'y dégourdir les jambes et y faire le plein d'énergie chaque année.

Pour ce qui est de la vie culturelle, la Gatinoise apprécie la programmation présentée à la Maison de la culture de Gatineau et au Musée canadien de l'histoire, le musée le plus visité au Canada. Nadine est aussi heureuse d'avoir accès facilement à l'offre culturelle d'Outaouais.

Travailler, entreprendre, étudier
L'emploi économique très dynamique de Gatineau se prête à merveille à l'entrepreneuriat, qui peut compter sur une main-d'œuvre instruite, bilingue et très qualifiée. En effet, 28,3% de la population possède un diplôme universitaire et le taux de bilinguisme de Gatineau a de quoi impressionner, à 63,3%.

La région métropolitaine de Gatineau-Québec compte d'ailleurs plus de 1900 entreprises dans le secteur de la haute technologie qui fournissent des emplois de qualité à près de 80 000 travailleurs. La vie étudiante est également riche à Gatineau, avec l'Université de Québec en Outaouais et l'Université nationale autonome du Mexique, en plus d'Outaouais, qui compte trois universités.

LES MRC DE L'OUTAOUAIS : DES MILIEUX DE VIE UNIQUES À DÉCOUVRIR

Si les quatre municipalités régionales de comté (MRC) de l'Outaouais ont en commun la nature, les grands espaces et la chaleur de leurs habitants, chacune possède un charme et des attraits particuliers. Survei des MRC de l'Outaouais.

Collines-de-l'Outaouais
Dans les Collines-de-l'Outaouais, les paysages et les villages sont aussi charmants et pittoresques que le joli nom de cette MRC dont 95% du territoire est constitué du parc de la Gatineau. Elle compte sept municipalités, et chacune recèle des lieux uniques à découvrir et des façons d'apprécier... ou à déguster!

Chaque de ces municipalités a ses charmes : boutiques, galeries d'art, cafés, tables gourmandes ainsi que de multiples attraits patrimoniaux parsèment le territoire et contribuent à la qualité de vie de ses résidents.

Que l'on soit jeune ou moins jeune, visiteurs ou résidents, les Collines-de-l'Outaouais sont idéales pour tous ceux qui veulent cultiver l'art de vivre, grâce au mélange de nature, d'histoire et de culture. Pour s'y installer à long terme ou pour y demeurer en projet entrepreneurial, les Collines-de-l'Outaouais offrent à tous la chance de s'épanouir et de profiter d'une qualité de vie où nature rime avec prospérité.

Pour se renseigner pendant quelques heures, quelques jours, ou pour adopter un nouveau mode de vie, c'est le territoire par excellence pour ceux qui aspirent au bonheur.

Petite Nation
Aussi appelée Petite Nation, la MRC de Papineau, qui compte 24 municipalités, peut se vanter de compter sur son territoire deux des attraits les plus connus de l'Outaouais : Farmout Le Château Montebello et le Parc Oméga. Alors que l'atmosphère hivernale est idéale pour son hôte et son prestige, le parc automnal, situé à cinq minutes de là, est un incontournable pour les amoureux de la beauté canadienne et de la nature.

Ce n'est pas tout : en Petite Nation, on compte aussi de nombreuses parcs naturels, dont trois font partie du réseau de la Société des établissements de plein air du Québec, ainsi qu'un site important du patrimoine géologique : les fosses historiques du Manoir-Papineau, ancien manoir seigneurial construit en 1848 par Louis Joseph Papineau. Un endroit qui fascine non seulement par l'histoire qu'il recèle, mais aussi par la beauté de son architecture.

Chicois/Matve, un économiste du chocolat, ainsi que des fromagères et des brasseries locales.

En plus de profiter des beautés de leur territoire et d'une riche vie communautaire et culturelle, les citoyens de Petite Nation ont la chance d'être à proximité de trois centres importants, soit Montebello, Gatineau-Québec et Mont-Tremblant, un avantage indéniable pour les affaires et les visites familiales.

Pontiac
Place de choix pour les amateurs de plein air, le Pontiac a beaucoup à offrir aux amoureux des grands espaces, de chasse et de pêche, de randonnée et de cyclotourisme.

Sur le Cycloparc PPP, aménagés sur une ancienne voie ferrée, les amateurs de vélo pourront pédaler sur 92 kilomètres, en terrain assez plat, tout en admirant les beautés des paysages, des champs, des forêts et de la rivière des Outaouais.

Au Parc Aventure des Chutes Coulonge, à Manfield-et-Pontiac, une forêt de pins blancs romantiques accueille les visiteurs. Les plus aventureux ne voudront pas rater la brèche qui leur permet de franchir le canyon, pour voir le paysage d'un autre œil, au moins via l'expérience de la Via Ferrata, accrochés le long de la paroi rocheuse, à 600 mètres au-dessus de la rivière.

Région bilingue où se mêlent les cultures anglophone et francophone, le Pontiac est situé à proximité de Gatineau-Québec et de la frontière ontarienne. Il offre un potentiel de développement intéressant pour les entrepreneurs qui souhaitent profiter de ses avantages, tout comme pour les familles qui veulent profiter de la nature, de la tranquillité ainsi que de l'ambiance communautaire sympathique qui y régit. Tous sont les bienvenus sur ce territoire qui gagne à être mieux connu.

Valée-de-la-Gatineau
Avec ses nombreuses provinces et ses 2000 lacs dont certains sont de véritables joyaux, la nature est une force dans la Vallée-de-la-Gatineau. Un de ces lacs, le lac des Tremblés et Un Milieu, est situé au cœur d'un magnifique parc régional, un lieu de production pour profiter des attraits de plein air en famille.

Pas étonnant que le camping, qu'il soit sauvage, familial ou installé avec des tentes suspendues entre les arbres, soit une activité en pleine croissance dans ce coin de l'Outaouais. Les amateurs de kayak, quant à eux, peuvent profiter des eaux vives de la rivière Gatineau, et les cyclistes ont un itinéraire plaisir à parcourir le Villars des Drapeaux, qui s'étend sur 72 kilomètres.

L'été, avec les villages, la population double et l'affluence réanime du territoire. Un marché public débordant de produits locaux est d'ailleurs ouvert chaque vendredi à Gouffreville, pour satisfaire les gourmands.

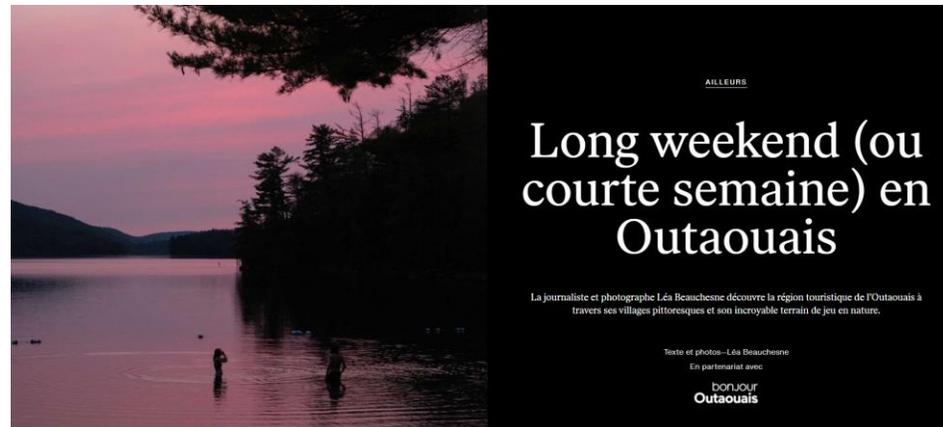
Au-delà du tourisme, les familles, les retraités et les entrepreneurs trouvent dans la Vallée-de-la-Gatineau une belle qualité de vie dans l'une de ses 17 municipalités, au cœur d'espaces verts et de communautés dynamiques, accueillantes et soudées, dont le potentiel de développement est immense.

Le contenu de cet article a été produit en collaboration avec les régions de l'Outaouais.

OUTAOUAIS
tout@outaouais.com

PARTENARIATS AVEC L'ALLIANCE

- Deux chroniques télévisées de six minutes avec Guillaume sans destination à **Salut Bonjour** Québec (été + automne)
- Reprise des discussions concernant les collectifs, Tourisme Outaouais participe à 5 collectifs avec l'Alliance ;
 - Aventure en nature
 - Traditions autochtones
 - Plaisirs d'hiver – Nature
 - Plaisirs d'hiver – Urbains
 - Plaisirs d'hiver – Motoneige
- Un article carnet de voyage culture-nature : escapade de trois jours en Outaouais dans le magazine **Beside**
- Un article sous la forme d'une lettre à l'Outaouais avec **Urbania**
- Un article *L'Outaouais, une destination hivernale incontournable* sur Ici les vacances propulsé par **Radio-Canada**
- **Tour du Québec** : deux articles portrait accompagnés de capsules vidéo



CAMPAGNE DES POURVOIRIES

Concours Pourvoirie - Gagnez votre voyage de pêche en Outaouais

- 8 398 participants
- Le gagnant a choisi de vivre son séjour au Territoire de Chasse et de Pêche Poirier

Partenariat avec Chefs de Bois

- En Outaouais, à Kenauk Nature, dix chefs cuisiniers s'affrontent dans une compétition culinaire des plus sauvages animée par le chef Martin Picard.
- Saison 1 et 2 sont disponibles sur la plateforme Vrai. La première saison a aussi été diffusée à TVA en mars dernier.
- Intégration d'un panneau publicitaire dans chaque émission mettant de l'avant Tourisme Outaouais comme partenaire.



CAMPAGNE DES POURVOIRIES

En collaboration avec la Fédération des pourvoiries du Québec, nous avons fait la mise en ligne d'un microsite web sur les pourvoiries de l'Outaouais. Cette initiative mène les utilisateurs vers de la conversion dans l'objectif d'inciter à la réservation d'un séjour.

Le site permet aux visiteurs de trouver rapidement une pourvoirie en Outaouais selon leurs préférences de chasse et de pêche, le secteur et les activités saisonnières offertes.

- Mis en ligne le 28 mars 2021

Statistiques du 1^{er} avril 2021 au 31 mars 2022 :

- 5 604 pages vues (3 884 français, 1 720 anglais)
- 4 157 utilisateurs (2 887 français, 1 270 anglais)

<https://pourvoiriesoutaouais.com>

The image shows a composite of digital marketing assets for 'Pourvoiries Québec'. At the top left is the website header with the logo 'Pourvoiries Québec' and a featured image of a man in a blue jacket holding a fish, with the text 'Domaine du lac Bryson' and a 'Réserver' button. To the right is a Facebook post from 'Tourisme Outaouais' with the text: 'With its thousands of lakes and impressive variety of fish, the Outaouais is synonymous with abundance! What are you waiting for to come and catch your trophy fish?' and a 'Book now!' button. Below these is a banner for 'LES POURVOIRIES DU QUÉBEC OUTAOUAIS' with the URL 'OUTAOUAISOUTFITTERS.COM' and the text 'Calling All Anglers Outaouais Outfitters'. At the bottom is a large banner for 'Pourvoiries de l'Outaouais' featuring two people in a canoe on a lake, with the text 'Les pourvoiries de l'Outaouais vous attendent ! Réservez votre séjour dès maintenant.' and four small thumbnail images for 'Camps touristiques la Pointe à David', 'Chez Rainville', 'Club de chasse et pêche Lac O'Sullivan', and 'Club de chasse et pêche Stramond'.

PLATEFORMES NUMÉRIQUES



1^{er} janvier au 31 décembre 2021

PAGES VUES 2 112 580

VUES UNIQUES 1 731 452

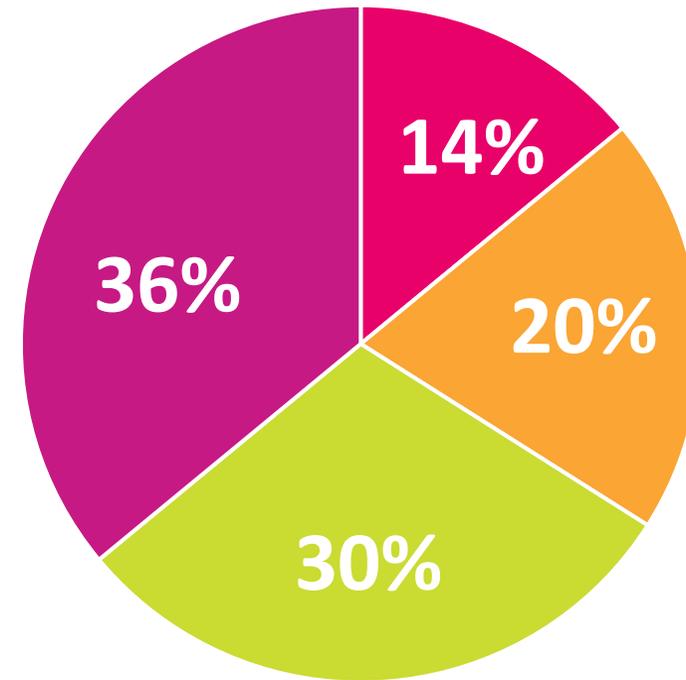
TEMPS PASSÉ 1:46



COMPARATIFS

Augmentation de 11,8 % de 2019 à 2021
Augmentation de 22,6 % de 2020 à 2021

Provenance des utilisateurs



■ Ottawa ■ Montréal ■ Gatineau ■ Autres régions

PLATEFORMES SOCIALES

1^{er} janvier au 31 décembre 2021

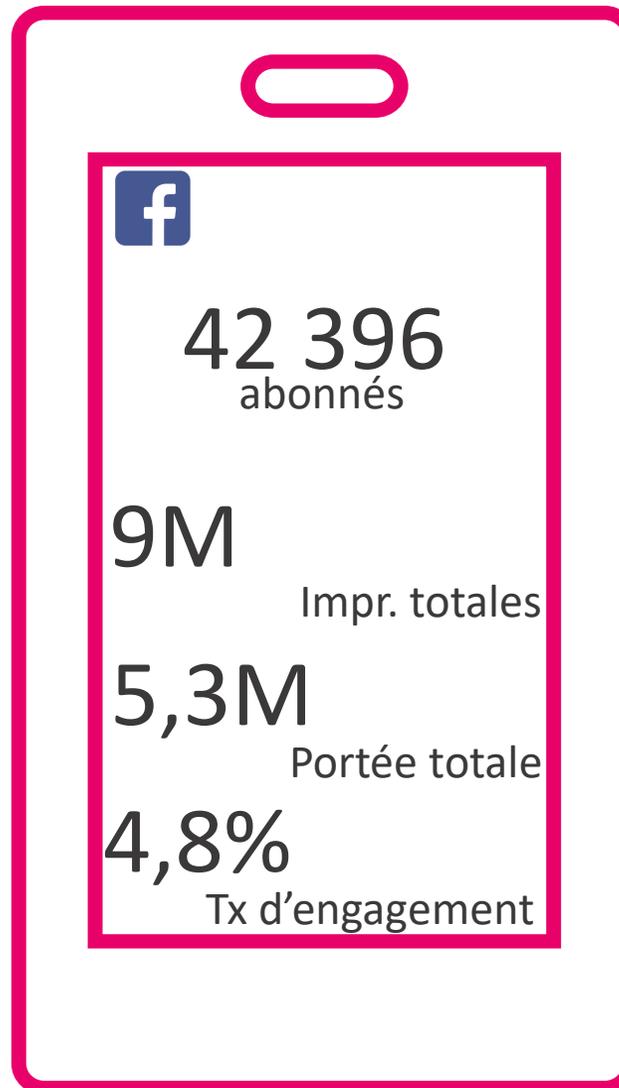
Augmentation notable du nombre d'abonnés des plateformes sociales et atteinte du plus grand nombre d'impressions totales à ce jour sur Facebook.



↑ 14,7%



↑ 21%



1^{er} janvier au 31 décembre 2021

NOMBRE D'ABONNÉS

48 265

TAUX D'OUVERTURE TOTAL MOYEN

23,3%

TAUX DE CLICS TOTAL MOYEN

13,3%

NOUVEAUTÉ

Infolettre mensuelle de type « Quoi faire » et mise en place du blogue mensuel depuis janvier 2022.

OUTAOUAIS

tourismeoutaouais.com



Quoi faire en janvier ?

En ce début d'année, tout y est pour profiter du plein air à fond! Découvrez nos suggestions d'activités parfaites pour prendre l'air en ce mois de janvier.

[Lire le blogue](#)

Nous vous encourageons à consulter et à respecter les consignes de santé publique concernant la [COVID-19](#) ainsi qu'à vérifier la disponibilité des attraits avant votre visite.

PASSE EN MODE
OUTAOUAIS



LA GATINEAU LOPPET : VERSION TOUT INCLUS

La course de ski de fond la plus réputée au Canada vous attend du 18 au 20 février! Grâce à l'expérience Outaouais, vivez cet événement sans dépenser temps et énergie à planifier votre séjour. Choisissez parmi l'un des 5 forfaits et le tour est joué!

[En savoir plus](#)

DES ATELIERS QUI DONNENT SOIF

Participez aux ateliers de dégustation du **Soif - Bar à vin!** En formule virtuelle, explorez des vins rouges d'Italie ou encore des pinots noirs. Chaque atelier comprend des canapés (pour 2 personnes) et trois bouteilles de vin. Le rêve!

[En savoir plus](#)



TOURISME D'AFFAIRES

Le positionnement : LA PROXIMITÉ

Tout est à une proximité inhabituelle à Gatineau et en Outaouais. Aucune région ne peut se vanter d’avoir la capitale nationale dans sa cour arrière.

Et encore moins d’avoir le Parlement et le parc de la Gatineau à seulement 9 km de distance. De la forêt à la ville ou la rivière à la tyrolienne ou au casino. Tout est proche en Outaouais.

Et ça, c’est un luxe qui mérite d’être célébré !



OUTAOUAIS DESTINATION
AFFAIRES

OUTAOUAIS BUSINESS
DESTINATION

OUTAOUAIS GATINEAU
DESTINATION
AFFAIRES

Retour du Programme de soutien aux événements et congrès (PSEC)

Date de l'événement	Réservez avant :	Incitatif	Minimum de nuitées
2022	30 avril 2022	50 \$ / nuitée	40
2023	30 juin 2022	30 \$ / nuitée	40
2024	31 décembre 2022	15 \$ / nuitée	40

Un programme compétitif remanié dans le cadre de la relance du tourisme d'affaires. Contribution maximale 30 000 \$ par événement par organisation.

Réservez votre événement pour deux années consécutives au même endroit en Outaouais avant le 30 avril 2022 et obtenez **jusqu'à 50 \$ la nuitée** pour les deux événements.

Tourisme Outaouais analyse l’opportunité de mettre en place une nouvelle infrastructure de réunions et congrès à Gatineau.

- Les conclusions d’une étude de pré faisabilité (2020-2021) confirment le potentiel pour l’implantation d’un nouveau centre de congrès dans la ville comme un projet urbain structurant, innovant et mobilisant.
 - L’Outaouais accueillait en moyenne plus de 300 événements par année avant la pandémie et Gatineau est dotée d’une capacité d’accueil inférieure à la moyenne des destinations semblables, et donc que les retombées économiques sont moindres que ce qu’elles le devraient.
- Une étude de retombées économiques réalisée par Raymond Chabot Grant Thornton est favorable à la construction d’un nouveau centre de congrès.
- Tourisme Outaouais a consulté le milieu des affaires.
- Tourisme Outaouais a fait des présentations et eu des discussions avec la Ville de Gatineau, le gouvernement provincial et le gouvernement fédéral.
- Il y a eu l’actualisation de l’étude de pré faisabilité d’un nouveau centre congrès considérant les impacts de la pandémie sur le tourisme d’affaires, les coûts de construction et la proposition d’un modèle de financement (privé, municipal, provincial, fédéral).
- Le projet fut aussi mis de l’avant lors de la consultation pré budgétaire avec Randy Boissonnault, ministre du Tourisme et ministre associé des Finances du Canada.

ACTIONS EN TOURISME D'AFFAIRES

Journée nationale du tourisme d'affaires

- 24 et 25 mars 2021 (événement virtuel)
- Partenaires impliqués : Fairmont Le Château Montebello, Four Points by Sheraton Hotel et Ramada Plaza
- 168 visiteurs pour l'ensemble des partenaires

Canadian Meetings & Events EXPO (CMEE)

- 18 et 19 octobre 2021 à Toronto
- Premier événement en présentiel depuis mars 2020
- Partenaires impliqués : Square Old Chelsea
- 40 visiteurs

Représentations

- MPI Prix Prestige Awards Gala (virtuel)
- CSAE Annual Conference (virtuel)
- PCMA AGM, Awards & Dinner (Ottawa)
- MPI Ottawa's Festive Event (Ottawa)



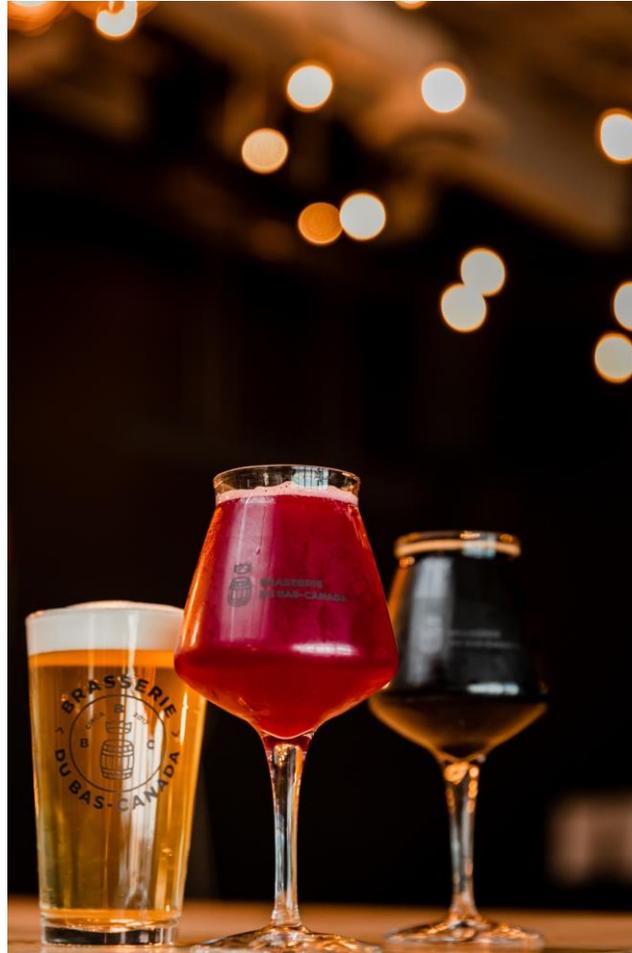
TOURISME GOURMAND



TOURISME GOURMAND

Le tourisme gourmand, c'est :

- **62** restaurants incluant les bars, dont **15** plaisirs gourmands sur la route des Chemins d'eau
- **13** artisans gourmets
- **4** autocueillettes
- **5** cabanes à sucre
- **5** marchés publics
- **4** microbrasseries et distilleries
- **2** vignobles



IDENTITÉ CULINAIRE – Réalisation du plan d'action

Mise en place d'un comité régional sur l'agrotourisme et tourisme gourmand constitué d'acteurs régionaux et de représentants de l'industrie (un producteur et un restaurateur).

Octroi d'un financement de l'Entente sectorielle bioalimentaire de l'Outaouais de 75 000 \$, soit 50 % des coûts liés à la réalisation d'un diagnostic et recommandation auprès de 40 entreprises agrotouristiques qui souhaitent bonifier l'expérience du visiteur (appel d'offres présentement en cours pour trouver un consultant).

Nature à table

- Présentation des recommandations des 4 pourvoies visées par la démarche d'accompagnement pour bonifier l'offre gourmande.
- Mise en place d'un fonds avec la Fédération des pourvoies du Québec pour financer la mise en place des recommandations (en cours).
- Préparation d'un événement pour le lancement de l'initiative (prévu le 4 juin 2022).
- Soutien de l'événement Rendez-vous des Saveurs via le PMAST.
- Soutien de l'événement J'aime ma terrasse via le PMAST (prévu pour mai 2022).

NATURE À LA TABLE : PROJET-PILOTE

Nature à la table est une initiative qui vise à promouvoir les produits de la chasse, de la pêche et des produits forestiers non ligneux, dans les pourvoiries de l'Outaouais. Le lancement de ce programme a eu lieu à la fin mars.

La mise en valeur de ces produits représente une opportunité intéressante à explorer pour les pourvoiries. L'idée n'est pas d'essayer d'en faire un produit d'appel, mais plutôt d'offrir la possibilité, notamment aux chasseurs et aux pêcheurs débutants, de découvrir comment apprêter le poisson et le gibier, enrichir l'expérience touristique et créer des moments magiques et mémorables en famille et entre amis.

Afin d'accompagner les pourvoyeurs dans cette direction, le projet sera déployé en quatre phases sur une période de 18 mois :

- Phase I : acquisition de connaissances dans un contexte similaire et comparable aux pourvoiries;
- Phase II : plan d'action pour le déploiement de projets-pilotes dans trois pourvoiries;
- Phase III : accompagnement de ces pourvoiries pour la mise en œuvre de projets-pilotes;
- Phase IV : rédaction d'un rapport, identification des opportunités de développement et de partenariats pour les pourvoiries et présentation des résultats aux pourvoyeurs.

Partenaires dans ce projet : la Fédération des pourvoiries du Québec, la Société du réseau Économusée, l'Association de l'Agrotourisme et du Tourisme Gourmand et Tourisme Outaouais

SOIRÉE SUCRÉE

- Le 31 mars a eu lieu la Soirée sucrée à l'Érablière St-Germain , un événement organisé par Tourisme Outaouais.
- Cette initiative nous a permis d'unir nos forces avec les producteurs d'érable et nos partenaires d'industrie afin de célébrer en grand l'ouverture des cabanes à sucre après deux ans de fermeture.
- Le chef invité Nicolas Lacroix du restaurant Le Rituel, accompagné de Véronique Lortie Bourgeois de l'Érablière St-Germain, étaient aux rênes de la cabane à sucre pour concocter un repas gastronomique de 4 services. La musique folklorique et entraînante du groupe La Tuque Bleue ainsi qu'un cocktail signature à la liqueur d'érable d'Artist in residence offraient une belle ambiance festive.
- L'événement fut un succès ! Les deux tablées disponibles étaient complètes et c'est un total de 260 participants qui ont pu profiter de cette magnifique soirée.



ÉQUIPE DE TO



DIRECTION



JULIE KINNEAR

Présidente-directrice générale



ANDRÉ GROULX

Directeur - événements d'affaires
et développement



LYNE AUBÉ

Directrice - finances et
administration



MARIE-DOMINIQUE BOUCHER

Directrice - marketing et partenariats
stratégiques

ADMINISTRATION ET COMMUNICATIONS



CHRISTINE CECELE
Technicienne comptable



MARTINE DESCHÊNES
Gestionnaire – administration et
affaires corporatives



ÉLISE ROBILLARD
Gestionnaire – communications
corporatives et relations publiques

MARKETING



ANNIE LÉVEILLÉE

Déléguée - événements d'affaires
et médias touristiques



MARILYN SAVOIE

Gestionnaire marketing



ÉMILIE VALLÉE

Gestionnaire marketing



ÉRIC BOYER

Coordonnateur web et
infographiste



CAMILLE LABONTÉ

Conseillère – contenu numérique
(remplacement congé maternité)



CHLOÉ BARRETTE LABONTÉ

Coordonnatrice – ventes et
marketing



CHRISTINE MAILHIOT

Conseillère marketing



MAXIME NICKNER

Concepteur-rédacteur



CAMILLE BARIL-LAFLAMME

Coordonnatrice – ventes et
marketing

ÉVÉNEMENTS D'AFFAIRES ET DÉVELOPPEMENT



GILLIANE CYR
Conseillère – développement
stratégique



BETSABE CHAIRES WENCES
Conseillère – service aux
entreprises touristiques



EMERSON VALESCO
Gestionnaire principal – ventes et
commercialisation



MATHIEU DIOTTE
Chargé de projets



TRACY CAMPBELL
Déléguée - événements d'affaires



VÉRONIC GAUTHIER
Coordonnatrice – relations
partenaires



MELISA VAZQUEZ CORTINA
Gestionnaire – services à la
clientèle



NATACHA CARRIÈRES
Chef des conseillers en séjour
(Montebello)

EXPÉRIENCE OUTAOUAIS+



ANNE MALOUIN
Agente de voyages



LÉONY HUARD
Conseillère en voyage

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Représentants du territoire de la Vallée-de-la-Gatineau

Tina Heafey et Michel Merleau

Représentants du territoire de Papineau

Véronique Filion et Simon Trudeau

Représentantes du territoire des Collines-de-l'Outaouais

Lélia Bâcle-Mainguy et Amélie Rocheleau Leclair

Représentantes du territoire du Pontiac

Brittany Morin et Chantal Lair

Représentants de l'agglomération de Gatineau

Michèle Canto et Patrick Lamy

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

Hélène Léger

Administratrice cooptée

Marie-Josée Beaulieu

Observateur désigné par la ville de Gatineau

Mario Aubé

Comité exécutif

Lélia Bâcle-Mainguy
Présidente

Michel Merleau
Vice-président

Brittany Morin
Secrétaire-trésorière

COMITÉS DU CA

Comité de gouvernance

Lélia Bâcle-Mainguy, Véronique Filion et Amélie Rocheleau Leclair

Comité de vérification et de finance

Michèle Canto, Tina Heafey et Brittany Morin

Comité du membership

Véronique Filion et Chantal Lair

Comité de mise en nomination

Tina Heafey et Amélie Rocheleau Leclair

Comité du fonds de développement touristique

Michèle Canto

Comité ressources humaines

Lélia Bâcle-Mainguy, Marie-Josée Beaulieu et Michel Merleau

Comité pour l'évaluation de la présidence-direction générale

Lélia Bâcle-Mainguy, Marie-Josée Beaulieu et Michel Merleau

Comité de la planification stratégique

Michèle Canto, Tina Heafey, Véronique Filion, Lélia Bâcle-Mainguy et Michel Merleau

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

Lélia Bâcle-Mainguy et Hélène Léger

Association touristique régionale Outaouais

Pour la période du 1^{er} avril 2021 au 31 mars 2022

Bilan financier sommaire

REVENUS

Revenus du secteur public

Total - Gouvernement du Québec	2 357 314 \$
Total - Gouvernement du Canada	646 926 \$
Total - Gouvernance régionale	399 506 \$
Total - Gouvernance locale	495 000 \$

Revenus engagés sur la taxe sur l'hébergement

Total de la taxe sur l'hébergement	2 399 668 \$
------------------------------------	--------------

Total - Revenus publics	6 298 414 \$
--------------------------------	---------------------

Revenus du secteur privé

Total des revenus des partenaires privés	200 535 \$
Autres revenus de gestion	12 403 \$

Total - revenus du secteur privé	212 938 \$
---	-------------------

TOTAL DES REVENUS (correspondant aux états financiers vérifiés)	6 511 352 \$
--	---------------------

DÉPENSES

Accueil	384 522 \$
Soutien et développement de l'offre	1 986 747 \$
Promotion	3 250 705 \$
Administration, information, service aux membres	792 502 \$
Autres	6 300 \$

TOTAL DES DÉPENSES (correspondant aux états financiers vérifiés)	6 420 778 \$
---	---------------------

Bénéfice ou (insuffisance)	90 574 \$
-----------------------------------	------------------