



DESTINATION  
Beauce

RAPPORT ANNUEL 2019

# DESTINATION BEAUCE

---

# «SOYEZ DE FIERES AMBASSADEURS DE LA BEUCE»

- Gaétan Vachon

BILAN 2019

## MOT DU PRÉSIDENT



Chers ALLIÉS,

Chers partenaires,

C'est avec une immense fierté que notre organisation complète sa quatrième année d'opérations. Ce fut encore une fois cette année, un immense honneur et un privilège pour moi d'assumer le rôle de Président de cette organisation dynamique qui fait rayonner l'industrie touristique de la Beuce et les entreprises d'ici. Ceci dit, sans un conseil d'administration dédié et une équipe active rien de tout ça ne serait possible, merci à vous tous pour votre excellent travail !

Destination Beuce joue un rôle important dans le développement touristique de la région. Par les différentes campagnes promotionnelles novatrices mises en place mais aussi par la création de projets structurants, tel la *Route de la Beuce*, nous voyons chaque année la région gagner en notoriété auprès des visiteurs. Qui d'entre vous a profité de la première édition de la *Semaine de l'Érable* ou de la première édition de la *Tournée des Grands Ducs* ?

Je ne pourrais conclure cette année sans souligner une fois de plus, le travail acharné de nos entreprises. Chaque jour, elles se dévouent pour faire vivre la meilleure expérience qui soit aux visiteurs et ainsi faire connaître l'offre touristique de la Beuce. Nous irons à leur rencontre cet hiver afin d'encore mieux les appuyer dans leurs efforts et préparer notre prochaine planification stratégique 2021-2024. À l'automne, nous travaillerons à tirer le bilan des actions inscrites à la première planification stratégique et je peux dès maintenant vous souligner ma fierté lorsque je vois l'adhésion des ALLIÉS à l'organisation, la collaboration entre les différents secteurs de la Beuce mais aussi la notoriété acquise sur différents marchés au fil des dernières années.

En terminant, je vous invite devenir ou demeurer un ambassadeur de la région. Soyons fiers des produits touristiques de qualité que nous avons et tous ensemble faisons rayonner la Beuce !

*Gaétan Vachon*  
Maire de Sainte-Marie

BILAN 2019

# MOT DE LA DIRECTRICE



L'année 2019 en fut une empreinte de changements, de projets et de vision pour notre organisation. En effet, nous sommes à compléter le plus grand projet structurant touristique de la région, la *Route de la Beauce* et déjà, nous envisageons la phase 2!

Avec de nouvelles ressources dynamiques qui se sont greffées à l'équipe dans la dernière année, nous avons des projets novateurs qui ont vu le jour, des campagnes de promotion repensées afin de positionner la région comme une destination, mettre de l'avant nos ALLIÉS et leur ingéniosité.

Également, nous avons eu la chance d'être les porteurs du dossier de la création du *drapeau beauceron*, de savoir ce dernier maintenant présent à l'Assemblée nationale est une grande fierté pour l'équipe !

En 2019, nous avons aussi réuni nos ALLIÉS autour de formations sur mesure afin de mieux les outiller, que ce soit les formations pour les guides accompagnateurs ou la seconde cohorte de l'«*Alliance beauceronne de co-développement en tourisme*». Nous nous sommes taillé une réputation enviable auprès des voyageurs, congressistes et touristes dans les dernières années, c'est pour notre organisation une façon de soutenir nos ALLIÉS et les propulser encore plus loin !

En 2020, une campagne de promotion majeure pour le tourisme d'affaires est en branle, soyez prêts ! L'équipe prépare aussi une vaste consultation publique afin de sonder les entreprises touristiques de chacune des municipalités pour la rédaction de la prochaine planification stratégique de l'organisation. Nous voulons savoir comment nous pouvons mieux appuyer nos ALLIÉS, quels sont les besoins dans la région et ainsi, qui sait, quel sera le prochain projet touristique majeur à voir le jour !

L'équipe est solide, mordue de tourisme et passionnée de la Beauce ! Nous sommes fières de travailler pour et avec chacun d'entre vous, votre passion, votre authenticité et votre audace nous portent ! MERCI d'être de précieux ALLIÉS et partenaires.

*Marie-Émilie Stater Grenon*



## ADMINISTRATEURS DE LA MRC BEAUCE-SARTIGAN



De gauche à droite

Martin St-Laurent | [Mun. St-Simon-les-Mines](#)

Hélène Latulippe | [Conseil économique de Beauce](#)

Francis Rancourt | [Grand Prix Cycliste de Beauce](#)

## ADMINISTRATEURS DE LA MRC ROBERT-CLICHE



Ghislaine Doyon | [Mun. St-Jules](#)

Jean-Yves Goulet | [La Bleuetière Goulet](#)

Marie-Ève Poulin | [NRJ SPA Nordique](#)

## ADMINISTRATEURS DE LA MRC NOUVELLE-BEAUCE

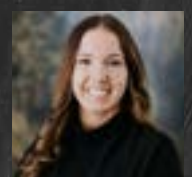


Gaétan Vachon | [Ville de Ste-Marie](#)

Nathalie Poulin | [La Cabane à Pierre](#)

Jean-François Dion | [Aux fruits de la Colline](#)

## L'ÉQUIPE DE DESTINATION BEAUCE



Laurence Nadeau-Larochelle |

[Agente de développement touristique](#)

Élixa Leblond-Fortin |

[Agente de promotion et contenu](#)

Fabienne Perreault |

[Chargée de projet](#)

# LA GESTION DE L'OBNL

ASSURER UNE GESTION SAINTE ET INNOVANTE DE L'ORGANISATION

- »»» Augmentation de la part du milieu dans les revenus (via les campagnes de promotion et d'autres investissements par des commanditaires/partenaires, etc.).
- »»» Bonification de la politique de membership où les ALLIÉS bénéficient de privilèges notoires, d'avantages tarifaires et de 4 partenariats médias (promotion spéciale avec le code Destination Beauce).
- »»» Poursuite du démarchage et des rencontres avec les entreprises pour faire connaître les services de Destination Beauce afin d'élargir le réseau des ALLIÉS.
- »»» Implantation de structures visant l'amélioration de notre mission de leader pour les entreprises touristiques afin de mieux les appuyer dans des projets de développement et en mobilisant les acteurs autour de projets de promotion et de formations (Alliance beauceronne de co-développement en tourisme, campagnes promotionnelles concertées, formation de guides-accompagnateurs, etc.).

NOMBRE D'ALLIÉS  
DANS LA BEAUCE

51   
2018 | 52

24   
2018 | 22

67   
2018 | 58

NOMBRE  
D'ENTREPRISES QUI  
ADHÈRENT D'UNE  
AUTRE FAÇON (SITE  
INTERNET ou CARTE  
TOURISTIQUE

10   
2018 | 16

1   
2018 | 5

8   
2018 | 16

RÉSEAU TOTAL DE  
DESTINATION BEAUCE

161   
2018 | 169

ENTREPRISES  
TOURISTIQUES  
RECENSÉES EN BEAUCE

210   
2018 | 280

\*selon le nouveau recensement 2020

REVENUS

PART DU MILIEU | 155 671\$ <sup>33 %</sup>  
CONTRIBUTION DES MRC | 309 783\$ <sup>67 %</sup>

DÉPENSES

GESTION | 148 927\$ <sup>36 %</sup>  
COMMUNICATION | 4669\$ <sup>1 %</sup>  
PROMOTION | 134 959\$ <sup>33 %</sup>  
ACCUEIL | 43 324\$ <sup>11 %</sup>  
SOUTIEN AUX ENTREPRISES | 12 296\$ <sup>2 %</sup>  
LA ROUTE DE LA BEAUCE | 70 845\$ <sup>17 %</sup>

CRÉDIT PHOTO : CAROLINE FOURNIER



# LA COMMUNICATION

## DÉVELOPPER UNE CULTURE TOURISTIQUE DANS LA RÉGION

- »»» Informer la population (incluant les médias, partenaires, CPE, CSBE, les citoyens en général) ainsi que la communauté touristique de l'offre régionale et de la performance touristique globale de la Beauce.
- »»» Faire connaître le tourisme comme un secteur d'activité important pour le développement régional auprès de différents intervenants (gens d'affaires, chambres de commerce, etc.)
- »»» Améliorer le sentiment d'appartenance à l'industrie touristique chez les entreprises qui la composent
- »»» S'impliquer dans le milieu afin de démontrer l'importance de l'environnement, des espaces urbains et de l'ouverture face aux événements novateurs.

### NOS ACTIONS EN BREF :

- »»» Suite de la formation «*L'Alliance de co-développement en tourisme*» s'échelonnant sur 10 mois et début d'une deuxième cohorte regroupant 7 nouveaux entrepreneurs.
- »»» 12 bulletins d'information aux membres et partenaires «*Vos nouvelles touristiques*» traitant de divers sujets reliés à l'industrie touristique, par exemple : les grandes tendances en tourisme, statistiques diverses, actualités régionales, invitation spéciale aux gens de l'industrie, etc.
- »»» 2<sup>ième</sup> édition de la remise de prix au Noël du tourisme, nouvelle catégorie «*Coup de coeur*» et catégorie «*Collaboration/innovation/relève touristique*».
- »»» Appui au développement de projets des chambres de commerce mettant en vedette les entreprises touristiques ou faisant rayonner la région (*Grand Rallye RH de la Nouvelle-Beauce, Gala de l'entreprise beauceronne, accompagnement Salon de l'emploi de Montréal, etc.*)
- »»» Destination Beauce, finaliste dans la catégorie «*Mention site Internet*» aux *Grands Prix du Tourisme Desjardins de la Chaudière-Appalaches 2019*.
- »»» 3 capsules radiophoniques hebdomadaires «*Tant qu'à faire en Beauce*»
- »»» Création d'une section blogue sur le site web de Destination Beauce. Rédaction d'un blogue par semaine par l'équipe.
- »»» 2 activités de réseautage (juin et décembre)
- »»» 1 cahier pour les camps de jours et la CSBE
- »»» Développement, promotion, vente et lancement du «*Drapeau Beauceron*» en collaboration avec les Députés de la région.

De gauche à droite :

M. Samuel Poulin  
Député de Beauce-Sud  
M. Maxime Bernier  
Député fédéral de Beauce  
M. Jonathan V. Bolduc  
préfet de la MRC R-Cliche  
M. Normand Roy  
préfet de la MRC B-Sartigan  
Mme. Marie Slater  
Destination Beauce  
M. Gaéтан Vachon  
préfet de N-Beauce

Au lancement du drapeau beauceron le 15 août 2019 au Verger et cidrerie les Roy de la Pomme.



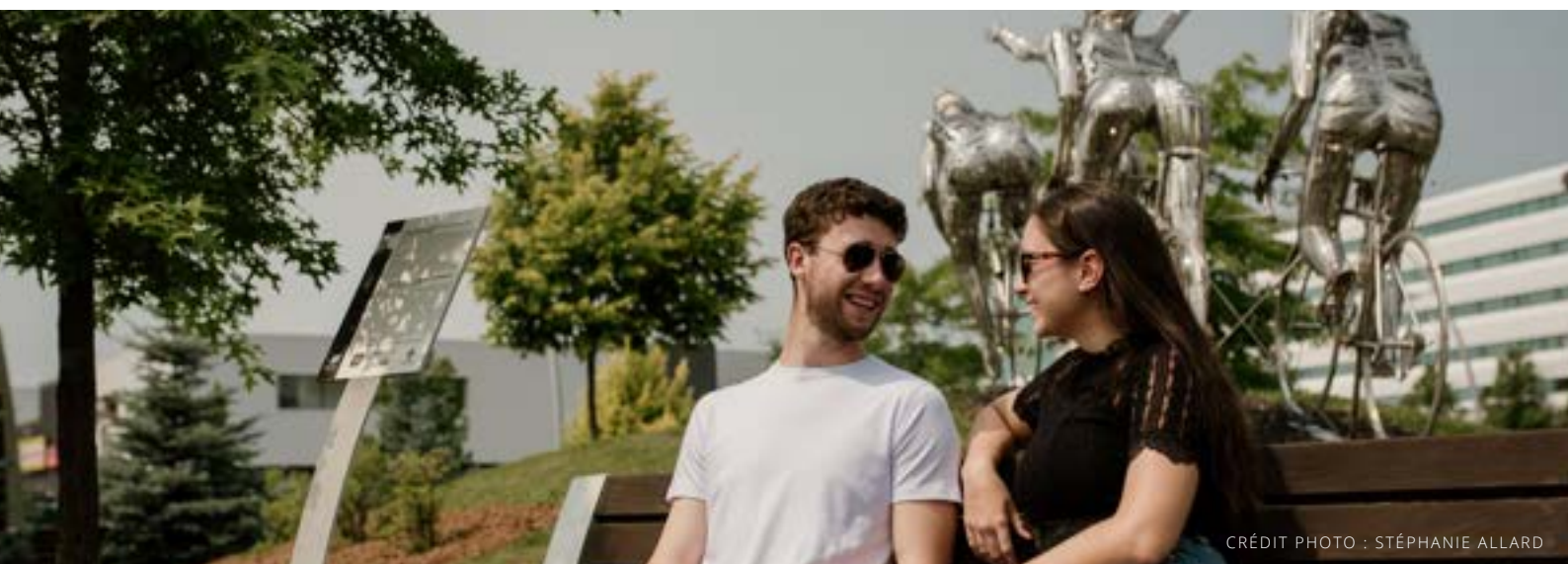
# LA PROMOTION

AUGMENTER L'ACHALANDAGE TOURISTIQUE

## QUELQUES EXEMPLES D' ACTIONS MARKETING

- » Infolettre (9 170 abonnés augmentation de 3% comparativement à 2018)
- » Affichage d'autoroute (Autoroute 20 Est/Ouest au centre-ville de Québec)
- » Affichage sur le réseau d'autobus de ville du RTC et STLévis
- » Publicités radio (O101.5, MIX 99.7 et 102.9)
- » Télévisions régionales Axion TV et NousTV
- » Promotion Facebook
- » Promotion Instagram
- » Envois de communiqués de presse
- » Entrevues radio (O101.5, MIX 99.7 et Énergie 98.9)

	2016	2017	2018	2019
Investissement total	90 200\$	133 269\$	130 500\$	131 059\$
Taux de participation	19%	15%	18%	28%*
*basé sur le nouveau recensement des entreprises touristiques 2020				
Nombre d'entreprises différentes participantes	+/- 53	+/- 60	+/- 52	+/- 60
Nombre d'entreprises participantes	+/- 70	+/- 95	+/- 68	+/- 115



CRÉDIT PHOTO : STÉPHANIE ALLARD

- » Campagne Hiver 2019
- » «*La semaine de l'Érable*» 2019 - 1ère édition
- » Campagne du Temps des sucres 2019
- » Campagne concertée de mai à décembre 2019 Beauce|Lotbinière|Thetford - «*Partez à l'aventure*»
- » Campagne été 2019 - «*À vivre pour vrai*»
- » Campagne «*Les Portes ouvertes de la Beauce*» - 2ième édition
- » Campagne automnale 2019
- » La «*Tournée des Grands Ducs*» 2019 - 1ère édition
- » Campagne hivernale «*Féerie des Fêtes en Beauce*»

# LA PROMOTION (SUITE)

QUELQUES CAMPAGNES

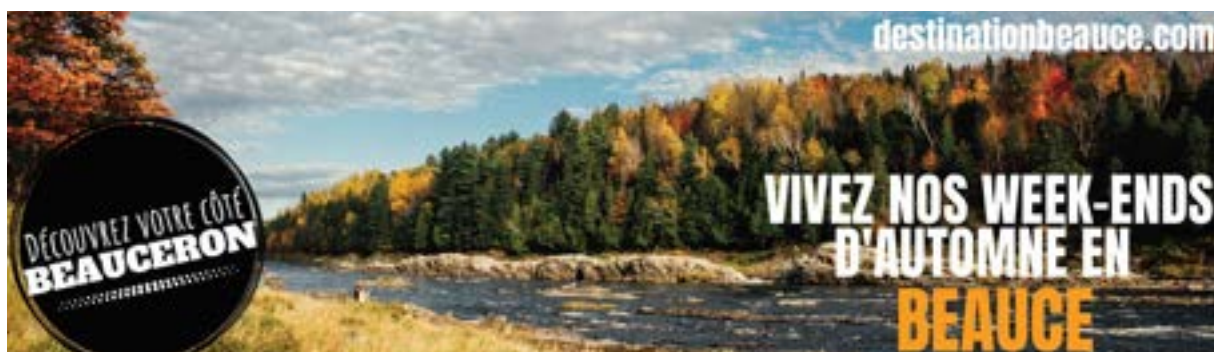


CRÉDITS PHOTOS : CAROLINE FOURNIER

La Semaine de l'Érable 2019 - 1ère édition



Affichage sur le réseau de transport du RTC et RTLévis



# LA PROMOTION (SUITE)

## REPRÉSENTATION DE LA RÉGION ET ADHÉSION

- » 2 salons de l'Association des professionnels de congrès du Québec (Mtl et Qc)
- » Bourse Bienvenue Québec édition Québec (pour les groupes)
- » Foire de l'emploi de Beauce-Nord
- » Salon MERCI (en collaboration avec le Georgesville et la Cache à Maxime)
- » Salon les Clefs D'or de Québec (en collaboration avec le Woodooliparc)
- » Salon des Grands Voyageurs de Sherbrooke
- » Salon du Voyage de Boislard Poirier à St-Hyacinthe
- » +/- 10 Présentation de la région aux immigrants, nouveaux travailleurs et étudiants potentiels en collaboration avec le CJE Beauce-Sud, CCINB et le Cégep Beauce-Appalaches.

COUP DE  PROMO 2019

CRÉDITS PHOTOS : FRED VACHON



La Tournée des Grands Ducs 2019 - 1ère édition, 44 participants | Taux de satisfaction 92.9%

## QUELQUES JOURNALISTES/VISIBILITÉ

- » La p'tite fourchette | 5 activités familiales à faire cet été en Beauce - En ligne
- » GO-VAN | Les meilleurs spots du Québec pour apprécier La Van Life automnale - En ligne
- » Le Journal de Montréal | 10 escapades familiales abordables pour les Fêtes - En ligne
- » Plusieurs visibilités ciblées pour nos entreprises (Miller Zoo, Woodooliparc, Cache à Maxime, etc.)

## AUTRES ACTIONS PROMOTIONNELLES IMPORTANTES

- »»» 2 séances de photos professionnelles
- »»» Tournage d'un vidéo d'inspiration pour la Route de la Beauce (collaboration avec TCA)
- »»» Création d'un kiosque d'exposition pour les salons et la représentation

CRÉDIT PHOTO : STÉPHANIE ALLARD





# CONGRÈS ET GROUPES

L'ACHALANDAGE TOURISTIQUE DE LA CLIENTÈLE D'AFFAIRES ET LES VOYAGISTES

	2015	2016	2017	2018	2019
Nombre total de congrès & d'événements ayant générés 40 nuitées et plus	33	43	46	58	58
Séjour moyen en nombre de nuits	4.9	3.28	3	2.9	3.01
Dépenses totales	1 169 715\$	1 525 670\$	2 063 420\$	1 836 528\$	1 970 041\$

» Par rapport à 2018, l'achalandage était identique en 2019 pour 14% des répondants et en hausse pour 66% des répondants pour un total de 80% ! \*

» Par rapport à 2018, les dépenses de la clientèle touristique étaient identiques à 2018 pour 14% et en hausse pour 52% des répondants pour un total de 66% ! \*

## NOMBRE D'AUTOCARS DE GROUPE DANS LA RÉGION

	2016	2017	2018	2019
Nombre de voyageurs accompagnés dans l'organisation d'une visite dans la région et ayant visité la région	0	3	10	14
Nombre de voyages de groupe associatifs et corporatifs accompagnés dans l'organisation d'une visite dans la région ayant générées 40 nuitées et moins et étant venus en Beauce	8	5	4	8
Total d'autocars de groupe dans la région	8	8	14	22

CRÉDIT PHOTO : STÉPHANIE ALLARD



\*Source : Évaluation de la performance touristique pour la saison estivale 2018, secteur Beauce, questions 6 et 7, 21 répondants

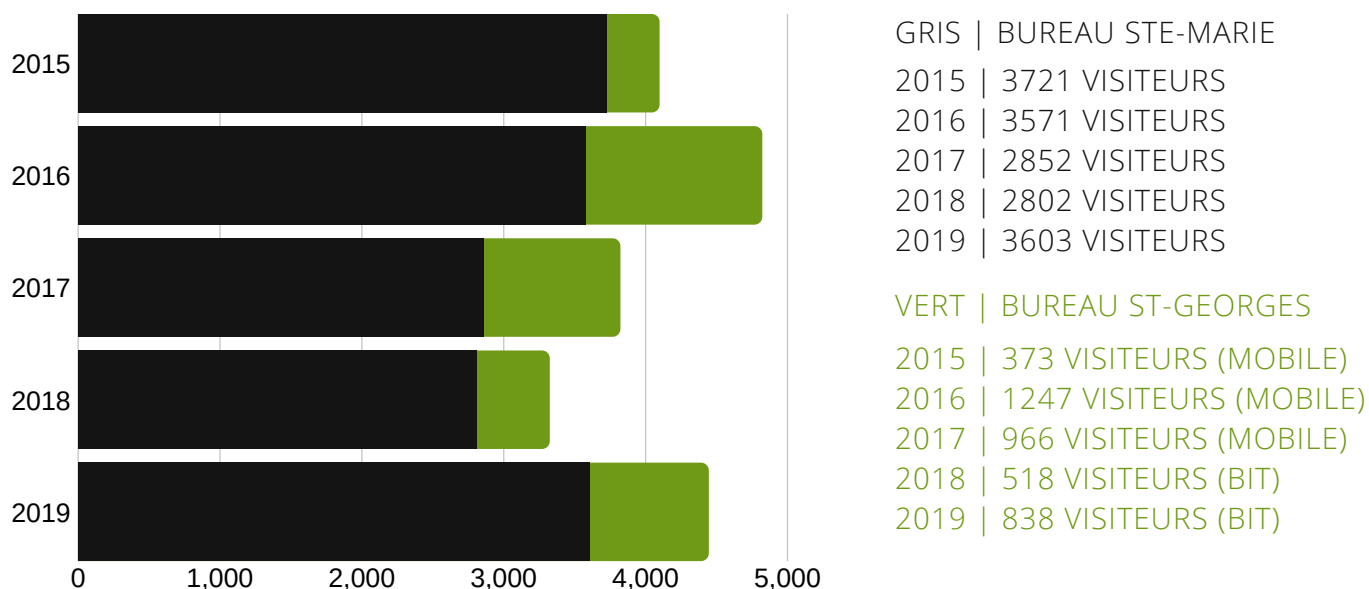
# ACCUEIL ET INFO TOURISTIQUE

## AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'ACCUEIL TOURISTIQUE

- » Tournée sur le territoire (la Virée Beauceronne) - sur 3 jours - 36 sites visités, 21 participants
- » Formation en accueil touristique - 3 formations, 46 personnes
- » Carte touristique de la Beauce - Impression à 27 000 copies
  - Distribution dans 12 lieux d'accueil en Chaudière-Appalaches
  - Distribution dans 5 centres infotouristiques
  - Distribution dans les lieux touristiques en Beauce
- » Opération des 2 Bureaux d'information touristique de la Beauce (BIT) Saint-Georges et Sainte-Marie
- » Organisation des Portes ouvertes de la Beauce le 7 juillet 2019. 30 entreprises participantes et 2 autobus. +/- 70 participants dans les autobus et plus de 2000 participants totaux. Nouveauté en 2019 : rallye-radio en collaboration avec nos partenaires médias.

### OPÉRATION DES 2 BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE DE LA BEAUCE (BIT)

\*\*\* SELON LES STATISTIQUES RECUEILLIES ANNUELLEMENT DU 24 JUIN AU 03 SEPTEMBRE



### OPÉRATION DE PLATEFORMES D'INFORMATION

#### MÉDIAS SOCIAUX



	2016	2017	2018	2019
J'AIME	5168	5836	6210	7100



	2016	2017	2018	2019
ABONNÉS	126	586	997	1325

AUGMENTATION DE 12.5%

AUGMENTATION DE 24.8%

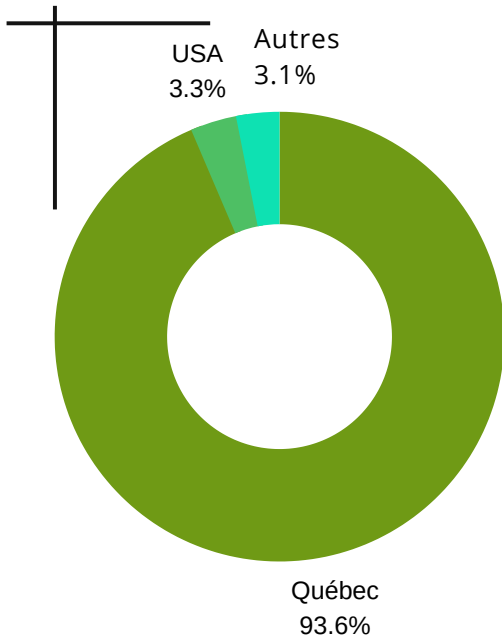
» Création de «Week-ends» personnalisés sur le site web de TCA

-	-	14 860	14 811
---	---	--------	--------

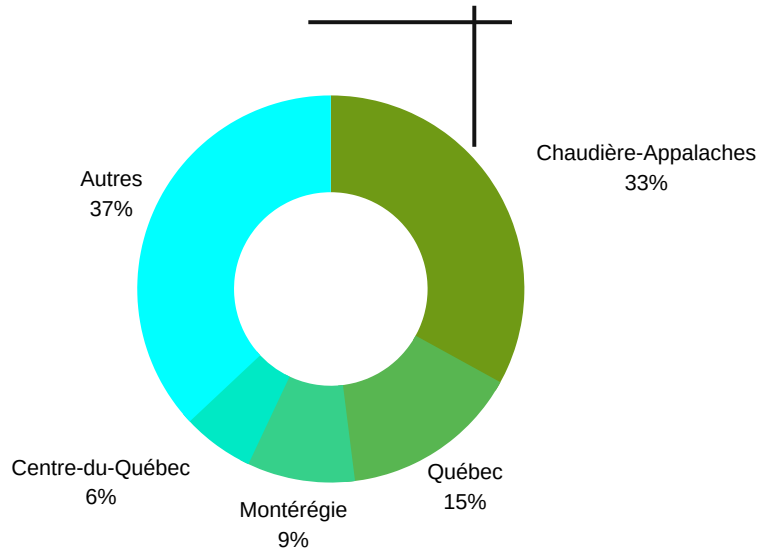
# ACCUEIL ET INFO TOURISTIQUE (SUITE)

VISITEUR TYPE EN BEAUCE 2019

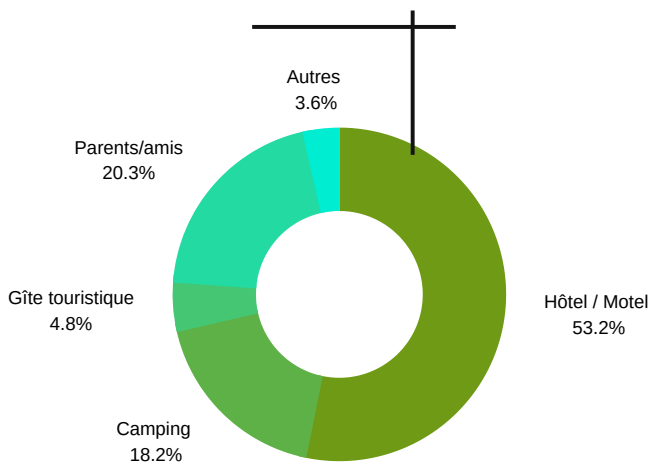
## PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE



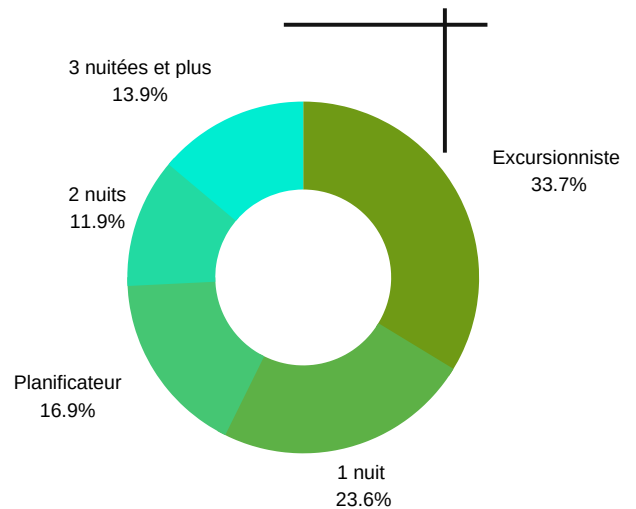
## PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE QC



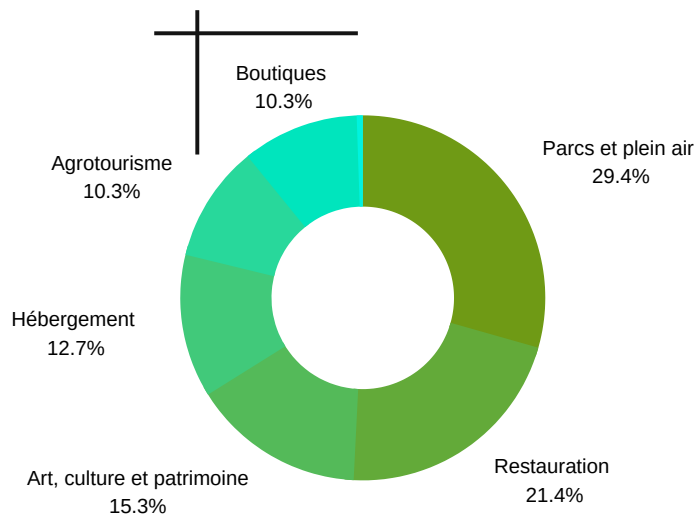
## TYPES D'HÉBERGEMENT



## DURÉE DU SÉJOUR



## ACTIVITÉS RECHERCHÉES



# SOUTIEN AUX ENTREPRISES

CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT ET À LA STRUCTURATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Accompagnement aux entreprises et soutien par :

- » Prêt de matériel promotionnel
- » Pochette d'information touristique et équipe mobile d'information
- » Plan marketing / plan de communication
- » Coordination des acteurs touristiques pour les projets locaux
- » Diffusion des nouveautés et de nouvelles touristiques
- » Appui dans la recherche de financement par la coordination de rencontres avec les bons intervenants socio-économiques du milieu.
- » Distribution de leurs dépliants dans les entreprises de la Beauce
- » Organisation de conférences de presse pour les nouveautés des ALLIÉS (environ 10)
- » Remise de rapports d'activités aux entreprises participantes à la Tournée des Grands Ducs

Coordination des groupes-projets impliquant des acteurs de l'industrie touristique pour structurer l'offre touristique

- » Journée «Portes-Ouvertes» (2ième édition le 7 juillet 2019)
- » Banque de guides accompagnateurs (formation officielle réalisée en mars 2019)
- » La «Semaine de l'Érable» (1ère édition du 11 au 17 mars 2019)
- » La «Tournée des Grands Ducs» (1ère édition le 19 octobre 2019)
- » Création d'un outil «cadeaux corporatifs» regroupant l'offre de nos entreprises
- » 2 activités de réseautage | Lancement de saison au Woodooliparc et Noël du Tourisme à la Cache du Golf

CRÉDIT PHOTO : STÉPHANIE ALLARD



# LA ROUTE DE LA BEAUCE

CHANTIER PHASE 1 2018-2020 | CHANTIER PHASE 2 2020-2022

## ÉTAPES RÉALISÉES EN 2019

- » Installations et mise à jour de 4 relais d'information touristique sur la Route de la Beauce
- » Installation de 95% de la signalisation touristique / panneaux bleus par le Ministère des Transports
- » Dépôt d'une étude concernant la phase 2 et 3 de la Route de la Beauce
- » Réalisation d'un vidéo inspirationnel par GO-VAN en collaboration avec TCA
- » Réalisation d'un second shooting photo professionnel le long de la Route
- » Réalisation d'une série en collaboration avec AxionTV « *Tout près d'ici sur la Route de la Beauce* »
- » Dépôt d'une demande d'aide financière au Ministère du Tourisme pour la réalisation de la phase 2
- » Appel d'offre « *Rédaction des Miracles* » de la Route
- » Embauche de la firme en charge de la rédaction (février 2020)
- » Embauche d'un chargé de projet pour la réalisation de la Phase 2 de la Route de la Beauce (février 2020)

## LE MIRACLE BEAUCERON

« *La Beauce, les Beaucerons et la vallée de la Chaudière évoquent plusieurs images et expressions, dont notamment les Jarrets noirs, l'acériculture, les inondations, l'esprit entrepreneurial, etc. Parmi l'ensemble des thématiques examinées, nous avons retenu celle du **Miracle beauceron**, à la lumière des objectifs ciblés par Destination Beauce et de certains critères que nous avons élaborés, dans une perspective de mise en marché et de positionnement touristique. Ainsi, c'est la thématique du **Miracle beauceron**, qui servira de pierre d'assise au développement conceptuel de la Route de la Beauce. [...] Peu de concepts s'avèrent aussi porteurs que celui du miracle pour frapper l'imaginaire, pour créer des moments magiques, pour amuser, pour intriguer, pour captiver. Le caractère fantastique et ludique du miracle concorde avantageusement avec l'état d'esprit particulier dans lequel se retrouve généralement les touristes : recherche d'expériences insolites, ouverture à l'autre, propension à l'émerveillement, curiosité accrue, etc.* » - MTA Service-conseil

## ÉTAPES SUIVANTES

- » Création du plan marketing et de la campagne de promotion
- » Installation d'un relais d'information touristique à Saint-Gédéon (l'une des 2 portes d'entrée de la Route)
- » Lancement officiel de la Route / inauguration (été 2020)
- » Recherche et rédaction du contenu des «bornes du Miracle»
- » Création physique des «Bornes du Miracle»
- » Rencontre avec les municipalités et les 13 entreprises «du Miracle»
- » Appels d'offres pour les infrastructures
- » Refonte de la formation en accueil touristique «spécial Route de la Beauce»
- » Formation du personnel en accueil touristique des 13 entreprises «du Miracle»
- » Installation des «Bornes du Miracles» (2020-2021 et 2022)
- » Salons et représentations de la Route et du nouveau produit d'appel de la Beauce
- » Créations et installations des équipements ludiques (2020-2021 et 2022)
- » Promotion et recherche de commandites / partenaires financiers (2020-2021 et 2022)

CRÉDIT PHOTO : STÉPHANIE ALLARD





  
DESTINATION  
**Beauce**

DESTINATION BEAUCE  
901 BOULEVARD VACHON NORD  
SAINTE-MARIE, QUÉBEC  
G6E 1M3  
1 877 9BEAUCE  
[WWW.DESTINATIONBEAUCE.COM](http://WWW.DESTINATIONBEAUCE.COM)