

# **RAPPORT ANNUEL 2024-2025**

TOURISME  
**OUTAOUAIS**



# TABLE DES MATIÈRES

<u>Mot de la présidente</u>	p. 3-5
<u>L'association touristique régionale</u>	p. 6-11
<u>Rôle et position dans le paysage touristique</u>	p. 12-20
<u>Services aux membres et visiteurs</u>	p. 21-30
<u>Hébergement</u>	p. 31-34
<u>Programmes et développement</u>	p. 35-42
<u>Tourisme d'affaires</u>	p. 43-51
<u>Marketing</u>	p. 52-74
<u>Campagne annuelle 2024-2025</u>	p. 75-83
<u>Plateformes numériques</u>	p. 84-89
<u>Tourisme gourmand</u>	p. 90-96
<u>Équipe de TO</u>	p. 97-105

## MOT DE LA PRÉSIDENTE

Membres et partenaires de l'industrie touristique,

Alors que nous faisons le bilan de l'année 2024-2025, je souhaite souligner les réalisations et les initiatives qui ont façonné le développement touristique de notre destination cette année. En tant que présidente du conseil d'administration de Tourisme Outaouais, j'ai le privilège de constater au quotidien la passion de l'équipe et l'engagement soutenu de nos partenaires. Ensemble, nous contribuons à renforcer le statut de l'Outaouais comme une destination incontournable.

### Faits saillants 2024-2025

Cette année s'est distinguée par plusieurs changements au sein de notre organisation avec, entre autres, l'arrivée de nouvelles présidente-directrice générale et directrice générale adjointe : des transitions qui ont insufflé un vent de renouveau dans l'équipe. Le projet de doter l'Outaouais d'un nouveau centre de congrès a notamment été relancé à la suite de l'entrée en poste de Geneviève Latulippe en tant que PDG. De nombreux partenaires ont été rencontrés et mobilisés autour du dossier, consolidant ainsi notre position stratégique en matière de tourisme d'affaires, en raison de notre proximité avec Ottawa, et le rôle clé de Tourisme Outaouais dans le développement de ce marché.

À l'hiver, l'équipe de TO a présenté une toute nouvelle initiative gourmande : *L'Outaouais en cuisine*, un concours culinaire qui a mis en lumière le savoir-faire des chefs d'ici, la créativité de la relève et la richesse de nos produits locaux. Nous remarquons un intérêt croissant pour le tourisme gourmand dans la région, et l'équipe continue fièrement de contribuer à la valorisation de l'offre gastronomique de l'Outaouais.

## MOT DE LA PRÉSIDENTE

Les données d'achalandage de l'année démontrent que la fréquentation touristique de l'Outaouais a atteint une belle stabilité, et même un regain : les nuitées réservées dans la région ont connu une hausse de près de 1 % en 2024, et les trois premiers mois de 2025 affichent une progression de près de 9 % (source : [ministère du Tourisme](#)). Ces résultats témoignent d'une attractivité renforcée de notre région, appuyée par des stratégies de promotion bien ciblées et l'amélioration continue de l'expérience visiteur. L'engagement envers le contenu en ligne de TO connaît lui aussi une belle croissance, alors que le nombre d'abonnés sur toutes les plateformes sociales a augmenté (+42,7 % sur Instagram, +8,6 % sur Facebook, +165 % sur TikTok).

Par ailleurs, 2024-2025 a aussi été marquée par le renforcement de notre présence sur plusieurs marchés. Le ralliement d'acteurs clés de Gatineau autour de l'importance du tourisme d'affaires et la poursuite de nos partenariats stratégiques avec Tourisme Ottawa, Air France et Air Canada pour la promotion des vols internationaux directs entre Ottawa et l'Europe en sont quelques exemples. Ces initiatives ont permis d'augmenter la notoriété de l'Outaouais et notre statut de porte d'entrée touristique officielle dans la province de Québec.

### Priorités et perspectives

Pour la prochaine année, TO souhaite continuer de concevoir des initiatives toujours plus pertinentes afin de renforcer la visibilité de notre destination et son développement, tant au niveau du tourisme d'agrément que du tourisme d'affaires. TO a d'ailleurs reçu deux nouvelles aides financières du ministère du Tourisme qui lui permettront d'augmenter les retombées du tourisme d'affaires dans la région et de soutenir la bonification et la résilience de l'offre touristique hivernale. L'équipe poursuivra également ses efforts pour s'outiller davantage en matière d'intelligence d'affaires, d'intelligence artificielle et de développement durable afin de rester à l'affût des besoins des visiteurs, d'innover et de toujours mieux soutenir ses membres.



## MOT DE LA PRÉSIDENTE

Malgré les défis rencontrés depuis les derniers mois, tels que la conjoncture commerciale avec les États-Unis et le contexte économique actuel, des occasions positives se dessinent. Le désir grandissant des Québécois et des Québécoises de (re)découvrir leur province constitue une belle opportunité pour le tourisme local et l'Outaouais est prête à les accueillir à bras ouverts.

Je tiens à remercier sincèrement tous les membres et partenaires de Tourisme Outaouais pour leur engagement constant. Votre collaboration est essentielle à notre succès collectif. Ensemble, nous continuerons de bâtir une offre touristique unique et accueillante.

J'ai très hâte de poursuivre cette belle aventure avec vous tous et l'ensemble de l'équipe de Tourisme Outaouais au cours de la prochaine année.

Bonne lecture !



**Lélia Bâcle-Mainguy**

Présidente du conseil d'administration





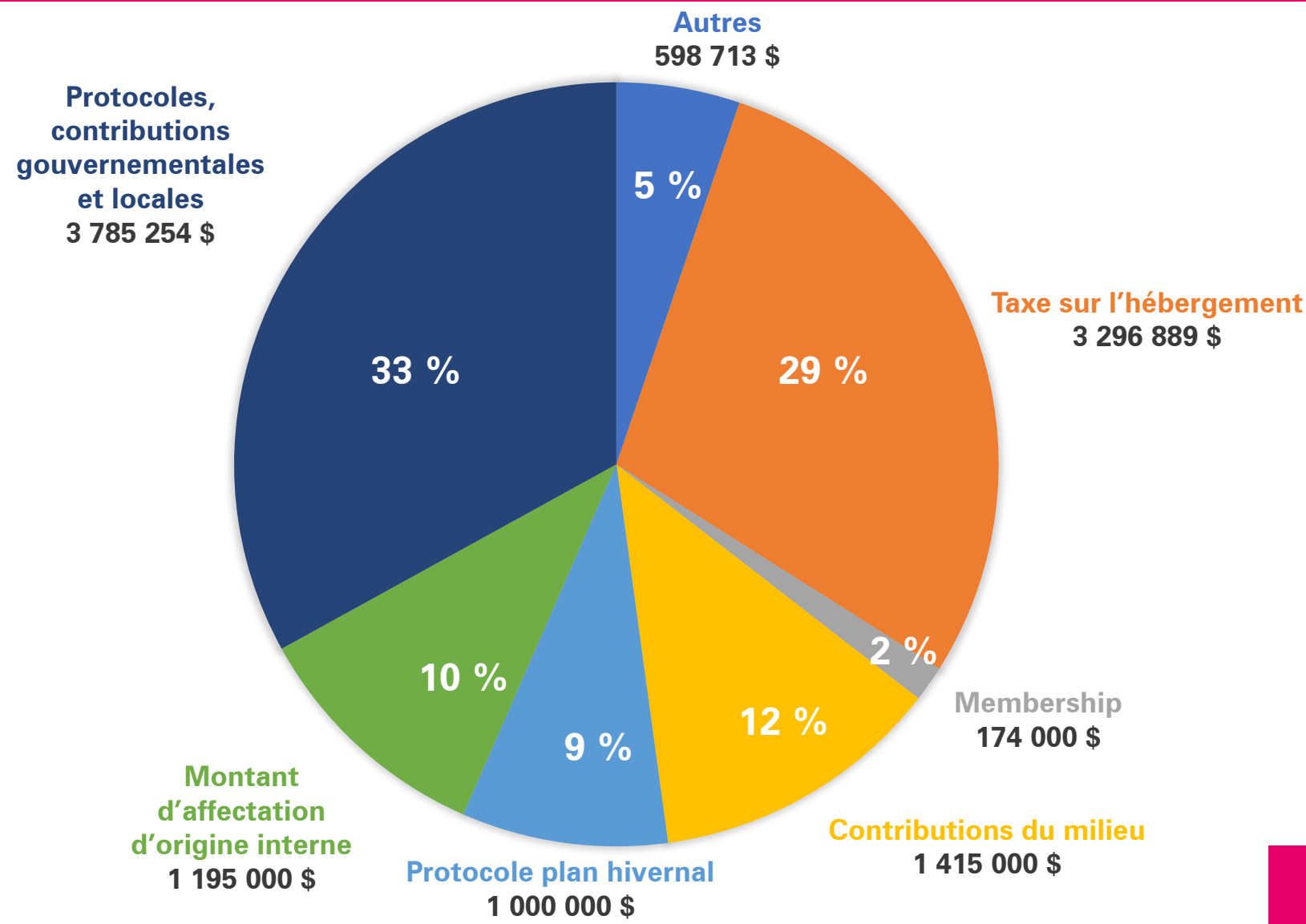
# **L'ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE**



Tourisme Outaouais (TO) a concentré ses efforts autour des six objectifs suivants :

1. Soutenir le développement d'une offre de qualité, durable et distinctive.
2. Mobiliser la région autour d'un leadership inclusif et de partenariats stratégiques pertinents.
3. Positionner l'Outaouais comme destination de premier choix.
4. Développer et structurer l'offre d'affaires afin d'attirer les clientèles et les événements dans notre région.
5. Continuer de rehausser l'expérience des visiteurs, des membres et la valeur du membership.
6. Soutenir les solutions à l'attraction, au développement des compétences et à la rétention de la main-d'œuvre.
7. Mettre en place des solutions afin d'améliorer l'efficacité et la protection des données de l'organisation.

# BUDGET ANNUEL 2024-2025

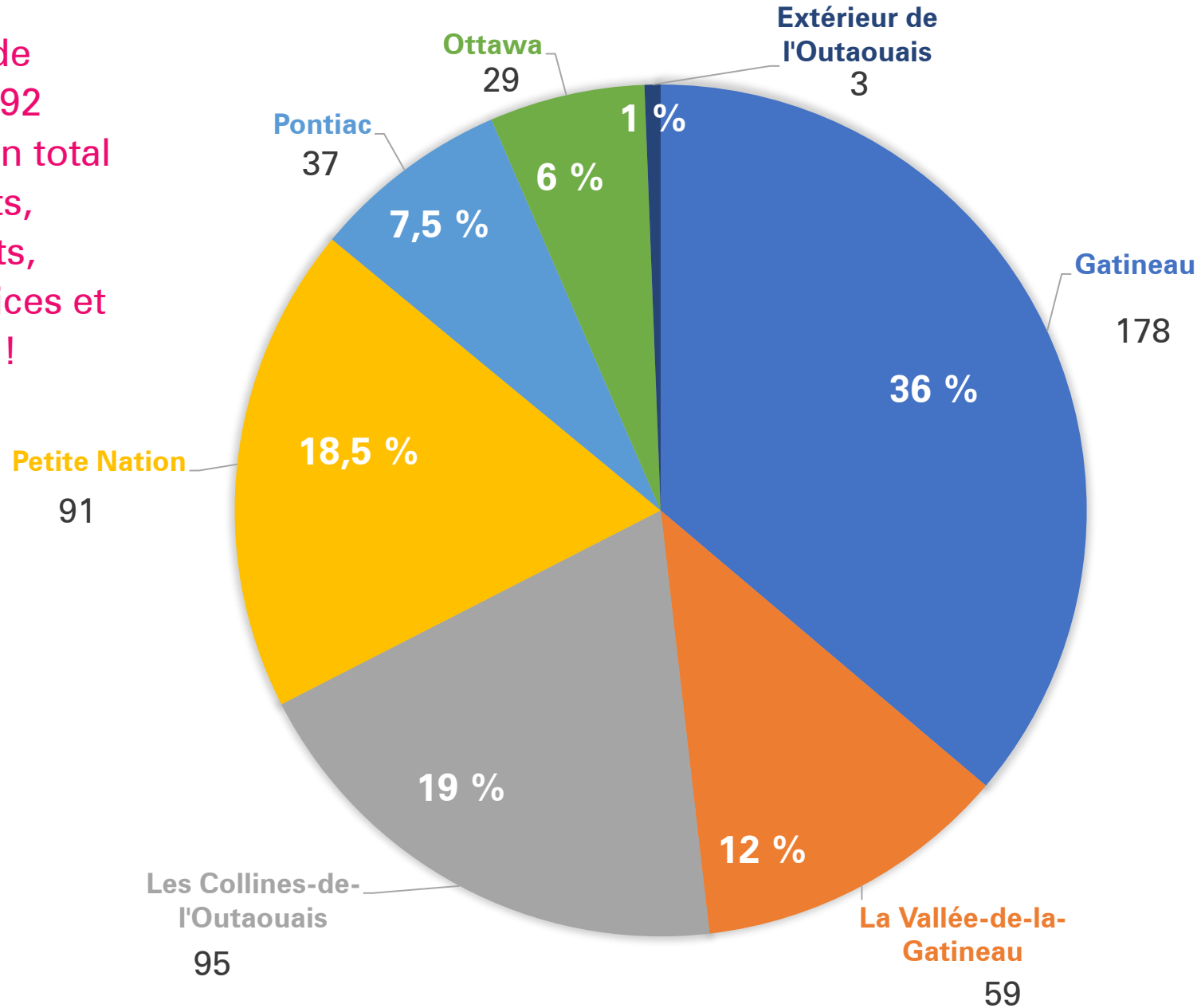


**11 464 856 \$**



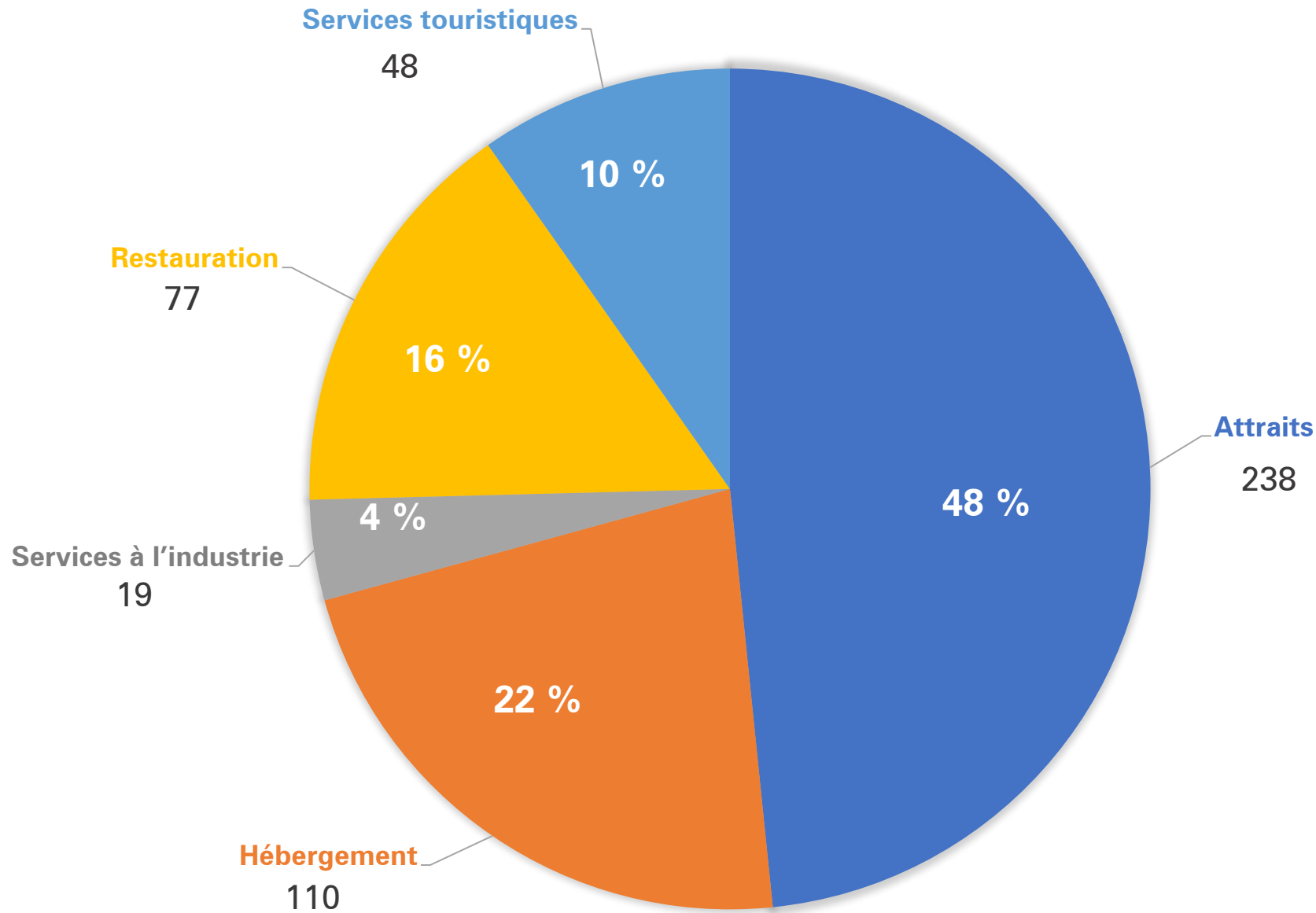
## PROFIL DES MEMBRES PAR TERRITOIRE

TO est fière de représenter 492 membres, pour un total de 641 attrails, hébergements, restaurants, services et plus encore !



**492**  
membres

# PROFIL DES MEMBRES PAR CATÉGORIE



**492**  
membres



**Dans le but de poursuivre notre virage numérique et afin de rester une organisation agile et au fait des tendances du milieu, TO a travaillé sur les objectifs suivants :**

**1. Favoriser la transformation numérique au sein de l'organisation**

- Nouveau logiciel comptable et implantation d'une interface entre la base de données Salesforce et Sage Intact permettant une meilleure efficience.
- Début des travaux pour un nouveau site Web amorcé.

**2. Création de trois comités internes pour favoriser une culture d'innovation et d'apprentissage et afin d'assumer davantage notre leadership régional en tourisme durable**

- Comité d'intelligence d'affaires
- Comité de développement durable
- Comité sur l'intelligence artificielle

Ces trois comités en sont à leurs débuts, et des actions concrètes seront mises en place en 2025-2026.

# **POSITIONNEMENT DANS L'ÉCOSYSTÈME TOURISTIQUE**





# REPRÉSENTATIONS AUX NIVEAUX RÉGIONAL, PROVINCIAL ET NATIONAL

Tourisme Outaouais (TO) poursuit son rôle de leader du secteur touristique dans la région en créant des partenariats stratégiques, en rassemblant les acteurs économiques du milieu autour d'enjeux et projets liés au tourisme et en poursuivant ses efforts d'influence et de représentation auprès des instances gouvernementales.

## Rencontres avec les instances gouvernementales et acteurs régionaux

- Préfets, maires et conseillers municipaux, députés provinciaux et fédéraux et organismes régionaux (CREDDO, Chambres de commerce, Culture Outaouais, TAO, ID Gatineau, Espace-O, etc.)

## Co-présidence du Comité de pilotage pour un nouveau centre de congrès à Gatineau

- En tant que co-présidente du Comité de pilotage pour un nouveau centre de congrès à Gatineau, aux côtés de la mairesse de Gatineau, Madame Maude Marquis-Bissonnette, la PDG de TO, Geneviève Latulippe, a rallié plusieurs acteurs de secteurs stratégiques autour de ce projet et du besoin d'une nouvelle infrastructure pour développer à pleine capacité le tourisme d'affaires dans la région.

## Représentations de TO par la PDG et la direction

- Comité directeur de l'*Entente sectorielle du développement bioalimentaire de l'Outaouais* (ESBO)
- Comité d'identité régionale de l'Outaouais (CIRO)

- Comité sur la diversification économique du centre-ville de Gatineau
- Comité tactique en réponse aux menaces de tarifs douaniers de la Ville de Gatineau
- Commission de développement économique de la Ville de Gatineau
- Commission des partenaires associatifs du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT)
- Community Consultative Committee (Aéroport d'Ottawa, Tourisme Ottawa, Ville d'Ottawa)
- Divers comités régionaux et sectoriels (Musée régional de l'Outaouais, Comité de structuration des circuits Croquez l'Outaouais!, Comité d'harmonisation du Parc national de Plaisance, etc.)
- Table de concertation CCG – projet en main-d'œuvre et technologie
- Table de concertation des événements de la Ville de Gatineau
- Table nationale des responsables de l'accueil
- TéCAR Outaouais

## STATUT DE PORTE D'ENTRÉE DE L'OUTAOUAIS

Des ententes stratégiques permettent à TO de consolider le statut de porte d'entrée touristique de la région sur les marchés hors-Québec et internationaux.

### Entente de subsidiarité avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (Alliance)

Cette entente nous a permis de déployer notre marque sur les marchés hors-Québec (B2C, B2B et B2M), grâce à un soutien financier de l'Alliance qui permet de réaliser des initiatives supplémentaires pour faire rayonner la région.

### Entente avec Tourisme Ottawa pour le vol direct Ottawa-Paris avec Air France

Cette entente nous a permis de faire rayonner l'Outaouais dans le cadre des actions marketing déployées par Tourisme Ottawa pour faire la promotion du vol direct Ottawa-Paris, entre autres sur les marchés de la France et des Pays-Bas.

### Entente avec Tourisme Ottawa pour le vol direct Ottawa-Londres avec Air Canada

Cette entente nous permettra de faire rayonner l'Outaouais dans le cadre des actions marketing déployées par Tourisme Ottawa pour faire la promotion du vol Ottawa-Londres, sur le marché de l'Angleterre. Plus d'actions découleront de cette entente pour ce marché en 2025-2026.

### Mesure de soutien au tourisme hivernal du ministère du Tourisme du Québec (MTO)

Ce nouveau financement octroyé aux trois régions portes d'entrée du Québec (Montréal, Québec, Outaouais) en 2023-2024 s'est poursuivie cette année avec l'avènement de certains des projets financés, notamment, l'Igloofest Gatineau 2025.

# TOURNÉE RÉGIONALE DE LA PDG DE TOURISME OUTAOUAIS

La nouvelle PDG de TO, Geneviève Latulippe, a effectué une tournée régionale afin de rencontrer différents partenaires à son arrivée en poste. Ce fut l'occasion de se présenter, d'établir des liens et de discuter de l'avenir de l'industrie touristique dans l'ensemble de la région.

Mme Latulippe a notamment eu la chance de discuter avec les préfets et la direction générale des quatre MRC de l'Outaouais, la mairesse et le directeur général de Gatineau, les députés provinciaux de l'Outaouais et plusieurs autres partenaires tels que Tourisme Ottawa et l'Aéroport international d'Ottawa, pour n'en nommer que quelques-uns.

TO poursuit ainsi ces collaborations étroites avec tous les territoires, une priorité de notre organisation.





# ÉVÉNEMENTS DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

## Symposium sur l'entrepreneuriat collectif en tourisme et loisir

En marge des Assises du tourisme, TO a participé à la première édition du Symposium sur l'entrepreneuriat collectif en tourisme et loisir, organisé par la Coopérative de développement régional du Québec, l'Alliance et le Conseil québécois du loisir.

## Assises du tourisme 2024

L'équipe de TO, accompagnée de la présidente du CA, a représenté la région à cet événement organisé par le MTO et l'Alliance, réunissant environ 600 acteurs de l'industrie.

## Grande conférence de l'Alliance et Prix excellence tourisme 2024

La PDG, la DGA, la directrice du marketing et des partenariats stratégiques et la présidente du CA ont participé à ces journées qui permettent de souligner des entreprises qui se sont démarquées et de réfléchir à l'avenir de l'industrie entre pairs.



# ÉVÉNEMENTS DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

## Grandes rencontres des partenaires du MTO

TO était présente aux rencontres des partenaires organisées par le MTO (septembre, février).

## Les journées de l'Alliance

TO a participé à ces journées organisées avec les autres associations touristiques régionales (ATR) de la province. Des rencontres ont notamment eu lieu entre les DG des ATR, les déléguées et les directeurs marketing.

## Symposium de Tourisme durable Québec

À l'automne, TO a pris part au Symposium 2024 de Tourisme durable Québec. Notre équipe en est ressortie avec plusieurs outils et solutions pour l'aider dans sa transition vers des actions plus durables et responsables.

## Colloque météo de l'Alliance et de l'Association des stations de ski du Québec (ASSQ)

TO a participé à la première édition du Colloque Météo et tourisme : alertes en vigueur présenté par l'ASSQ, en collaboration avec l'Alliance. Cette journée a réuni des acteurs de l'industrie touristique, des météorologues et des médias afin de réfléchir à l'incidence qu'ont les prévisions météorologiques sur le comportement des visiteurs.





# ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX ET PARTENARIATS

## Visite de Jay Du Temple

Dans le cadre d'un partenariat avec Bonjour Québec, nous avons accueilli Jay Du Temple lors de sa traversée du Canada à vélo et à la course, visant à soutenir la recherche en santé mentale. Son passage en Outaouais fut sa dernière étape avant son retour à Montréal et marquait son retour au Québec.

## Nouveaux partenariats radio

À l'été 2024, notre déléguée Annie Léveillée a été collaboratrice invitée dans deux émissions de radio régionales : *Les matins d'ici*, sur les ondes d'ICI Première Radio-Canada, en compagnie de Jérôme Miousse de Tourisme Ottawa, et *La gang du matin* au 94,9 Rouge. Sa chronique au 94,4 Rouge a même été reconduite pour l'hiver !

## Lac-à-l'épaule annuel de TO

L'équipe de la direction et les membres du CA de TO se sont réunis dans la Vallée-de-la-Gatineau pour leur lac-à-l'épaule annuel. Cette année, les deux jours leur ont permis d'explorer le rôle du tourisme dans le rapprochement avec les communautés autochtones, alors qu'ils ont suivi un atelier de sensibilisation de Tourisme Autochtone Québec et visité le Centre culturel Kitigan Zibi Anishinabeg.





# ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX ET PARTENARIATS

## Participation à l'événement *Les Arbres de l'Espoir*

Cette année encore, TO a participé à l'événement *Les Arbres de l'Espoir*, qui se déroulait dans les hôtels Fairmont de la région. Les sapins décorés par notre équipe mettaient en valeur les attraits touristiques de l'Outaouais au Fairmont Château Laurier ainsi qu'au Fairmont Le Château Montebello.

## Rendez-vous du temps des Fêtes des membres de TO

Notre équipe s'est réunie avec ses membres et partenaires au Centre d'exposition l'Imagier pour son événement de fin d'année. L'après-midi a débuté avec une conférence de l'expert en marketing numérique Frédéric Gonzalo et s'est poursuivi avec un 5 à 7 festif afin de célébrer une autre belle année de collaboration.

## Conférence de presse : *L'Outaouais en cuisine*

Pour annoncer le lancement de son nouvel événement *L'Outaouais en cuisine* et dévoiler les chefs participants au concours, TO a organisé une conférence de presse à La Cocktailerie du Square Old Chelsea. Partenaires, jurys et restaurateurs se sont réunis dans une ambiance d'excitation et de fébrilité !





## ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX ET PARTENARIATS

### Lancement de la campagne marketing estivale 2025

L'équipe marketing de TO a organisé un événement pour ses membres afin de lancer sa campagne estivale 2025 ! La journée a commencé par une conférence sur l'intelligence artificielle dans le secteur de l'industrie touristique, puis s'est poursuivie avec la présentation des résultats de la campagne hivernale 2024-2025 et d'un aperçu des tactiques médias prévues pour l'été à venir.

### Célébration du premier vol direct Londres-Ottawa d'Air Canada

TO a pris part à l'événement d'inauguration pour célébrer le rétablissement du vol direct entre Ottawa et Londres. Plusieurs partenaires, dont l'administration de l'Aéroport international d'Ottawa, Air Canada, la Ville d'Ottawa, Tourisme Ottawa et Visit Britain se sont réunis à l'aéroport même afin de souligner l'importance de collaboration comme celle-ci pour le développement des destinations. TO est fière d'être partenaire de cette initiative ! À la suite de l'événement, le premier vol direct vers Londres a décollé, avec des représentants de TO et Tourisme Ottawa à bord qui portaient pour une mission commerciale en Europe.



# **SERVICES AUX MEMBRES ET VISITEURS**





# BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

Plus de 13 000 personnes ont visité nos bureaux !

## La maison du tourisme de Gatineau

- Actes de renseignement en personne : **3 173** (- 19,63 %)\*

## Bureau d'information à Montebello

- Actes de renseignement en personne : **2 741** (- 16,94 %)\*

## Autres services aux visiteurs

- Actes de renseignement par téléphone, courriel et clavardage : **451** (-14 %)
- Près de **700** trousse d'information envoyées par la poste (-12 %)\*\*



\* Les données représentent la comparaison avec l'année 23-24. Les actes de renseignement peuvent être donnés à plus d'une personne (ex. : 1 acte de renseignement = 3 visiteurs).

\*\* Les données montrent que la demande pour des trousse d'information envoyées par la poste est en diminution constante. Tourisme Outaouais continue donc de s'adapter selon les tendances en retirant l'option de recevoir son guide touristique par la poste. L'information reste accessible sur nos plateformes numériques, en format papier dans les hébergements et attrait de la région ainsi que dans le réseau des lieux d'accueil et de renseignements touristiques du Québec.



# INTERFACE DU CONSEILLER (MINISTÈRE DU TOURISME)

Le ministère du Tourisme (MTO) a créé l’outil Gestion de l’interface du conseiller (GIC) dans le but de permettre aux responsables des lieux d’accueil de concevoir des formulaires de sondage afin de mieux connaître leur clientèle. Les formulaires de sondage sont remplis par le personnel des bureaux d’information touristique (BIT) à l’aide de l’interface du conseiller (IC).

## Profil du visiteur dans nos BIT

BIT de Gatineau	BIT de Montebello
<b>54 %</b> des visiteurs proviennent du Québec	<b>57 %</b> de visiteurs proviennent du Québec
<b>12 %</b> de visiteurs proviennent d’autres provinces canadiennes, dont <b>8,86 %</b> de l’Ontario	<b>18 %</b> de visiteurs proviennent d’autres provinces canadiennes, dont <b>15,7 %</b> de l’Ontario
<b>34 %</b> de visiteurs proviennent de l’international, dont : <ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>19,59 %</b> de la France</li><li>○ <b>2,72 %</b> des États-Unis</li><li>○ <b>2,26 %</b> de l’Allemagne</li><li>○ <b>1,4 %</b> du Royaume-Uni</li></ul>	<b>25 %</b> des visiteurs proviennent de l’international, dont : <ul style="list-style-type: none"><li>○ <b>8,12 %</b> de la France</li><li>○ <b>5,28 %</b> des États-Unis</li><li>○ <b>2,82 %</b> de l’Australie</li><li>○ <b>2,25 %</b> de l’Allemagne</li></ul>

- La répartition des profils des visiteurs est relativement la même que l’an dernier, ce qui démontre une belle stabilité au niveau de l’achalandage en provenance de nos marchés prioritaires. On remarque une augmentation des visiteurs en provenance de l’international au BIT de Montebello (+ 4 %).
- Le marché de l’Allemagne continue à se développer, et cela se reflète dans les statistiques, alors qu’on note une augmentation de + 1,03 % de visiteurs en provenance de ce pays au BIT de Montebello.
- Bien que le pourcentage reste le même, étant donné que le nombre de visiteurs dans nos BIT a diminué, on voit que les marchés de l’international sont en hausse.

# INTERFACE DU CONSEILLER (MINISTÈRE DU TOURISME)

## Questions les plus fréquentes des visiteurs dans nos BIT

### 13 329 sondages ont été remplis

Visites culturelles 33 %  
Randonnée pédestre 30 %  
Restaurants 29 %  
Musées 22 %  
Parcs, réserves et sentiers 19 %  
Attraites récréotouristiques 13 %  
Vélo 12 %  
Activités en famille 9 %  
Hébergements 8,5 %  
Festivals et événements 7 %  
Activités aquatiques et nautiques 6 %  
Divertissement 4,5 %  
Agrotourisme 2 %  
Sports d'hiver 1,75 %

### Observations

1. Le total des pourcentages n'est pas égal à 100 %, car un même visiteur peut formuler des demandes d'information au sujet de différentes activités lors d'une même visite, ce qui signifie qu'il peut être comptabilisé dans plusieurs catégories à la fois.
2. La catégorie « Restaurants » a augmenté considérablement depuis 2023-2024 (de 16 % à 29 %), ce qui reflète l'intérêt croissant pour le tourisme gourmand que nous observons dans la région et sur nos plateformes numériques.

# SYSTÈME D'INFORMATION TOURISTIQUE QUÉBEC (SIT QUÉBEC)

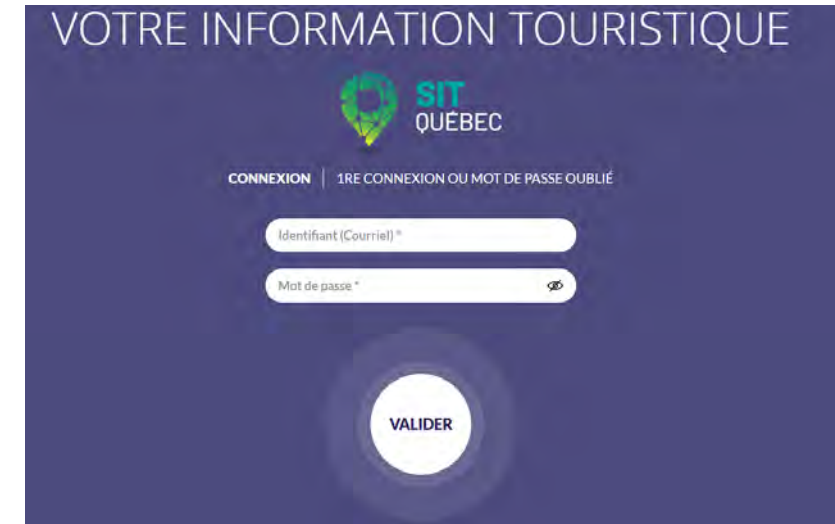
Tourisme Outaouais (TO) a rejoint la plateforme numérique SIT Québec, qui vise la mutualisation et la gestion de l'information touristique au Québec.

## La plateforme

Le SIT Québec est une plateforme qui regroupe les informations touristiques. Ce projet piloté par le MTO a été conçu pour gérer et diffuser les données fournies par diverses organisations touristiques, afin d'offrir aux visiteurs l'accès à des informations complètes, fiables et riches sur l'offre touristique des destinations, partout sur le territoire, quel que soit le canal de diffusion.

## Implantation chez TO

Les équipes des services aux membres et de l'accueil ont été formées afin de procéder à l'intégration des renseignements sur les membres de TO dans ce nouveau système. Les travaux de transition vers la nouvelle base de données SIT Québec sont presque finalisés. Dès que la mise en ligne du nouveau site Web de TO sera complétée, les membres pourront effectuer eux-mêmes les mises à jour de leurs fiches via le portail SIT Québec.



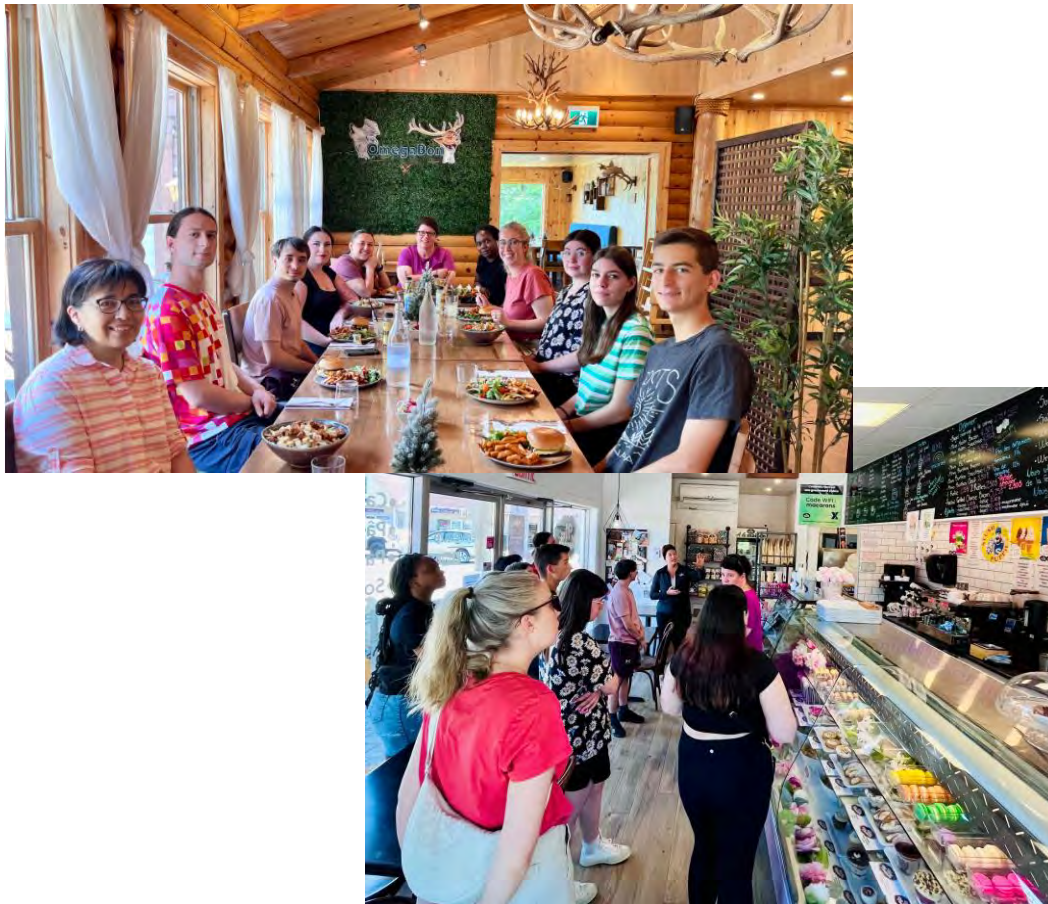
The screenshot shows a login interface for 'SIT QUÉBEC'. At the top, it says 'VOTRE INFORMATION TOURISTIQUE' in white text on a dark blue background. Below this is the SIT Québec logo, which consists of a green map of Quebec and the text 'SIT QUÉBEC'. Under the logo, there is a link that says 'CONNEXION | 1RE CONNEXION OU MOT DE PASSE OUBLIÉ'. Below the link are two white input fields: the first is labeled 'Identifiant (Courriel) \*' and the second is labeled 'Mot de passe \*'. At the bottom of the form is a large white circular button with the text 'VALIDER' in blue.



# TOURNÉES DE FAMILIARISATION (PRÉPOSÉS À L'ACCUEIL TOURISTIQUE)

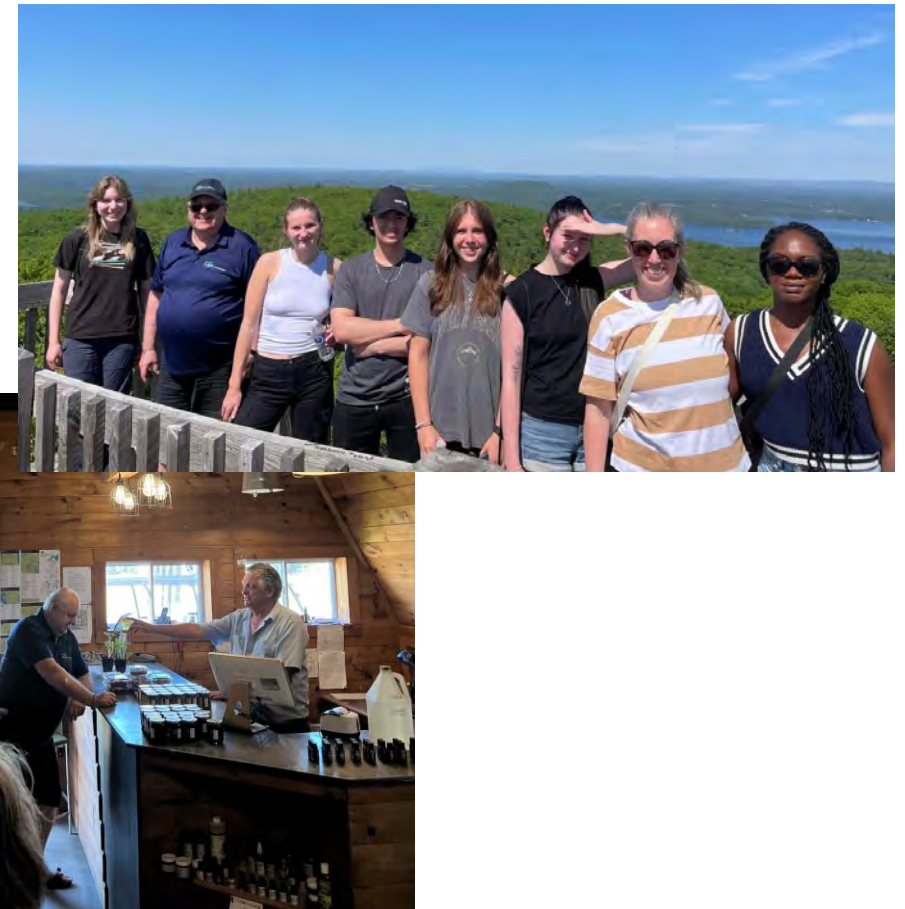
5 juin 2024 — Tournée de familiarisation dans  
la Petite Nation

**10 entreprises visitées**



2 juin 2024 — Tournée de familiarisation dans la  
Vallée de-la-Gatineau

**8 entreprises visitées**



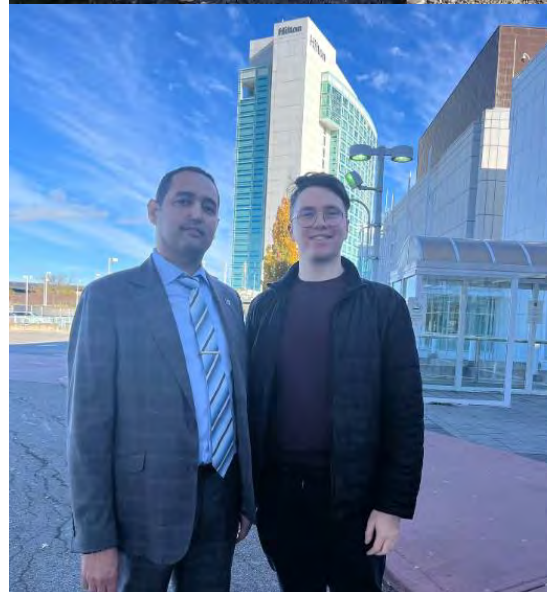


# TOURNÉES DE FAMILIARISATION (HÉBERGEMENTS)

L'Association des hôtels du Québec (AHQ) était dans la région les 7 et 8 novembre derniers pour rencontrer les acteurs du milieu et discuter des enjeux spécifiques à notre territoire, tout en découvrant davantage l'offre d'hébergement de la région.

Le responsable du développement des affaires de l'AHQ a aussi profité de l'occasion pour informer les membres des modifications entourant les démarches de francisation qui concerneront certaines entreprises à partir du 1<sup>er</sup> juin 2025.

Au total, **8** hébergements ont été visités, renforçant ainsi la collaboration entre les acteurs du secteur hôtelier et les intervenants régionaux.



**8 hébergements**

**2 restaurants**

# FORMATIONS OFFERTES AUX MEMBRES DE TO 2024-2025

- Formation *Mieux connaître l'Outaouais* (en ligne) : *disponible pour toute l'industrie touristique sur le site Web de TO*
- Formation — 100 % accueillant (Institut du tourisme et d'hôtellerie du Québec) (en ligne) : *17 participants*
- Conférence sur la création d'expériences mémorables axées sur les réunions, congrès et événements dans le cadre de la présentation de la campagne affaires 2025 : *24 participants*
- Conférence sur les tendances et meilleures pratiques des médias sociaux (deux cohortes) : *26 participants au total*
- Conférence sur l'IA en tourisme dans le cadre de la présentation de la campagne marketing estivale 2025 : *19 participants*
- Webinaire — 5 astuces pour une meilleure présence dans Google (en ligne) : *18 participants*
- Webinaire — Tourisme et accessibilité avec Kéroul (en ligne) : *15 participants*



**Total : 119  
participants**



# SOUTIEN AUX ENJEUX DE MAIN-D'ŒUVRE

## Carte Avantages — Privilèges pour les pros du tourisme

La « Carte Avantages » est un programme provincial piloté par Tourisme Laval offert aux entreprises de la région qui vise à attirer et fidéliser le personnel de l'industrie touristique, à générer des visites et des revenus et à transformer ces collaborateurs en ambassadeurs du territoire. Présentement, **14** ATR y participent. TO compte **10** entreprises qui participent au programme (une **diminution de 29 %** par rapport l'année dernière).

## Comité de pilotage pour le déploiement de la plateforme numérique de partage de main-d'œuvre

En 2024, TO s'est engagée activement, en partenariat avec d'autres associations touristiques régionales et sectorielles, dans le déploiement de Boomerang, la première plateforme numérique d'emplois partagés pour le secteur touristique. Ce projet est piloté par le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme. Les contributions de TO :

- Participation aux rencontres régionales de concertation
- Soutien à l'identification et à la mobilisation des entreprises participantes
- Appui à la communication de l'initiative auprès du réseau touristique régional

L'abonnement à la plateforme débute à 40 \$ par mois et comprend toutes les fonctionnalités nécessaires pour gérer et partager les travailleurs facilement.



## SOUTIEN AUX ENJEUX DE MAIN-D'ŒUVRE

### Soirée de recrutement au Carrefour Jeunesse Emploi de l'Outaouais (CJEO)

TO et le CJEO ont organisé ensemble une soirée de recrutement de main-d'œuvre pour les entreprises du secteur touristique.

Ce fut une belle occasion pour nos membres de rencontrer des candidats potentiels afin de combler les postes disponibles dans leurs équipes ! Plusieurs membres étaient présents :

- Arbraska Laflèche
- À La Dérive Brasserie Artisanale
- À Outrance
- Camp Fortune Luge, parc aérien et tyroliennes
- Corporation plein air de La Lièvre
- Hôtel-Casino Lac-Leamy
- Marina Kitchissippi de Gatineau
- Mon Groupe Traiteur
- Musée régional de l'Outaouais
- Square Old Chelsea



**420**  
**participants**



# HÉBERGEMENT





Nombre moyen d'unités d'hébergement occupées quotidiennement

Données du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2024

	2021	2022	2023	2024	% écart 23/24
Outaouais	1 080	1 601	1 840	1 898	+3,2 %
Province	29 254	41 422	46 493	48 361	+4,0 %

## Taux d'occupation moyen : comparatif avec certaines régions

Données du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2024

	2021	2022	2023	2024	% écart 23/24
<b>Québec et régions</b>	38,8 %	59,7 %	65,8 %	65,3 %	-0,1 %
<b>Mauricie</b>	42,6 %	52,5 %	54,7 %	55,6 %	+1,0 %
<b>Cantons-de-l'Est</b>	42,3 %	49,9 %	51,2 %	50,1 %	-1,0 %
<b>Montréal</b>	37,4 %	54,4 %	58,2 %	57,2 %	-1,0 %
<b>Laurentides</b>	45 %	52,6 %	50 %	49 %	-1,1 %
<b>Outaouais</b>	<b>41,4 %</b>	<b>58,9 %</b>	<b>61,9 %</b>	<b>60,8 %</b>	<b>-1,1 %</b>
<b>Ensemble du Québec</b>	41,3 %	57,1 %	61,4 %	60,9 %	-0,5 %

# HÉBERGEMENT

Le ministère du Tourisme (MTO) a développé un nouveau tableau de bord : [Hébergement 360 — portrait global des différents produits d'hébergement touristiques au Québec](#). Ce tableau intègre les données de performance des produits d'hébergement touristique suivants :

- Hébergement commercial de quatre unités ou plus
- Fréquentation des terrains de camping
- Hébergement de courte durée (Airbnb et Vrbo, par exemple)

Il présente aussi un portrait en unités/emplacements-jours totaux loués pour une période donnée plutôt qu'une moyenne quotidienne. Ces données permettent de mieux comprendre le volume d'unités louées et d'estimer les nuitées-personne, donnant un indicateur fiable de l'activité touristique dans la région.

Données du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2024

	2021	2022	2023	2024	% écart 23/24
Outaouais	670 426	877 641	928 000	953 341	+0,9 %
Province	15 978 531	20 667 846	22 178 991	23 671 045	+4,1 %





# **PROGRAMMES ET DÉVELOPPEMENT**

# PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE L'OUTAOUAIS (PDTO) 2022-2025

Le **PDTO 2022-2025** reflète la volonté commune du ministère du Tourisme (MTO) et de Tourisme Outaouais (TO) de s'associer avec les partenaires locaux et les entreprises dans la réalisation de projets de développement de l'offre touristique régionale concordant avec les priorités de la destination.

Un 3<sup>e</sup> appel de projets a été lancé le 4 novembre 2024 pour la catégorie « Festivals et événements » seulement :

- **18** dossiers déposés (**16** admissibles)
- **562 120 \$** demandés au PDTO pour **5 854 684 \$** prévus en investissement
- Résultat : **11** projets financés pour un total de **354 000 \$** en contribution de la part du MTO et de TO

Papineau : 3

Gatineau : 6

Collines-de-l'Outaouais : 2

## MESURE DE SOUTIEN AU TOURISME HIVERNAL

En décembre 2023, le MTO a annoncé un nouveau programme de financement pour développer et structurer l'offre de tourisme hivernal dans les trois régions porte d'entrée touristique du Québec, soit Montréal, Québec et l'Outaouais. Un million de dollars a été octroyé en Outaouais.

Ce programme reflète la volonté commune du MTO et de TO de soutenir les expériences touristiques qui se déroulent durant la saison hivernale et qui mettent en valeur l'hiver québécois et sa nordicité. Les projets déposés doivent se dérouler durant la saison froide, soit de novembre à avril.

Un 1<sup>er</sup> appel de projets a eu lieu en juin 2024 :

- 9 dossiers déposés (5 admissibles)
- 2 782 331 \$ demandés à la Mesure de soutien au tourisme hivernal pour 7 288 504 \$ prévus en investissement
- Résultat : 3 projets financés pour un total de 963 073 \$ en contribution de la part du MTO et de TO

Gatineau : 2

Collines-de-l'Outaouais : 1



# PLAN MONTAGNES

Le **Plan montagnes** est un programme qui vise à accroître la vitalité et la résilience de l'écosystème d'entreprises et de communautés gravitant autour du tourisme de montagne dans une approche responsable et durable.

- **1** projet fut déposé et financé à la suite du 2<sup>e</sup> appel de projets lancé en mai 2024, pour un total de **73 634 \$** en soutien financier.
- Ce projet régional visait la structuration de l'offre vélo de montagne (voir les détails à la page suivante).

Afin de financer plus de projets, une démarche de concertation régionale a eu lieu en décembre 2024, regroupant des acteurs et partenaires du milieu touristique. L'objectif était de faire émerger des initiatives communes pour le tourisme de montagne dans la région. À la suite de cette activité :

- **2** projets ont été déposés et financés pour un total de **269 690 \$** en soutien financier.



# PLAN MONTAGNES — STRUCTURATION DE L'OFFRE VÉLO DE MONTAGNE

Un projet de structuration de l'offre de vélo de montagne dans la région, incluant le vélo de gravier (*gravel bike*) et le vélo à pneus surdimensionnés (*fat bike*) a été lancé cette année et financé par le Plan montagnes 2022-2025. **Trois volets ont été réalisés :**

## *Volet 1 : Étude sur le positionnement et la structuration du produit vélo de montagne en Outaouais*

L'étude fut développée par le consultant Maurice Couture de GPS Tourisme et les experts Will Hotopf et Frédéric Asselin. Dans le cadre de cette étude, un sondage a été réalisé auprès d'un panel Web et des acteurs de l'écosystème du tourisme de vélo de montagne et d'activité de plein air.

## *Volet 2 : Forum sur la structuration de l'offre de vélo de montagne*

Organisé le 11 décembre au Centre Vorlage, le forum a réuni des acteurs gravitant autour de l'écosystème du vélo de montagne pour identifier les besoins de l'industrie, trouver des pistes de solutions et stimuler la synergie et la collaboration en préparation au prochain volet de l'initiative.

## *Volet 3 : Appel de solutions*

À la suite du forum, un appel à solutions fut lancé, pour financer des projets qui ont émergé des discussions entre les acteurs réunis lors du forum : 2 initiatives communes pour le tourisme de montagne dans la région ont obtenu du financement.

## DÉVELOPPEMENT DURABLE ET ACCESSIBILITÉ

- Mise en place d'une enveloppe pour soutenir l'amélioration de l'accessibilité : 4 projets ont été soutenus pour un total de 170 000 \$.
- Événement *L'Outaouais en cuisine* organisé par TO : accompagnement de l'organisme Enviro Éduc-Action et compensation des GES estimés liés au transport des participants à l'événement par l'achat de crédit carbone.
- Participation à une cohorte qui avait pour but de cibler des objectifs et solutions qui contribueront à la résilience de l'industrie touristique du Québec par rapport aux changements climatiques. 25 associations touristiques régionales et partenaires ont pris part à ce projet confié à Ouranos.
- Obtention du *Professional Certificate in Sustainable Tourism* du *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC).
- Participation à la Table de développement durable de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.
- Mise en place d'un comité interne de développement durable. Dans le cadre de ce comité, une démarche d'accompagnement avec l'organisation Good4.global (G4G) pour l'implantation, entre autres, d'une politique interne en développement durable et d'un plan d'action s'est amorcée et sera complétée en 2025.



## Bonification de la route

- Mise à jour de la carte touristique de la route *Les Chemins d'eau*.
- Nouveaux visuels pour les bornes qu'on retrouve à certains endroits le long de la route, dispersées sur le territoire.
- Appui financier à des projets situés le long du tracé de la route *Les Chemins d'eau*, pour un total de **210 000 \$**.
- Conception d'un nouvel affichage pour les **5** escales fluviales qu'on retrouve dans des endroits stratégiques de la route (Grand-Remous, Champboisé de L'Ange-Gardien, Quyon, Thurso, Portage-du-Fort). Ces affiches seront installées à l'été 2025.



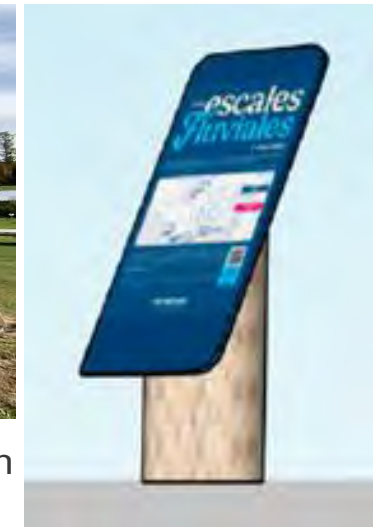
Escale fluviale à Quyon  
Crédit : Cours à bois



Escale fluviale à Thurso  
Crédit : Cours à bois



Escale fluviale à L'Ange-Gardien  
Crédit : Cours à bois



# FORFAITISATION DE LA RÉGION

## Agence Expérience Outaouais+ (Été 2024)

- Nouvelle forfaitisation de l'événement Festibière de Gatineau et continuation de la forfaitisation d'autres événements de la région (Les Grands Feux du Casino Lac-Leamy, le Festival de montgolfières de Gatineau, Aéro Gatineau-Ottawa).
- Ententes conclues avec 12 nouveaux partenaires qui souhaitent faire partie des forfaits.

## Nouvelle direction

- À l'automne 2024, nous avons annoncé la suspension des activités de l'agence.
- Tourisme Outaouais a ensuite collaboré avec l'Association des réceptifs et forfaitistes du Québec (ARF-Québec) afin de trouver un partenaire québécois expert dans le domaine pour maintenir l'offre de forfaits en Outaouais.
- Le choix s'est arrêté sur Groupe Voyages Québec, un acteur majeur du secteur avec plus de 45 ans d'expérience.

## Mai à septembre 2024

Sommaire des ventes	2023	2024
Total des ventes	71 722,72 \$	81 957,94 \$
Nuitées vendues	176	244

## Top 3 des forfaits vendus à l'été 2024

1. Spectacle d'ouverture à Aéro Gatineau-Ottawa
2. Découvrez 3 clubs de golf en Outaouais
3. Spectacle aérien Aéro Gatineau-Ottawa





**TOURISME D'AFFAIRES**



# OPPORTUNITÉS TRAITÉES

Les opportunités traitées par Tourisme Outaouais (TO) pour le tourisme d'affaires cette année ont généré **9 844** nuitées représentant **4 527 450 \$** en retombées économiques.

	2022/23	2023/24	2024/25
Opportunités totales	199	144	171
Opportunités totales avec nuitées	172	122	153
Gagnées	72	51	33
Gagnées avec nuitées	62	43	26
Perdues	94	67	106
En cours	33	26	32
Nuitées gagnées	28 975	19 166	9 844

**7 428** nuitées gagnées via le Programme de soutien aux événements et congrès (PSEC), pour un montant engagé de **105 420 \$** qui a le potentiel de générer **4 085 400 \$** en retombées économiques.

# TOURNÉES DE FAMILIARISATION

Notre déléguée au marché affaires a organisé 9 tournées de familiarisation personnalisées et en personne. De ces tournées :

- 5 événements gagnés
- 1 en cours de négociation
- 3 événements perdus



# ÉVÉNEMENTS CLIENTS VIP

- Marché de Montréal — Cirque du Soleil ECHO
  - 4 partenaires
  - 23 clients participants
- Marché d'Ottawa-Gatineau — Cirque du Soleil ECHO
  - 9 partenaires
  - 27 clients participants
- Marché de Toronto — Cirque du Soleil ECHO
  - 3 partenaires
  - 16 clients participants





# ACTIONS DE VENTES ET REPRÉSENTATIONS

- Participation à **19** événements, salons, bourses et conférences
- Participation de plus de **11** partenaires de la campagne affaires, incluant une activation ou une commandite lors de **10** événements
- Rencontre avec plus de **750** clients
- Retour de **82** demandes de soumission qui ont découlé directement de différentes actions de TO (congrès, salons, réseautage)
- De ces **82** demandes, **10** opportunités ont été gagnées jusqu'à présent et **17** sont en cours de négociation.



# ACTIONS DE VENTES ET REPRÉSENTATIONS

## Quelques exemples :

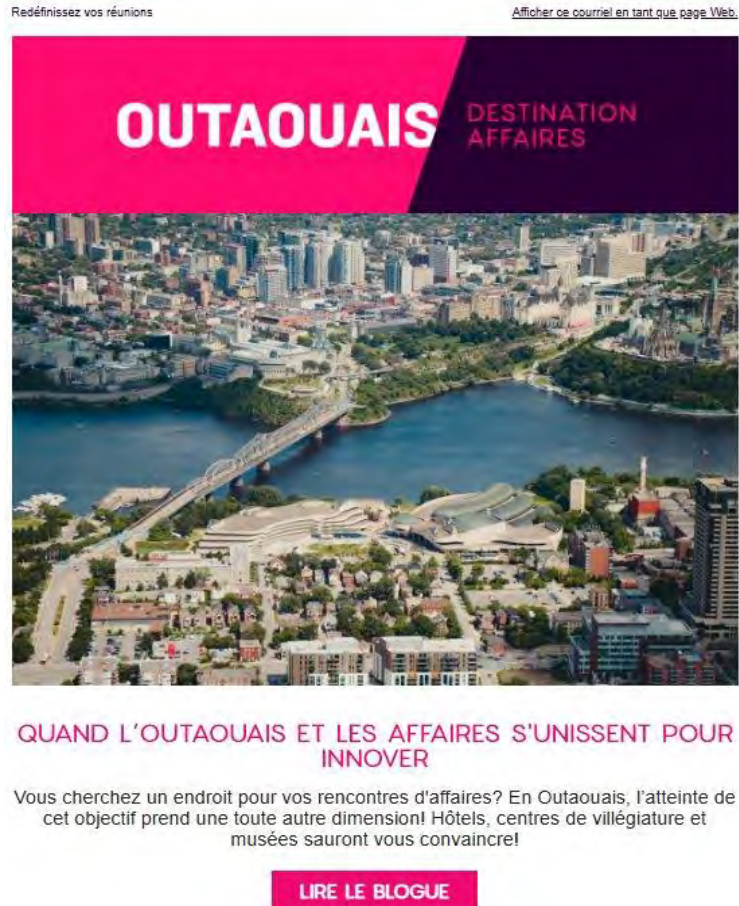
- Notre déléguée au marché affaires, Tracy, a été honorée du titre de **Fournisseur inspirant de l'année** lors des *Inspirational Awards 2024* de la Professional Convention Management Association (PCMA). Il s'agit d'une très belle reconnaissance au sein de l'une des plus grandes communautés pour les planificateurs d'événements d'affaires !
- Participation à l'*Ottawa-Gatineau Meet Week* du 24 au 27 février 2025 : plusieurs événements étaient organisés et Tracy fut co-animatrice de la soirée de charité présentée par MPI Ottawa Chapter, pour laquelle TO était aussi commanditaire. Ce fut une belle façon de se faire remarquer par près de **500** invités.
- TO, Tourisme Ottawa et l'Hôtel-Casino Lac-Leamy ont été commanditaires conjoints du cocktail d'ouverture de la conférence annuelle de la Canadian Society of Association Executives (CSAE) qui se déroulait à l'Hôtel-Casino Lac-Leamy. Nous avons aussi un kiosque et un moment pour prendre parole sur la scène, nous permettant de rejoindre près de **600** personnes.
- Tracy a été nommée directrice du membership dans le conseil d'administration de la PCMA.
- Dans les différents événements auxquels elle a participé, Tracy a présenté une nouvelle vidéo unique qui lui a permis de se démarquer tout au long de l'année : ***Outaouais destination affaires — Tracy IA*** !



## PROJET D'UN NOUVEAU CENTRE DE CONGRÈS À GATINEAU

- À l'automne 2024, la nouvelle PDG de TO, Geneviève Latulippe, et le directeur des événements d'affaires et du développement, André Groulx, ont rencontré plusieurs élus pour faire l'état des lieux de l'avancement du projet d'un nouveau centre de congrès, comme la dernière mise à jour de *l'Étude de faisabilité pour le projet d'un nouveau centre de congrès à Gatineau*, d'abord publiée en 2019, datait de 2021.
- Un mandat a ensuite été confié à la firme Raymond Chabot Grant Thornton de mettre à jour l'étude en regard des nouvelles informations et coûts de 2025. L'objectif était de mettre à jour le portrait du secteur du tourisme d'affaires en Outaouais et dans la région de la capitale nationale, d'analyser les opportunités et les risques pour le développement d'une nouvelle infrastructure de réunions et congrès, d'émettre des recommandations et solutions pour le développement du projet et, s'il y a lieu, d'identifier les facteurs de succès pour sa réalisation.
- La Ville de Gatineau s'est proposée comme nouveau partenaire dans le dossier et a annoncé la mise en place d'un comité de pilotage pour ce projet, duquel Mme Latulippe fut nommée co-présidente aux côtés de la mairesse de Gatineau, Mme Maude Marquis-Bissonnette.
- Au mois de novembre, Mme Latulippe et M. André Groulx se sont joints à une délégation régionale invitée à accompagner la mairesse de Gatineau pour une tournée de rencontres ministérielles à Québec. Mme Latulippe y était pour parler du besoin d'avoir un nouveau centre de congrès dans la région.
- Différentes rencontres avec les acteurs du milieu pour faire état des avancements de l'étude ont été organisées à l'hiver 2025, et de nouveaux partenaires du domaine de la culture se sont joints au comité de pilotage.
- La mise à jour de l'étude fut présentée au comité de pilotage en avril 2025.





## Infolettre Affaires 1 : *Brassez des affaires en Outaouais*

- Envoyée le 15 avril
- Taux d'ouverture : 33,56 %
- Taux de clics : 10,11 %

## Infolettre Affaires 2 : *Nos hébergements et lieux uniques pour votre événement d'affaires*

- Envoyée le 30 septembre
- Taux d'ouverture : 39,92 %
- Taux de clics : 4,70 %

## Infolettre Affaires 3 : *Lieux rustiques et enchanteurs pour retraite d'équipe*

- Envoyée le 2 décembre
- Taux d'ouverture : 32,98 %
- Taux de clics : 1,78 %

## Comparatifs de l'industrie

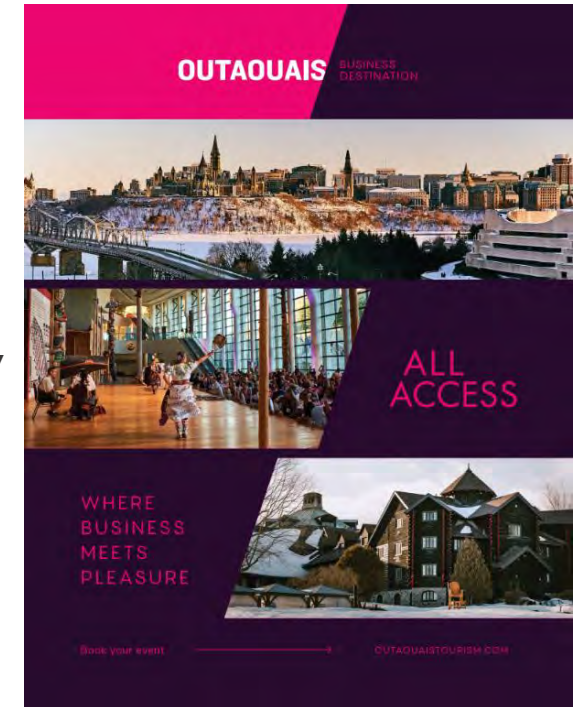
Taux d'ouverture de l'industrie : 20 %

Taux de clics de l'industrie : 2 %

# CAMPAGNE TOURISME D'AFFAIRES

## Retour sur 2024

- Bannières Web sur les sites Les Affaires et La Presse +
- Bannières et placements sur Facebook et LinkedIn
- Publicités dans *Les Affaires*, *La Presse+* et le magazine *Association* de la CSAE
- Partenariat de contenu avec les magazines *Ignite*, *PCMA Convene*, *Les Affaires*, *Association* de la CSAE, *Ottawa Business Journal* et *Porter Airlines*
- Commandite d'un balado de *L'actualité* (10 épisodes et une publicité de 30 secondes)



## Campagne 2025

- TO a présenté sa campagne affaires 2025 au Vignoble de Chelsea, à laquelle **24** partenaires ont assisté.
- **22** partenaires en 2023, **25** partenaires en 2024, et **26** partenaires en 2025
- Les investissements partenaires sont de **59 000 \$** pour l'année 2025, excluant les protocoles d'entente.





# MARKETING



## BUDGET ANNUEL 2024-2025

- Notre budget marketing annuel total pour 2024-2025 était de **3 050 000 \$**, notamment pour le marketing des différentes expériences, les frais d'agence, le guide touristique, le site Web, etc.
- Nos expériences : culture, gourmand, festif, route touristique, mototourisme, vélo, ski, plein air, hébergement, pourvoirie, affaires
- De ce montant, nous avons injecté **750 000 \$** en investissement média pour nos campagnes 2024-2025, notamment pour du marketing numérique, des partenariats de contenu, le SEM et tous les autres types de placement (pré-roll, bannières, radio, etc.).





# INITIATIVES RÉGIONALES

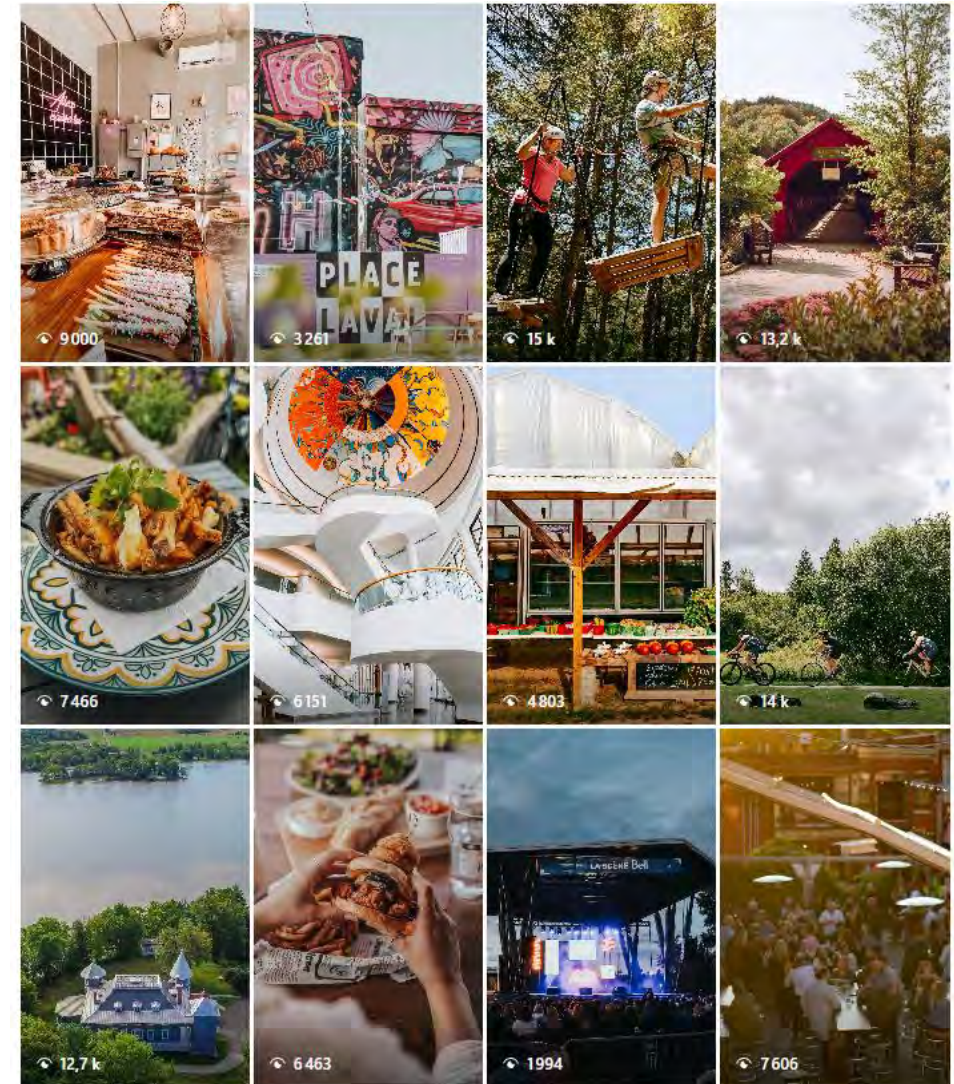
## Collection #OutaouaisFun

- La collection de vêtements et sacs fourre-tout à l'effigie des régions de l'Outaouais, lancée en 2023, continue de prendre de l'essor !
- On compte un total de **10** points de vente physique à travers l'Outaouais, dont au moins un par territoire.
- Dans la dernière année, nous avons ajouté des produits à la collection : des t-shirts pour adultes et pour enfants ! Nous avons fait une séance photo pour la promotion de ces nouveaux chandails.
- Nous avons eu quelques présences terrain pour vendre la collection lors de festivals et événements durant l'année.
- Nous avons fait un partenariat de contenu avec *Urbania* ainsi qu'une collaboration avec l'émission *La gang du matin* au 94,9 Rouge afin de promouvoir la collection.





- Cette année, Tourisme Outaouais (TO) a établi un nouveau partenariat avec RNC MEDIA qui s'est échelonné du 10 juin au 31 octobre 2024.
- Grâce à ce partenariat, **48** capsules ont été tournées dans les cinq territoires de l'Outaouais pour mettre de l'avant leurs attraits culturels, touristiques, gastronomiques et événementiels. Les capsules étaient animées par Anabelle St -Pierre, chroniqueuse culturelle à TVA Gatineau-Ottawa.
- Les capsules de types *reels* ont été publiées sur les médias sociaux, via les nouveaux comptes d'Accent Outaouais (Facebook, Instagram et TikTok), en collaboration avec TO. Les vidéos ont cumulé **plus d'un million** d'impressions sur les trois plateformes combinées.
- En moyenne, **2** capsules étaient aussi diffusées dans les bulletins de nouvelles de TVA Gatineau-Ottawa.





# PARTENARIATS AVEC L'ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC (ALLIANCE)

Afin de propulser l'Outaouais dans les actions marketing positionnant le Québec comme destination de choix pour les touristes, nous investissons dans les campagnes de Bonjour Québec. Voici quelques partenariats clés qui en ont découlé :



- Partenariat de contenu avec *Le Routard*, balados avec *Le Figaro* et tuiles natives sur le marché de la France (mars à juin 2024)
- 6 faces dans le réseau de panneaux digitaux sur le Gardiner Expressway, l'une des autoroutes les plus achalandées à Toronto (mai à juillet 2024)
- Publications sur les réseaux sociaux, tuiles natives et partenariat de contenu BBC sur le marché de l'Ontario et du Nord-Est des États-Unis (mai à août 2024)
- Publicité vidéo de 30 secondes sur la plateforme Netflix Canada sur le marché du Québec et de l'Ontario (juin 2024)
- 2 mentions dans un dossier sur le Québec dans la section XTRA de *La Presse* (juin et septembre 2024)
- Panneau publicitaire sur 10 abribus doubles de Toronto (novembre 2024 à janvier 2025)
- Publications sur les réseaux sociaux et tuiles natives sur le marché de l'Ontario et du Nord-Est des États-Unis (août à septembre 2024 et janvier à mars 2025)



# RELATIONS AVEC LES MÉDIAS TOURISTIQUES

## 994 retombées médiatiques découlant de :

- 500 visites médiatiques chez nos membres
- 60 tournées de familiarisation
- 434 membres suggérés aux médias

## 5 tournages télé

- *Alexis le Randonneur* — été (TVA Sports)
- Une capsule « Quoi faire ce week-end » tournée en direct de l'Outaouais (LCN)
- *Morning Live* : 6 segments (CHCH – Ontario)
- *Échappées Belles* (France TV)
- Tournage dans le parc de la Gatineau (WPBS-TV)

## 55 chroniques radio

- 12 au 101,9 CHIP FM (Quoi faire en Outaouais)
- 19 au 94,9 Rouge (Quoi faire en Outaouais et thématiques)
- 14 au 104,7 Outaouais (Quoi faire en Outaouais)
- 9 à ICI Première Radio-Canada (Quoi faire ce week-end durant l'été et une pendant la semaine de relâche)
- 1 à MATv — TVC Basse-Lièvre (Quoi faire en Outaouais)

+ 150 médias à Montréal, Québec, Ottawa et Toronto ont reçu les nouveautés estivales et hivernales en Outaouais.

16 émissions *Quoi faire ce week-end* sur les ondes de LCN. L'émission est vue par 400 000 personnes les vendredis soir.

220 nouvelles photos provenant des tournées média.

2 945 visibilités pour nos membres  
blogues, imprimés, radio, télé et médias sociaux

## 7 événements de représentation

- 1 bourse en présentiel et virtuel intra-Québec pour les nouveautés hivernales (35 rendez-vous de 20 minutes)
- 1 bourse en présentiel et virtuel intra-Québec pour les nouveautés estivales (40 rendez-vous)
- 1 bourse organisée par la Travel Media Association of Canada (TMAC) à Terre-Neuve (125 médias présents)
- 1 événement média Bonjour Québec à Toronto réunissant 75 médias (30 rendez-vous de 15 minutes)
- 1 bourse média de l'International Media Marketplace à New York (24 rendez-vous clients)
- 1 bourse média de l'International Media Marketplace à Paris (20 rendez-vous clients)
- 1 journée des délégués à Québec avec l'Alliance





# RELATIONS AVEC LES MÉDIAS TOURISTIQUES — LES JOURNALISTES

Des journalistes ont été invités par TO, dont certains en partenariat avec d'autres organisations. Voici quelques exemples :

Marie-Julie Gagnon (tournée de 2022)

La Route des Explorateurs, *Avenue.ca*

Catherine Lefebvre, jury pour *Les meilleurs nouveaux restos d'Air Canada*

Top 30 des nouveaux restos (Caméline)

Tommy Dion (tournée de 2023)

25 restaurants à visiter en 2025, *Le Journal de Montréal*

Tournée média avec Pedro Berruecos, nouvelle agence média au Mexique de l'Alliance

Article sur le Parc Oméga, *Verest Magazine*

*IDEAT* (tournée d'août 2024)

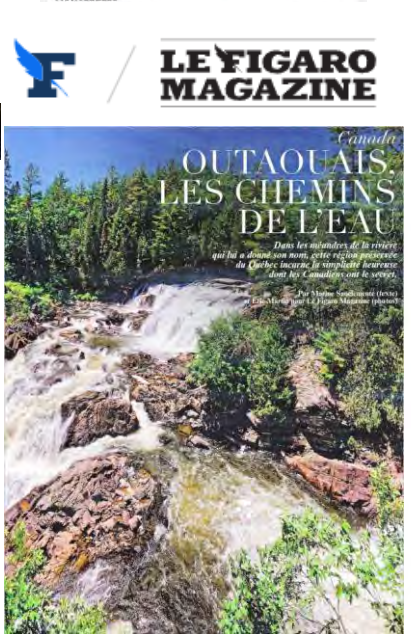
La Route des Explorateurs

André Laroche, (tournée à l'été 2024)

Article sur Aventure Héliante, *Géo Plein Air*

Eleanor Noyce (tournée média Ottawa/Ontario, d'octobre 2024)

Article sur la région de la capitale nationale, *Metro UK*



Voici les 25 restaurants à visiter absolument en 2025

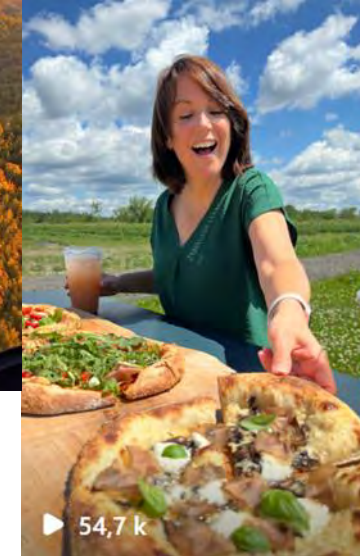


# RELATIONS AVEC LES MÉDIAS TOURISTIQUES — LES CRÉATEURS DE CONTENU

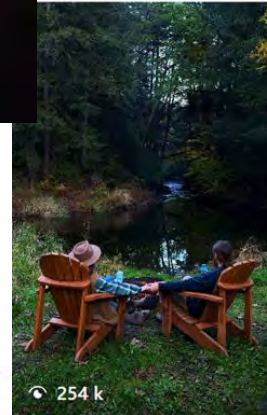
Des influenceurs ont été invités par TO, dont certains en partenariat avec d'autres organisations.

Voici quelques exemples :

- [gigi.in.mtl](#) (ambassadrice de l'Alliance)
- Béatrice Vu
- withaxie (France)
- The Rolling Van
- Kirsten Wendlandt
- Wellness Travelled (Ontario)
- Claudia Coulombe
- Stéphanie Bureau
- Charlottéb123
- Emily Rossignol-Arts



**Stéphanie Bureau : le concours a généré un gain de 1000 nouveaux abonnés pour TO**



**Wellness Travelled: le concours a généré un gain de 2 629 nouveaux abonnés pour TO.  
Impressions totales des publications : 1 080 204**



# RELATIONS AVEC LES MÉDIAS TOURISTIQUES — BLOGUES

Des blogueurs ont été invités par TO, dont certains en partenariat avec d’autres organisations.



## OUTAOUAIS: THE BEST ROAD TRIPS FROM OTTAWA

November 12, 2024 By [Matthew G. Bailey](#) 1 Comment



Walking along the river while admiring Parliament Hill from Gatineau, Quebec.

Nestled along the northern banks of the Ottawa River, Quebec's Outaouais region makes for some of the best road trips from Ottawa. After all, it's only a 20-minute drive from the Ottawa International airport.

Seamlessly blending nature, history, and vibrant city life, this captivating region offers the perfect mix of outdoor adventures, rich French-Canadian culture, and lively urban energy. From exploring the stunning Gatineau Park with its lush forests and hiking trails to wandering through the heritage-filled streets of Gatineau and experiencing the region's renowned museums, Outaouais is a playground for adventurers, history buffs, and culture seekers alike.



## Budget-friendly vs. Splurge-worthy: Montebello, Quebec

By [Jennifer Heston](#)  
Updated February 6, 2025



Source: Pexels.com, Shutterstock.com, Getty Images, iStock.com, Pexels.com, Pexels.com, Pexels.com



April 11, 2025 • Canada Travel

## The Pontiac Region in Outaouais: Explore Quebec's "Far West"

Outaouais loves to describe Le Pontiac as "their very own Far West." It's where unspoiled beauty collides with a rich history, and some of the most warm and welcoming people you'll find anywhere.

Canoe-camping et plein air en famille dans la nature paradisiaque de l'Outaouais  
Avec © 2024 | Camping Outaouais | Pexels

La région de l'Outaouais est un immense territoire de jeu naturel, regorgeant de plans d'eau tranquilles qui abritent de très petits coins de paradis. Cette mise d'or de rivières et de lacs nous a guidés vers notre première expérience de canoe-camping à vie, et en famille en plus! Une magnifique aventure qui fait définitivement partie de nos meilleurs moments de l'été.



## ESCAPADE : UN SÉJOUR PARFAIT EN OUTAOUAIS



08 Jul 2024 par [Théo Dupuis-Carbonneau](#)



Combiner cyclo et agrotourisme en Outaouais : un parcours magnifique accessible à tous  
Avec © 2024 | Outaouais | Pexels

Nous avons dernièrement redécouvert nos valeurs de mixer arts de vivre et de nature à la découverte d'un autre coin de paradis du Québec tout simplement parfait pour tous les âges et tous les goûts, sans en perdre des paysages incroyables. C'est dans le **PIN de Pontiac**, en Outaouais, qu'on a mis le cap pour aller se déposer les jantes sur la **Cycloroute POC**, une piste cyclable de 10 kilomètres aux paysages de parcs d'État et d'une succession de rivières.

C'est un moment magique de l'été! On se sent libre, on s'écroule de bonheur et on se dit d'être gâtés et d'être gâtés à l'extérieur à l'heure du dîner. Le Pontiac et le Cycloroute sont parfaits pour ça.



J'avoue que, mis à part Gatineau, je ne connaissais pas vraiment l'Outaouais. Pourtant, ce n'est pas loin de chez moi, et je l'ai traversé plein de fois en allant à Ottawa. Cette année, j'ai décidé de remédier à la situation!

Voici tout ce que j'ai découvert (et adoré!) en seulement 3 jours :

1. La crèmerie **La Cigale**, située à Chelsea, pour ses saveurs originales. J'ai craqué pour la glace framboises et champagne, et celle framboises et chocolat blanc.
2. Le **Bistro Olivia**, également à Chelsea, et leurs tacos frais et gourmands. Celui au porc coréen est excellent!



## CLAUDIA COULOMBE



Divulgar : Cet article est sponsorisé par Tourisme Outaouais. @outaouais #OutaouaisFun

## Aventure hivernale de 3 jours en Outaouais

La région de l'Outaouais au Québec a toujours été l'un de mes endroits favoris pour m'évader, surtout lorsque j'ai besoin d'un mélange d'aventure en plein air et de détente. Située à seulement une courte distance en voiture de Montréal ou d'Ottawa, c'est la destination idéale pour tous ceux qui aiment être entourés par la nature. Récemment, j'ai passé trois jours inoubliables à explorer **Gatineau Park**, séjourant dans les chalets confortables **HOM Mini Chalets**, et me relaxant au magnifique **Nordik Spa-Nature** à Chelsea.



# RELATIONS AVEC LES MÉDIAS TOURISTIQUES — TOURNAGES

Plusieurs tournages ont été invités par TO, dont certains en partenariat avec d'autres organisations. Voici quelques exemples :

## *Alexis le Randonneur*

Parc régional du Mont Morissette

Capsule pour LCN en direct de l'Outaouais

Château Cartier Hôtel et Resort, Kōena Spa

## *Échappées Belles*

Kîsisam Pâtisserie

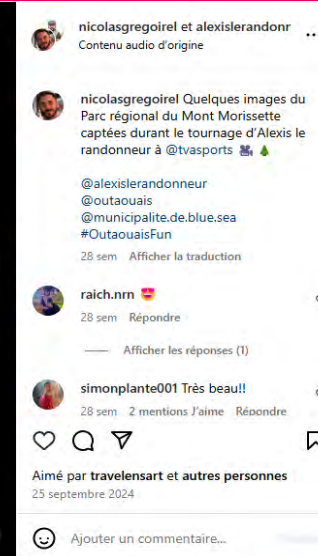
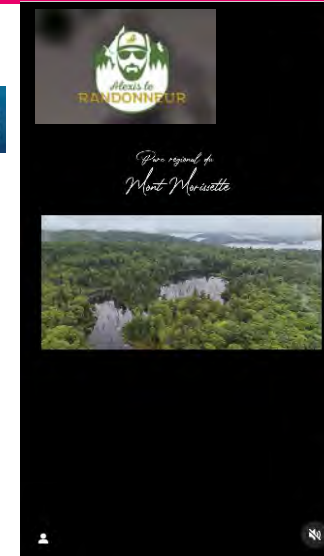
## *Morning Live — CHCH*

Kenauk Nature, Parc Oméga, Nordik Spa  
Village Chelsea, Musée canadien de l'histoire, Igloofest Gatineau, Bal de Neige

## *WPBS-TV*

Parc de la Gatineau : 4 saisons ont été filmées

### À VOS AFFAIRES



## Échappées Belles





# COMMERCIALISATION B2B — TOURNÉES

Tournées de familiarisation et de presse du 1<sup>er</sup> avril 2024 au 31 mars 2025

- 9 tournées de familiarisation avec des réceptifs et des voyageurs, en provenance de divers marchés :
  - France (3) : Jetset Voyages, Visiteurs, TUI, Nomade Aventure, NAAR Voyages, Air Transat, La Route des Voyages
  - Québec (2) : Canada Découverte, Toundra Voyages, Jonview (bureau de Montréal)
  - Mexique (3) : CCW, Julia Tours, Despegar, Travelport, Treasure Travel Mexico, Viajes Palacio, Nuba Mexico, Viajes El Corte Inglés, PriceTravel, Operadora Concierge, Sierra Madre Travel
  - Ontario (1) : Jonview (bureau de Toronto)
- 1 tournée de presse pour le marché des voyageurs spécifiquement en provenance du Mexique, avec 2 journalistes invitées
- 34 membres visités lors de ces tournées
- 36 clients accueillis



# COMMERCIALISATION B2B — REPRÉSENTATIONS

- Participation à 4 bourses de vente : Rendez-vous Canada, Bienvenue Québec, Ontario Motor Coach Association (OMCA), Ottawa Live
- Webinaires présentés aux équipes de Jonview en français et en anglais, auxquels ont participé 120 agents
- 6 missions de vente à l'international :

Allemagne	France	Mexique
<b>1 voyage de vente</b> <b>Partenaires:</b> Tourisme Ottawa et membres <b>Clients :</b> voyagistes et médias <b>Objectif :</b> accroître la visibilité de la destination et renforcer les partenariats avec les professionnels du tourisme	<b>2 voyages de ventes</b> <b>Partenaires:</b> Tourisme Ottawa, membres, Destination Canada (DC) et l'Alliance <b>Clients :</b> voyagistes et médias <b>Objectif :</b> promouvoir le vol direct d'Ottawa-Paris d'Air France	<b>3 voyages de ventes</b> <b>Partenaires:</b> Tourisme Ottawa, l'Alliance et DC <b>Clients :</b> voyagistes et médias <b>Objectif :</b> accroître la visibilité de la destination et renforcer les partenariats avec les professionnels du tourisme





## Collaboration avec Tourisme Laurentides et Tourisme Abitibi-Témiscamingue — Québec des Explorateurs

Le Québec des Explorateurs regroupe les régions des Laurentides, de l'Abitibi-Témiscamingue et de l'Outaouais comme destination sur les marchés internationaux, notamment la France et l'Allemagne. La Route des Explorateurs est le produit phare de ce regroupement. Cette année, plusieurs initiatives ont été réalisées pour la mettre de l'avant :

### **Création d'une nouvelle identité de destination du regroupement et refonte de l'image de marque avec Beauvoir Agence Créative**

- [Dossier de presse](#)
- [Vidéo de destination](#)
- Projets en cours : production de la carte papier et numérique et du site Web

### **Réalisations B2M**

- Campagnes sur les routes du Québec et sur les traditions autochtones avec l'Alliance (France)
- Le Meilleur du Canada 2025 – *Éditions Néopol France/Québec le Mag*
- *Magazine Direction Canada* : publiereportage de 60 pages dans l'édition mars, avril, mai
- Tournées médias :
  - Tournée de presse avec l'équipe de tournage de l'émission *Échappées Belles* (France). Une émission fut diffusée le 14 décembre 2024 et visionnée par **793 000** téléspectateurs (part d'audience de 4 %).
  - Tournée de l'équipe d'*IDEAT Belgique* et publication dans le magazine par la suite (Belgique)
  - Tournée de presse avec la créatrice de contenu Julia Breuing (Allemagne)

# COMMERCIALISATION B2B — PARTENARIATS

## Collaboration avec Tourisme Laurentides et Tourisme Abitibi-Témiscamingue — Québec des Explorateurs (suite)

### Réalisations B2B

- Mission avec Tourisme Ottawa en France et en Allemagne (avril 2024)
- Tournée de familiarisation avec CANUSA (mai 2024)
- Participation à l'événement Canada Showcase Europe en France et enregistrement d'une capsule pour TourMaG en France (novembre 2024)



Enregistrement capsule  
TourMag en France



Fam Tour équipe de produit et de vente  
du tour-opérateur allemand CANUSA



Tournée média de la créatrice de  
contenu allemande Julia Breuing



Publication magazine  
IDEAT en Belgique



Épisode dédié dans l'émission  
Échappées Belles en France



Publireportage 60 pages dans le  
magazine Direction Canada en France



# COMMERCIALISATION B2B — PARTENARIATS

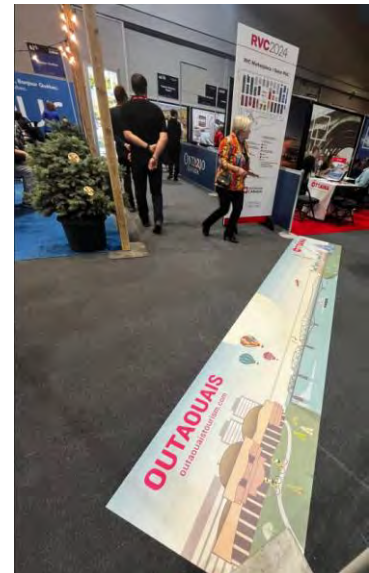
## Collaboration avec Tourisme Ottawa

Déploiement de 3 commandites conjointes aux événements :

- Rendez-vous Canada 2024
- Bienvenue Québec 2024
- National Tour Association 2024



- Participation à l'événement Ottawa Live! — Experience and Connect organisé par Tourisme Ottawa : 13 rendez-vous individuels
- Appels de vente avec Tourisme Ottawa auprès de 5 réceptifs au Québec
- 3 événements de ventes éclair organisés avec des membres des deux organisations à Montréal (13 agences participantes), à Québec (8 agences participantes) et à Toronto (20 agences participantes)
- Tournées de familiarisation en collaboration : 5
- Mission de vente au Mexique : Travel Trade Mexican Workshop du 3 au 6 septembre 2024 (17 agences participantes) et publication dans des magazines de voyages mexicains.



# COMMERCIALISATION B2B — PARTENARIATS

## Collaboration avec Tourisme Ottawa — Mission de ventes à Paris et à Hambourg

- Mission commerciale à Paris et à Hambourg en avril 2024 pour promouvoir la destination auprès des voyageurs et des médias français et allemands.
- La délégation de Tourisme Outaouais et de Tourisme Ottawa était accompagnée de 8 membres des organisations.
- Au total, 15 organisateurs de voyage et 14 médias ont été rencontrés en France, et 6 organisateurs de voyage et 6 médias en Allemagne.
- Formations données aux équipes de ventes de différents voyageurs sur ce qu'offre la destination de la région de la capitale nationale.
- Rendez-vous individuels avec des voyageurs et des médias.
- Tourisme Outaouais et Tourisme Ottawa ont également organisé des déjeuners et des dîners de réseautage afin de consolider les relations avec les clients rencontrés.





## COMMERCIALISATION B2B — SERVICES AUX MEMBRES

### Présentation des actions de TO sur le marché des voyageurs

Une présentation fut organisée le 28 novembre 2024 pour les membres de TO afin de leur offrir une vue d'ensemble stratégique des efforts de promotion de la région sur le marché des voyageurs.

Les participants ont pu découvrir les initiatives mises en place par notre équipe pour attirer et fidéliser les voyageurs et mieux comprendre les objectifs de croissance du tourisme en Outaouais. La présentation a également mis en lumière :

- Les partenariats créés récemment
- Les campagnes de marketing ciblées pour différents marchés qui ont été déployées
- Les opportunités de collaboration avec divers acteurs de l'industrie

L'événement a également permis des échanges entre les professionnels présents lors de l'activité de dégustation de bières d'À La Dérive Brasserie Artisanale qui a suivi. Des activités de réseautage comme celle-ci permettent de renforcer l'engagement des membres envers la vitalité touristique de la région !



**26**  
**participants**

# PROMOTION DES MEMBRES ET DE LA RÉGION

2 584

initiatives de promotion du 1<sup>er</sup> avril 2024 au 31 mars 2025

## Réseaux sociaux

- 428 publications
- 170 publicités

## Promotion

- 13 concours
- 160 publiereportages, partenariats de contenu, TV, radio, pré-roll, bannières publicitaires, etc.
- 112 infolettres (agrément)
- 4 publications imprimées coordonnées par TO (guide touristique, carte vélo et carte des *Chemins d'eau*, dépliant plein air)

## Web

- 116 blogues
- 45 circuits, dont 26 nouveaux

## Présences terrain

- 114 représentations TO lors d'événements et rencontres
- 41 visites pour la prise de contenu (vidéos, photos, réseaux sociaux)
- 83 tournées de familiarisation (60 de relations de presse touristique, 9 pour le tourisme d'affaires et 14 de commercialisation)

## Retombées médiatiques

- 644 communications touristiques (articles, blogues, reportages TV et radio)

## Communications corporatives

- 391 publications Facebook et LinkedIn
- 183 communications corporatives (entrevues, mentions, articles ou reportages dans les médias)
- 80 infolettres corporatives (mensuelles, ciblées, invitations, communiqués de presse)

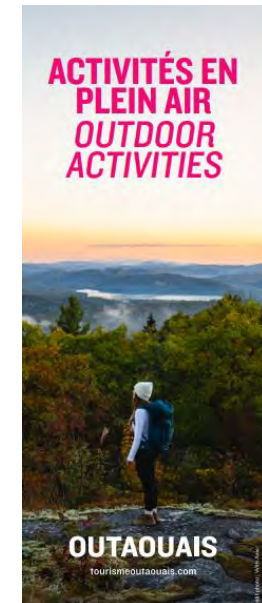
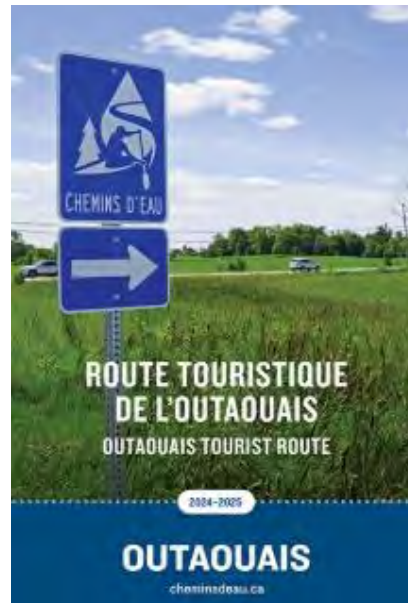


# PROMOTION DES MEMBRES ET DE LA RÉGION

## Outils marketing

Plusieurs outils marketing imprimés et numériques ont connu une refonte ou une mise à jour exhaustive afin d'offrir aux visiteurs la meilleure information pour leur séjour dans la région :

- Guide touristique officiel de l'Outaouais 2025-2026
- Carte des *Chemins d'eau* 2024-2025
- Carte vélo officielle des 5 circuits de l'Outaouais 2025-2026
- Dépliant des activités en plein air



# GUIDE TOURISTIQUE 2025-2026

- TO, en collaboration avec Orkestra, a réalisé une refonte du contenu et du design de son guide touristique pour mettre en valeur son identité de marque et faire rayonner la région grâce à cet outil toujours très demandé par les touristes potentiels et les visiteurs.
- Ce nouveau guide offre une version bilingue de 96 pages en version papier (80 000 copies) et numérique disponible sur le site Web de TO.
- L'inclusion de codes QR permet au guide papier d'être un outil complémentaire à l'information étoffée disponible sur le site Web de TO et de réduire notre empreinte écologique, puisque l'information est condensée.
- La distribution et la diffusion de ce nouveau guide ont débuté en avril 2025.



# OUTAOUAIS

GUIDE TOURISTIQUE OFFICIEL – OFFICIAL TOURIST GUIDE

2025 – 2026



bonjourquébec

TOURISMEOUTAOUAIS.COM



# SALONS, ÉVÉNEMENTS ET ACTIVATIONS

## Salons consommateurs

En partenariat avec les MRC et des partenaires, TO a participé à différents salons pour promouvoir l'offre de la région.

- **Salon du vélo de Montréal** : 21 au 23 février 2025, avec la présence des MRC de Papineau et de Pontiac
- **Salon Aventure et Plein air de Montréal** : 22 et 23 mars 2025, avec la présence de la MRC de Pontiac, de Papineau et de la Vallée-de-la-Gatineau.



# SALONS, ÉVÉNEMENTS ET ACTIVATIONS

## Activations terrain — Protocole d'entente avec la Ville de Gatineau

Grâce au soutien obtenu de la part de la Ville de Gatineau dans le cadre du protocole avec TO, notre équipe a pu commanditer plusieurs événements de la région et se déployer sur le terrain afin d'aller à la rencontre des visiteurs et de promouvoir l'offre touristique de l'Outaouais. Voici quelques exemples :



Grand Tour Vélo Québec 2024



Grands Feux du Casino Lac-Leamy



FMG 2024



Aéro Gatineau-Ottawa



Gatineau Loppet 2025



# SALONS, ÉVÉNEMENTS ET ACTIVATIONS

## Activations terrains, commandites et partenariats autres

TO met aussi en place des ententes de commandites et partenariats en dehors de son protocole avec la Ville de Gatineau, notamment :

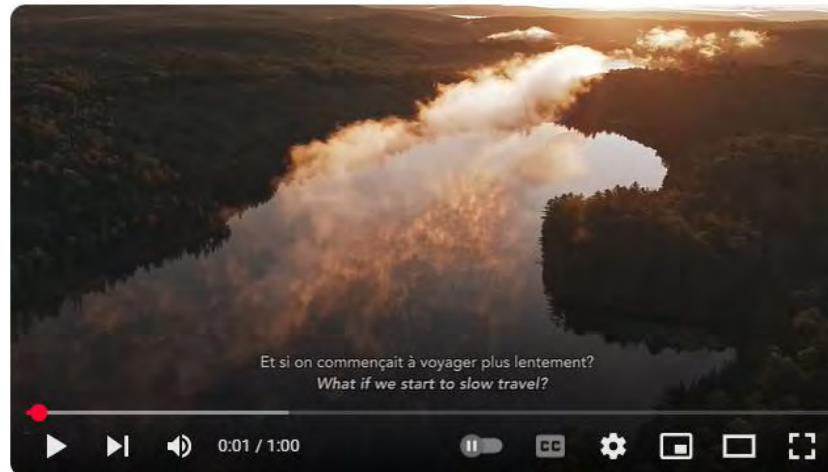
- Des commandites d'événements qui permettent à l'Outaouais de rayonner au-delà des frontières de la région
- Des activations lors d'événements sur les territoires de l'Outaouais afin d'aller à la rencontre des visiteurs partout dans la région
- Du soutien financier à des projets en dehors des programmes du MTO.



Rendez-vous québécois  
du loisir rural



Tamarack  
Ottawa Race Weekend



2024 World Trails Conference  
Vidéo sur le tourisme lent présentée lors d'un  
des ateliers



Oktoberfest Ladysmith



# **CAMPAGNE ANNUELLE 2024-2025**





## Objectifs

- Accroître la notoriété de la région de l'Outaouais
- Accroître l'engagement avec le contenu numérique
- Augmenter nos banques d'abonnés (réseaux sociaux et infolettres)
- Faire circuler les touristes et les locaux sur l'ensemble du territoire de l'Outaouais (Gatineau et les MRC)
- Faire augmenter la durée du séjour dans la région afin de soutenir les hôteliers
- Aider le visiteur à planifier son séjour et l'outiller à destination
- Accroître la conversion chez nos partenaires



# RÉSULTATS DE LA CAMPAGNE ANNUELLE

## Résultats globaux

Du 1<sup>er</sup> avril 2024 au 31 mars 2025

Tactiques	Impressions	Clics	CTR	CPC
Publicités Meta	35 255 403	755 189	2,14 %	0,38 \$
Campagnes Google	20 631 635	66 560	0,32 %	2,42 \$
Publicités Pinterest	2 058 668	7 419	0,36 %	3,36 \$
	57 945 706	829 168	1,43 %	0,57 \$

Impressions : nombre de fois qu’une annonce est affichée

CTR (*click-through rate*) : clics/impressions

CPC : coût par clic

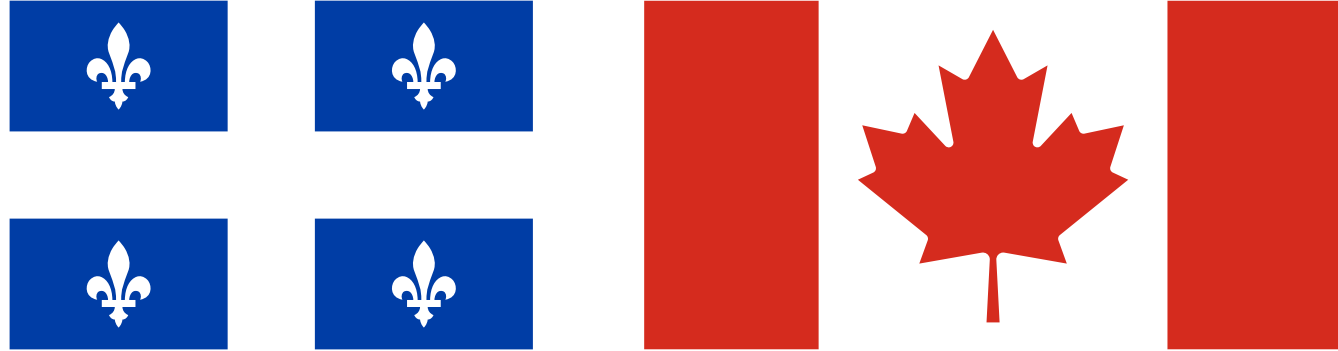




# MARCHÉS

## Marchés prioritaires

- Montréal (RMR)
- Ottawa et les environs
- Outaouais




## Marchés secondaires

- Ontario (Toronto)
- Nord-Est des États-Unis
- Mexique
- France
- Angleterre
- Allemagne




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

## Événements Attractions Québec et le Bal de Neige



# OUTAOUAIS

[tourismeoutaouais.com](http://tourismeoutaouais.com)



### Trois fins de semaine de plaisir sous la neige en Outaouais!

Plongez dans la frénésie de la 47<sup>e</sup> édition du Bal de Neige du 31 janvier au 17 février 2025! Découvrez une programmation éclatante où les plaisirs enneigés, les activités en famille et les animations transforment l'hiver en une saison festive. Profitez des moments magiques au Domaine des flocons, le plus grand terrain de jeux hivernal, situé dans la partie nord du parc Jacques-Cartier à Gatineau.

## EDIBLE — Automne

## DISCOVER THE FALL FLAVOURS OF THE OUTAOUAIS

Fall in the Outaouais is a symphony of vibrant colours, a breath of crisp fresh air, and an invitation to discover outstanding local produce. When the leaves turn from green to red, orange and yellow, it's the perfect time to savour the joys of agritourism!

### THE ART OF PICK-YOUR-OWN

Pick-your-own in the Outaouais is a popular tradition that appeals to young and old alike. Picture yourself, basket in hand, roaming through orchards filled with juicy apples and fields of colourful pumpkins and squash. A stop at Courges & cie is a must to find the most beautiful Halloween pumpkin. And who knows? It might also end up in a tasty pie. Take the opportunity to sample the delicious fare served at their "Halle gourmande" food stand. And why not extend your outing with a visit to Potager Écologique? Sample seasonal delights and enjoy the picnic and children's area!

### AUTUMN FLAVOURS: FRESH LOCAL PRODUCE

A visit to a farmers' market, such as the Old Aylmer Public Market, is sure to satisfy even the most discerning palate. You'll be charmed by the local produce, dedicated producers, and friendly atmosphere. Head to Montebello for delicious, multi-award-winning local cheeses at Fromagerie Montebello, and a traditional range of chocolates and chocolate bars made with certified organic and fair trade chocolate at ChocoMotive.

### A SPARKLING JOURNEY TO THE HEART OF THE SEASON

No food tour of the Outaouais would be complete without tasting the artisanal ciders at Coronation Hill Cider Mills, which you can sample on site, or Verger Merleau, where you can even pick your own apples. Oenophiles can also discover the wines of Little Red Wagon Winery, Domaine de Pontiac Village, and Domaine du Mont-Vérou, where you can immerse yourself in the world of winemaking.

### PLAN YOUR GOURMET GETAWAY!

[OUTAOUAISTOURISM.COM](http://OUTAOUAISTOURISM.COM)





## EDIBLE — Hiver

## BREWED HERE, SAVORED EVERYWHERE!

Explore the unique flavors of the Outaouais craft beers, brewed locally with passion and creativity. Raise a glass, and enjoy the authentic taste of the region's finest brews.



### À LA DÉRIVE BRASSERIE ARTISANALE

The concept behind it? Creating quality craft beers with local ingredients, and minimizing the brewery's ecological footprint (the enterprise discards less than 120 litres of waste every two weeks!). There's a good reason the beers are so good: they're brewed with 100% Québec grain. Gourmet cuisine and beers inspired by northern botanicals await you!

### CHelsea & Co CRAFT BREWERY

There's something new in the quaint village of Chelsea: the Chelsea & Co Craft Brewery! It's the perfect place to enjoy a refreshing local brew before heading out to explore the surrounding area and not-to-be-missed Gatineau Park.

### BRASSEURS DE MONTEBELLO

From bold IPAs to refreshing lagers, a varied range will appeal to the most discerning connoisseurs. The microbrewery factory also offers a wide selection of take-away beers to share the authentic taste of Montebello. You can sample all their beers at the Souche restaurant at 485 Main Street in Montebello.

### BRASSERIE DU BAS-CANADA

Proudly independent, the Brasserie du Bas-Canada creates highly popular craft beers, all brewed on site and available for sampling in the tasting room. A delight for the taste buds, the various IPAs and stouts will also delight your eyes with their colourful labels. An absolute must: their food menu from a partner restaurant!

### 5<sup>E</sup> BARON MICROBREWERY

The 5<sup>e</sup> Baron Microbrewery ("5th baron"), was founded by three young entrepreneurs. With its locally sourced menu, it's already become a favourite destination for beer lovers. A nod to history, the brewery's name refers to Matthew-Whitworth-Aylmer, fifth Baron of Aylmer and former governor general of British North America in 1830.

### BRASSERIE ARTISANALE GALLICUS

The Brasserie artisanale Gallicus offers quality beers with a focus on IPA, seasonally-inspired beers, and mixed fermentation beers. To be enjoyed on site or to go, in cans or bottles—anything is possible!

### READY, SET, SIP! GET A TASTE OF THE OUTAOUAIS - WHERE THE BEER IS AS BOLD AS THE ADVENTURE!

### PLAN YOUR GOURMET GETAWAY!



[OUTAOUAISTOURISM.COM](http://OUTAOUAISTOURISM.COM)



# PARTENARIATS DE CONTENU

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





**L'Outaouais,  
votre destination hivernale par excellence!**

Sortez vos mitaines, votre plus beau sourire et sautez à fond dans les plaisirs hivernaux en Outaouais! Enfilez vos raquettes, patinez, découvrez le traineau à chiens, pêchez sur la glace, dévaliez les pistes et amusez-vous. Prolongez votre séjour dans des refuges douilletts et savourez de bons plats réconfortants. Profitez des activités hivernales et partagez de beaux moments en famille!

[En savoir plus](#)







## La Presse – Cahier Notre Québec

**UNE DESTINATION DE RÊVE OÙ S'ÉVADER.**



**L'OUTAOUAIS C'EST TOUT ÇA!**

TOURISMEOUTAOUAIS.COM

VÉLO

CULTURE


PLEIN AIR

GOURMAND



### Your Family Getaway Guide to the Outaouais

This beautiful region is waiting to be explored: join us on this three-day itinerary showcasing the best of the Outaouais.



Arbraska Laffèche; Photo: Myriam Baril-Tessier

Created for **OUTAOUAIS**

For thrilling outdoor activities, serene moments surrounded by nature with gourmet stops along the way, the Outaouais is a destination that caters to every member of the family.

# MISER SUR LE TOURISME LOCAL

Voici quelques exemples de partenariats de contenu mis en place pour faire la promotion de la région dans les médias locaux.

**Objectif :** promouvoir la région auprès des gens de l'Outaouais et les inciter à (re)découvrir leur région et à se déplacer sur l'ensemble du territoire.

## 104.7 Outaouais

Chroniques radio à l'émission *LP, le midi* 1 fois par mois pendant **12 mois** (avril 2024 à mars 2025).

## La Presse Touristique

Publireportage et bannières Web dans l'édition de juin 2024 et publicité d'une demi-page dans l'édition de septembre 2024.

## La Tribune

Article et bannières Web à l'automne 2024 pour mettre de l'avant les endroits où profiter du coloris automnal en Outaouais.





# CAMPAGNE POURVOIRIE

- Partenariats de contenu avec la Fédération des pourvoiries du Québec, Aventure Chasse et Pêche et Hooké pour la promotion de la chasse et la pêche.
- Publicité télé francophone diffusée à RDS, Noovo et RPM.



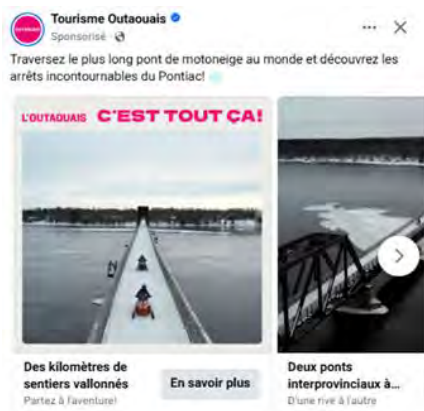


# PLANS MRC 2024-2025

Les plans MRC sont des ententes mises en place entre TO et les MRC afin de faire rayonner les territoires dans notre campagne marketing. Ces opportunités permettent aux partenaires de profiter de l'effet de levier de nos investissements afin d'atteindre une plus grande portée dans leurs actions.

Plusieurs belles visibilités ont découlé des plans MRC dans la dernière année. Parmi celles-ci, notons :

- Un publireportage dans l'édition automnale du magazine *Géo Plein Air* (**Vallée-de-la-Gatineau**)
- Un article commandité avec NoovoMoi et bannières Web sur le site du média (**Petite Nation**)
- Un article et une publicité demi-page dans un cahier de *La Presse touristique* (**Pontiac**)
- Un partenariat de contenu avec Événement Attraction Québec (**Collines-de-l'Outaouais**)





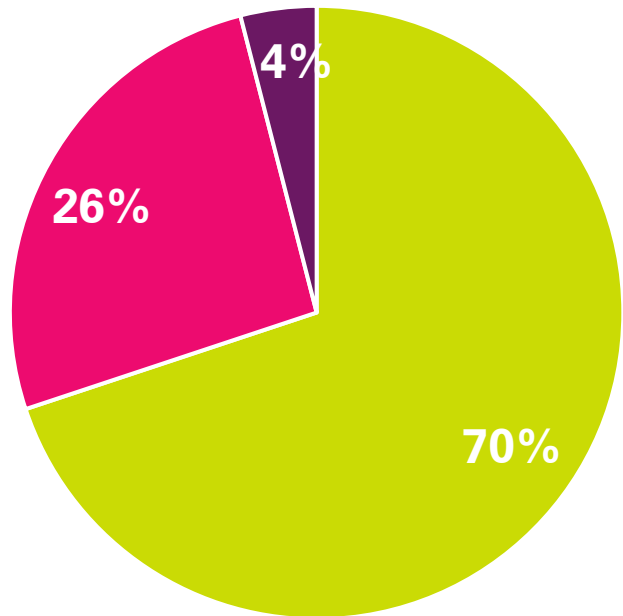


**PLATEFORMES  
NUMÉRIQUES**



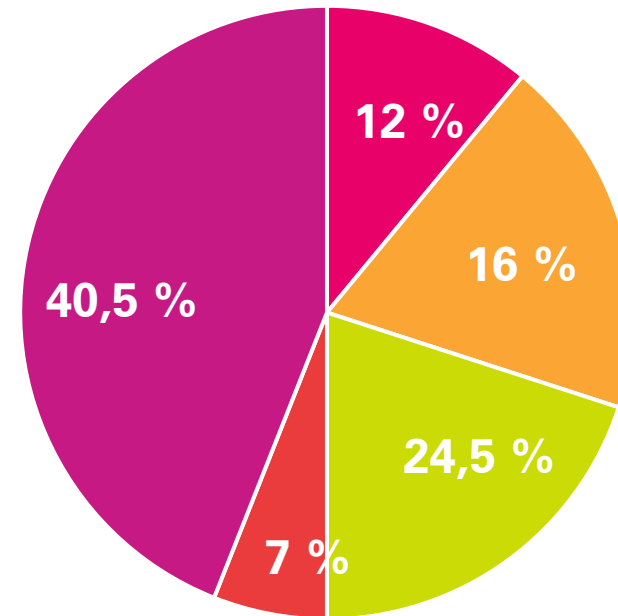
1<sup>er</sup> avril 2024 au 31 mars 2025

Type d'appareil utilisé



■ Mobile ■ Ordinateur ■ Tablette

Provenance des utilisateurs



■ Ottawa ■ Montréal ■ Gatineau ■ Toronto ■ Autres régions

## NOTE IMPORTANTE :

Depuis novembre 2023, nous avons fait l'ajout de témoins (*cookies*) à la suite de l'entrée en vigueur de la loi sur la vie privée. Une fenêtre apparaît et demande à l'utilisateur d'accepter ou non les témoins lors de sa visite sur notre site Web. Ces données ne représentent donc que les utilisateurs ayant accepté le suivi des témoins.



1<sup>er</sup> avril 2024 au 31 mars 2025

- 116 blogues rédigés ou mis à jour
- Près de 100 000 pages vues
- Temps moyen passé (engagement) : 1:06
- Nos blogues les plus populaires :
  1. Le calendrier des marchés de Noël de l'Outaouais
  2. Où faire du camping en Outaouais
  3. 10 plages où profiter de l'été
  4. Des idées d'activités familiales pour jour de tempête (activités intérieures)
  5. Le brunch à son meilleur en Outaouais



## LE BRUNCH À SON MEILLEUR EN OUTAOUAIS

Ah, le brunch ! Les lève-tard le savent : il n'y a rien de mieux que de commencer la journée en se payant la traite avec un bon repas déjeuner (souvent cochon !). Bien que le brunch soit plus un luxe de fin de semaine, on ne juge personne et on envie ceux qui en profitent également les jours de semaine. Vous devenez personnellement nos héros ! Pour varier vos choix lorsque l'envie d'un brunch vous prend, voici des suggestions de restaurants à essayer absolument en Outaouais !

LIRE



## LE CALENDRIER DES MARCHÉS DE NOËL DE L'OUTAOUAIS

À l'approche des fêtes, l'Outaouais se transforme et la magie opère. Les maisons s'illuminent grâce à des centaines de lumières, les couronnes apparaissent sur les portes d'entrée, les sapins reprennent leur place au milieu des salons et les marchés de Noël animent à nouveau nos soirées.

LIRE



## OÙ FAIRE DU CAMPING EN OUTAOUAIS

L'été s'en vient et on est prêt à mettre notre main au feu que l'activité officielle de la saison estivale sera le CAMPING ! Que vous soyez habitué à la vie en tente de nylon ou que vous souhaitiez vous initier aux joies de ce mode de vie en plein air, voici quelques suggestions de camping à visiter en Outaouais cet été ! Faites l'inventaire de votre équipement et préparez-vous à vivre des moments magiques dans le calme de la nature.

LIRE

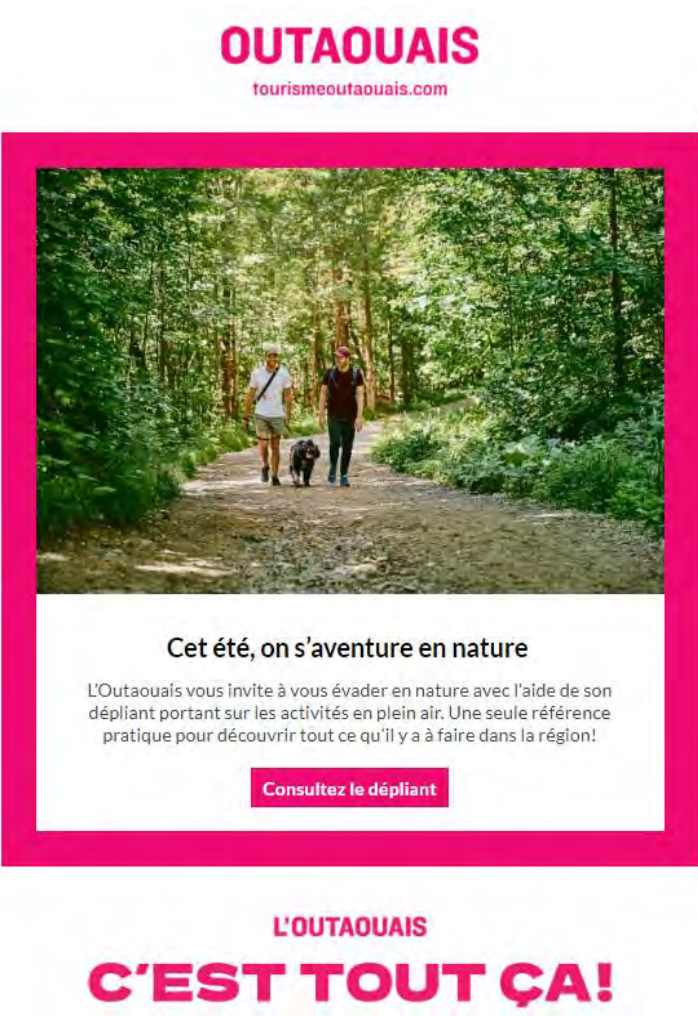
1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2024

NOMBRE D'ABONNÉS	36 338*
TAUX D'OUVERTURE TOTAL MOYEN	28,32 %
TAUX DE CLICS TOTAUX MOYEN	1,75 %

Comparatifs de l'industrie

Taux d'ouverture de l'industrie : 24 %  
Taux de clics de l'industrie : 2 %

**\* NOTE IMPORTANTE :**  
Le nombre d'abonnés total a légèrement diminué cette année bien que nous en ayons acquis des nouveaux, car nous avons effectué un ménage de notre liste en supprimant les contacts qui n'avaient pas ouvert nos courriels depuis plusieurs années.





# MÉDIAS SOCIAUX — FACEBOOK ET INSTAGRAM

1<sup>er</sup> avril 2024 au 31 mars 2025

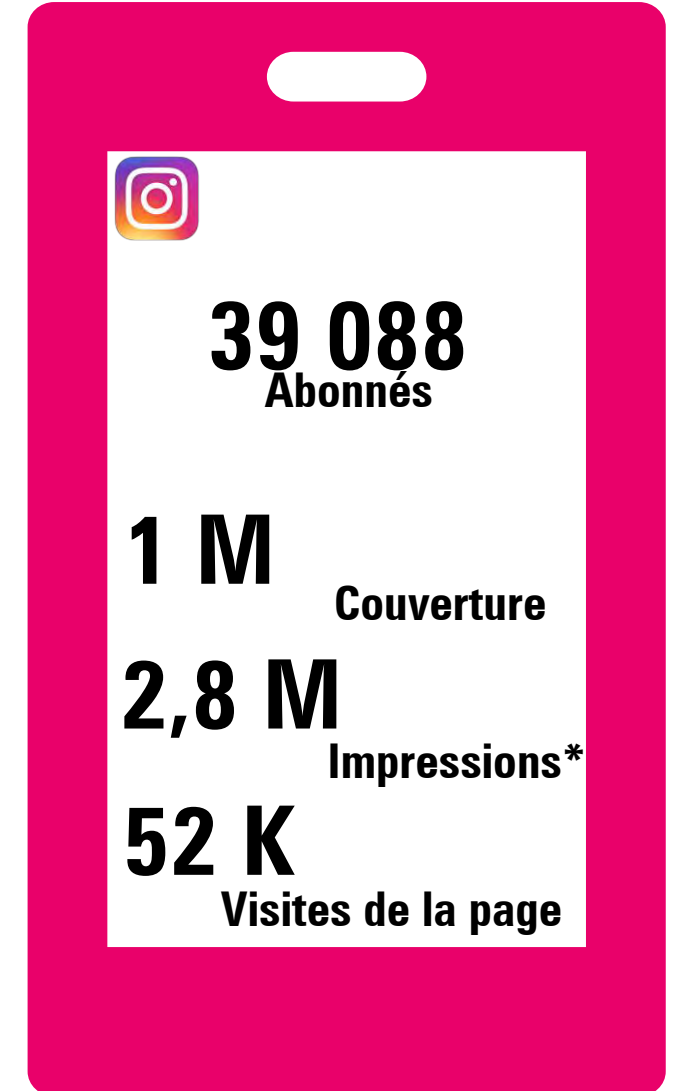
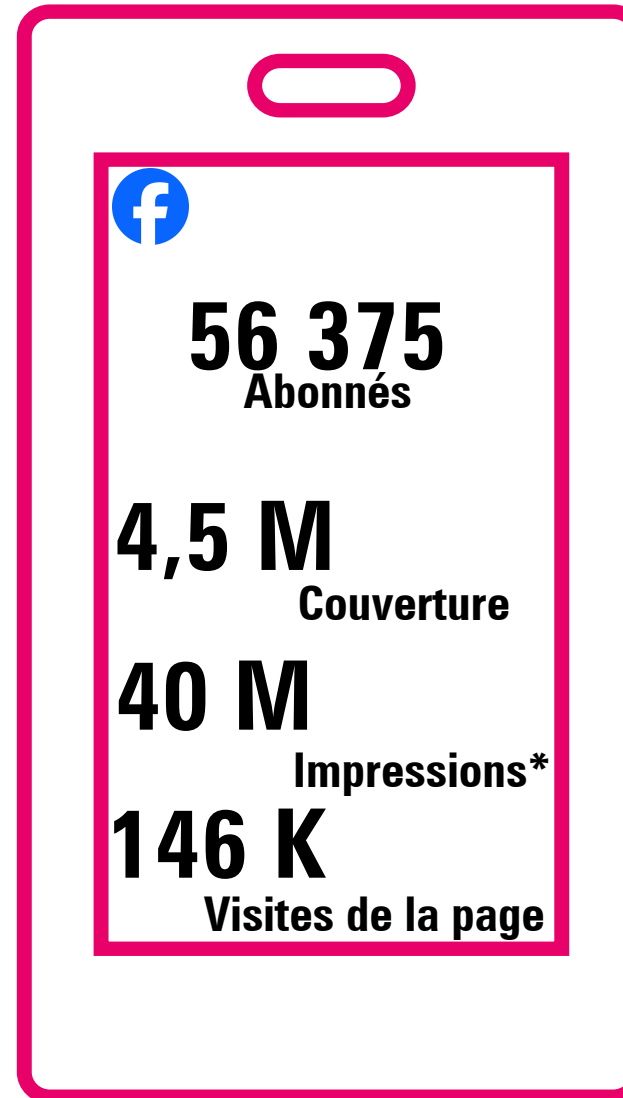
On continue **de voir une belle augmentation du nombre d'abonnés** à nos plateformes sociales.



↑ **8,6 %**



↑ **42,7 %**



\*Impressions des placements payés

# MÉDIAS SOCIAUX — TIKTOK ET PINTEREST

1<sup>er</sup> avril 2024 au 31 mars 2025

Les indicateurs de nos plateformes TikTok et Pinterest sont également à la hausse. TO est sur TikTok depuis janvier 2024 et a recommencé à publier plus fréquemment sur Pinterest au même moment.



↑ **165 %**  
(Abonnés)



↑ **134 %**  
(Clics d'épingles)



\*Impressions des placements payés



# TOURISME GOURMAND





# TOURISME GOURMAND — LES MEMBRES

Nous comptons plusieurs membres qui contribuent à l'offre de tourisme gourmand dans la région :

- **73** restaurants incluant les bars
- **15** artisans gourmets
- **7** sites d'autocueillette
- **2** cabanes à sucre
- **4** marchés publics
- **7** microbrasseries et distilleries
- **4** vignobles
- **3** fermes





# TOURISME GOURMAND — PARTENARIAT

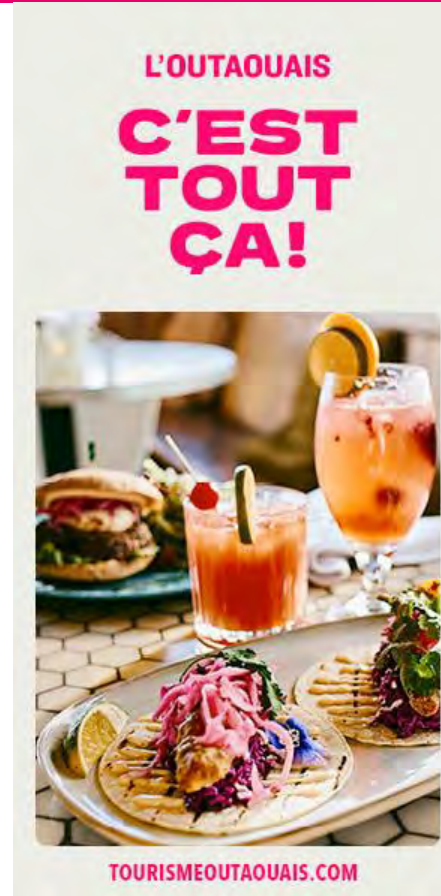
## Partenariat avec Terroir et Saveurs du Québec

### Objectif

- Promouvoir l'agrotourisme au Québec durant la période estivale 2024
- Rassembler plusieurs associations touristiques régionales autour d'un projet commun

### Chroniques radio au 104,7 Outaouais

- Pendant quelques semaines de l'été 2024, l'offre gourmande de différentes régions était mise à l'honneur, sous format de 4 chroniques agrotouristiques (du lundi au jeudi). Chaque région participante avait une semaine qui lui était dédiée.
- L'Outaouais était mis en valeur dans la semaine du 26 juillet 2024. Des entrepreneurs de la région ont été invités pour une entrevue avec l'animatrice Élisabeth Crête :
  - Jasmin Denis-Fournier de la Maison Oddo
  - Philippe Thompson de Courges et cie
  - Sébastien Gandy d'À La Dérive Brasserie Artisanale
  - Manuela Teixeira de la Distillerie du Square
- Les chroniques radio ont été diffusées en simultané dans l'ensemble de la province, puis étaient ensuite disponibles en format balado sur les plateformes du 104,7 Outaouais.
- Des bannières ont aussi été diffusées sur les plateformes numériques de la station de radio.



## DEUXIÈME ÉDITION – L'OUTAOUAIS AU MENU

- La deuxième édition de l'événement *L'Outaouais au menu* a eu lieu du 31 octobre au 16 novembre 2024.
- Les clients ont profité d'une table d'hôte de trois services (54 \$ ou 74 \$), mettant en valeur le talent des chefs locaux et la richesse des produits du terroir.
- **25** restaurants membres ont participé, répartis dans quatre territoires de l'Outaouais.
- Avec le succès de cette deuxième édition, nous avons confirmé une troisième édition qui aura lieu à l'automne 2025.
- Retombées médias : **6** articles et **2** segments à la radio
- Un investissement de plus de 50 000 \$ a été consacré à une stratégie de promotion visant à maximiser la portée de l'événement : un partenariat de contenu avec TASTET, des visibilité média (capsule à LCN et chronique radio au 104,7 Outaouais), des infolettres, des publicités numériques, un concours sur les réseaux sociaux, de l'affichage dans la région et un tournage photo/vidéo ont été mis en place.
- Deux articles ont été publiés sur la plateforme TASTET :
  - [L'Outaouais au menu : une invitation à savourer la région](#)
  - [Cinq coups de cœur à découvrir pendant L'Outaouais au menu](#)





## NOUVEL ÉVÉNEMENT – L'OUTAOUAIS EN CUISINE

- Tourisme Outaouais (TO), en partenariat avec l'École hôtelière de l'Outaouais (EHO), a présenté la première édition du concours *L'Outaouais en cuisine*. **Douze chefs** ont eu le mandat de concocter des recettes de bouchées salées ou sucrées spécialement conçues pour l'occasion. Chaque concurrent était jumelé à une brigade de quatre étudiants de l'EHO qui devaient relever le défi de préparer et présenter les bouchées lors d'un cocktail dînatoire ouvert au public. La soirée a été un succès et a réuni près de **150 personnes**. Une 2<sup>e</sup> édition est prévue en 2026 !
- Au terme de la soirée, deux prix ont été décernés à deux chefs et à leur brigade d'étudiants. Le gagnant du Prix du jury a obtenu une bourse de 5 000 \$ et la gagnante du Prix coup de cœur du public, un panier de produits locaux et chèques-cadeaux. Une capsule professionnelle a également été tournée pour les faire rayonner sur les plateformes de TO !
- Les producteurs locaux ont bien été mis en valeur aussi, alors que les chefs devaient utiliser au moins un ingrédient d'un producteur local dans leur recette, et que les commanditaires de l'événement, présents lors de la soirée, étaient Le petit bar à vin, À La Dérive Brasserie Artisanale et Croquez l'Outaouais!.
- Ce projet a été financé par l'*Entente sectorielle de développement du secteur bioalimentaire de l'Outaouais 2022-2025 (ESBO)*.



Prix du jury :  
Liam Carey  
La Maison du Village



Prix coup de cœur du public :  
Marie-Ève Gingras  
Moulin Wakefield Mill Hôtel & Spa

# L'OUTAOUAIS BRASSICOLE



Le circuit *L'Outaouais brassicole* était une initiative visant à inciter les visiteurs et les résidents de l'Outaouais à découvrir les **7** microbrasseries de la région. Le projet a été lancé à l'automne 2023 et a pris fin à l'automne 2024.

Un système de récompenses avait été mis en place :

- Les personnes qui visitaient quatre microbrasseries recevaient un verre à l'effigie de *L'Outaouais brassicole*, dont le design avait été réalisé par un artiste local.
- De plus, les participants qui visitaient toutes les microbrasseries étaient admissibles à un concours pour gagner un forfait culturel et gourmand.

Au total, **415** comptes ont été créés sur la plateforme !

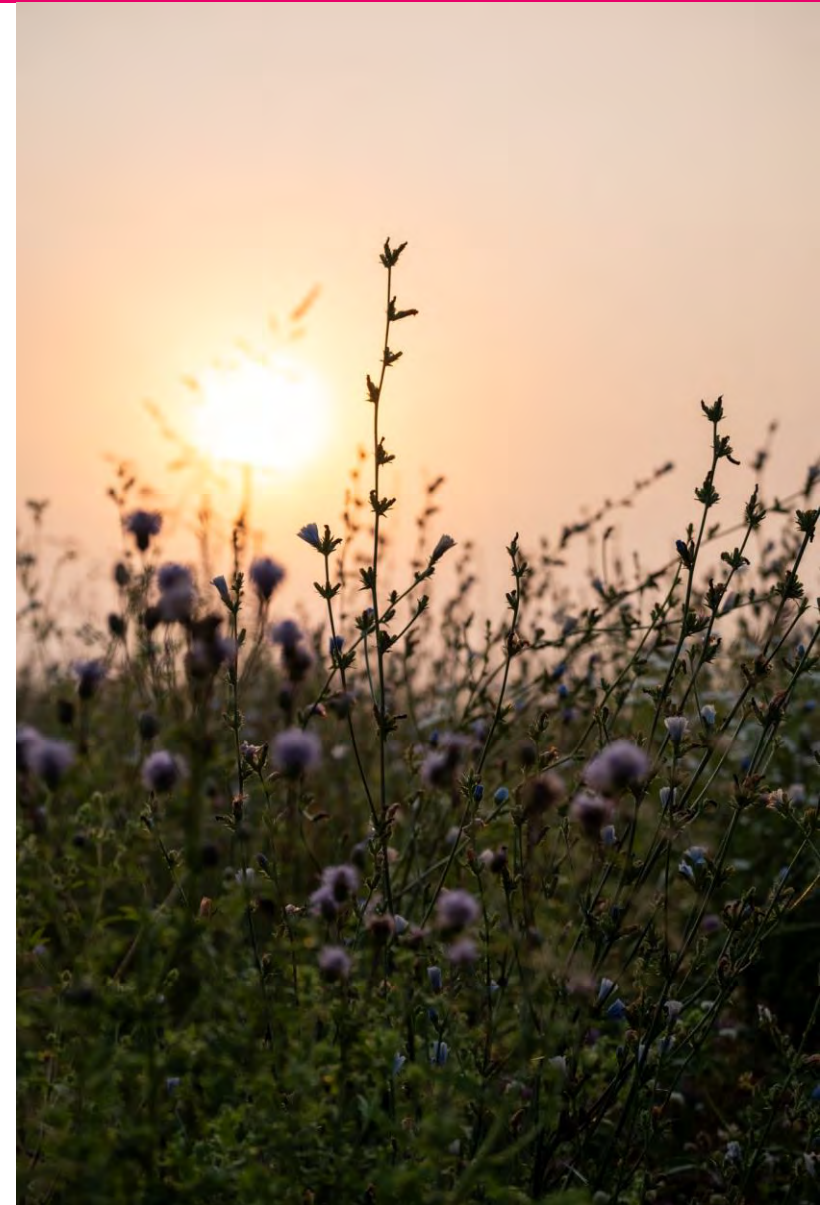




### Vitrine Agro

Ce fonds souhaite soutenir le développement de l'agrotourisme et du tourisme gourmand dans la région.

- Cette année, 5 projets ont été déposés et financés pour un total de 203 947 \$ en soutien financier.
- Le programme suscite toujours autant d'engouement auprès de nos membres. Nous collaborons avec Terroir et Saveurs du Québec, qui accompagne des entreprises dans l'élaboration d'un diagnostic et d'un plan d'action qui serviront de base à de nouveaux projets et demandes de financement potentielles.
- Nous avons aussi développé une collaboration avec le ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) et Développement économique Canada pour faciliter les financements complémentaires.







**ÉQUIPE DE TO**



# DIRECTION



**GENEVIÈVE LATULIPPE**  
Présidente-directrice  
générale



**FRÉDÉRIQUE HENRY**  
Directrice générale adjointe



**ANDRÉ GROULX**  
Directeur — événements  
d'affaires et développement



**ÉMILIE VALLÉE**  
Directrice — marketing et  
partenariats stratégiques



**LYNE AUBÉ**  
Directrice — finances et  
administration

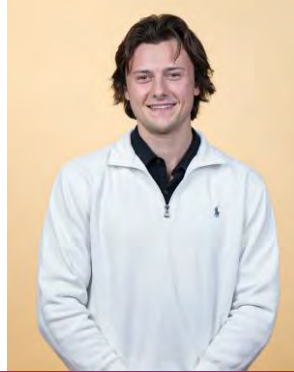


**MARTINE DESCHÊNES**  
Directrice — adjointe à la  
PDG

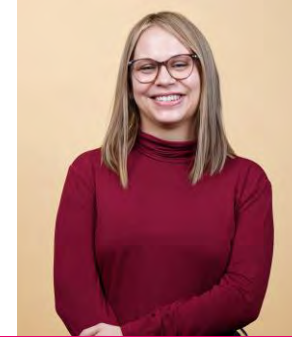


**MELISA VAZQUEZ**  
Directrice — services aux  
membres et aux visiteurs

# SERVICES AUX MEMBRES ET AUX VISITEURS



**JEREMY HOWARD**  
Conseiller — service aux  
membres



**MAUDE LALONDE**  
Coordonnatrice — service  
aux membres



**NATACHA CARRIÈRES**  
Chef des préposés à  
l'information touristique  
(Montebello)



**TAMARA ABASCAL**  
Conseillère en séjour





**ALICE CHARBONNEAU-  
BERNIER**

Gestionnaire —  
communications et  
relations publiques



**LOU-ANNE RIOUX**

Chargée de projets  
touristiques

# MARKETING



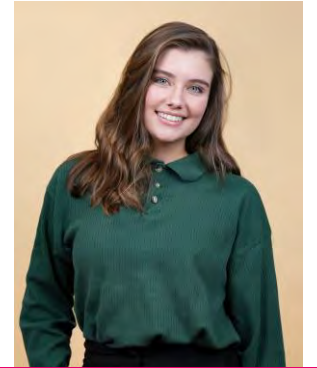
**ANIK GIRARD**  
Conseillère marketing



**ANNIE LÉVEILLÉE**  
Déléguee principale —  
relations avec les médias  
touristiques



**CAMILLE LABONTÉ**  
Conseillère — contenu  
numérique (consultante)



**CATHERINE JONES**  
Coordonnatrice — vente et  
marketing



**CHLOÉ BARRETTE  
LABONTÉ**  
Déléguee — marché des  
voyagistes



**CHRISTINE MAILHIOT**  
Gestionnaire marketing



**ÉLODIE BEAUVAIS**  
Conceptrice — rédactrice  
numérique



**ÉRIC BOYER**  
Responsable des TI et  
plateformes numériques



# MARKETING



**GAËLLE DOROTHÉE  
JEUDY**  
Développeuse Web junior



**JUSTINE FULLUM**  
Conseillère marketing



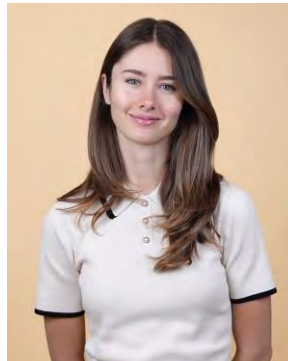
**LÉONY HUARD**  
Conseillère marketing junior



**MARILYN SAVOIE**  
Gestionnaire marketing  
(congé de maternité)



**NOÉMIE FRADETTE**  
Conseillère — contenu  
numérique



**SARAH TANGUAY**  
Coordonnatrice —  
marketing



**VÉRONIC GAUTHIER**  
Coordonnatrice des médias  
touristiques



**GILLIANE CYR**  
Gestionnaire —  
développement stratégique



**TRACY CAMPBELL**  
Déléguee — marché  
affaires



## MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

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

Marie-Pier Riel et Michel Merleau

### Représentants du territoire de Papineau

Hélène Léger 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 Catherine Lemay

### Représentants de l'agglomération de Gatineau

Andréane Leblanc et Lise Sarazin

### Administrateur élu parmi les membres percevant la taxe sur l'hébergement

Steve Chang

### Administratrice cooptée

Marie-Josée Beaulieu

### Observateur désigné par la Ville de Gatineau

Mario Aubé

### Comité exécutif

Lélia Bâcle-Mainguy  
Présidente

Michel Merleau  
Vice-président

Simon Trudeau  
Secrétaire-trésorier

# COMITÉS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

## Comité de gouvernance

Lélia Bâcle-Mainguy, Amélie Rocheleau Leclair,  
Catherine Lemay

## Comité de vérification et de finance

Brittany Morin, Steve Chang et Simon Trudeau

## Comité du membership

Lise Sarazin, Amélie Rocheleau Leclair et Hélène  
Léger

## Comité de mise en nomination

Andréane Leblanc et Michel Merleau

## Comité ressources humaines

Marie-Josée Beaulieu, Marie-Pier Riel et Brittany Morin

## Comité pour l'évaluation de la présidence-direction générale

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

## Comité du fonds de développement touristique

Lise Sarazin et Steve Chang

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

Steve Chang