

RAPPORT ANNUEL 2025-2026

TOURISME
OUTAOUAIS

TABLE DES MATIÈRES

<u>Mot de la présidente</u>	p. 3-5
<u>L'association touristique régionale</u>	p. 6-10
<u>Positionnement dans l'écosystème touristique</u>	p. 11-20
<u>Services aux membres et visiteurs</u>	p. 21-29
<u>Hébergement</u>	p. 30-32
<u>Programmes et développement</u>	p. 33-38
<u>Tourisme d'affaires</u>	p. 39-48
<u>Marketing</u>	p. 49-68
<u>Campagne annuelle 2025-2026</u>	p. 69-78
<u>Plateformes numériques</u>	p. 79-84
<u>Tourisme gourmand</u>	p. 85-90
<u>Équipe de TO</u>	p. 91-100

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Membres et partenaires de l'industrie touristique,

Au moment de dresser le bilan de l'année 2025-2026, je suis fière du chemin parcouru par Tourisme Outaouais (TO) et l'industrie touristique régionale. Cette période aura été marquée par des avancées importantes pour la destination, mais aussi par des défis qui ont appelé l'organisation à faire preuve d'agilité, à se renouveler et, surtout, à maintenir des liens étroits avec ses membres, ses partenaires et les visiteurs.

Faits saillants 2025-2026

Le statut de porte d'entrée touristique du Québec dont bénéficie l'Outaouais s'est une fois de plus traduit par des leviers concrets pour la région. Le ministère du Tourisme a confié à TO un mandat visant à stimuler le tourisme d'affaires, en plus de lui accorder une aide financière pour soutenir le développement d'une offre hivernale distinctive et résiliente. Ces initiatives confirment le rôle stratégique de l'Outaouais et sa capacité à attirer davantage de visiteurs au Québec.

En tourisme d'affaires, l'octroi de 1,5 M\$ à TO et l'annonce de l'agrandissement du centre de congrès du complexe Hôtel-Casino du Lac-Leamy ouvrent des perspectives particulièrement porteuses pour Gatineau et l'ensemble de la région. Ce contexte permettra d'intensifier les démarches visant à attirer des congrès et des événements d'envergure nationale et internationale, à établir de nouvelles collaborations et à maximiser les retombées économiques et intellectuelles de ce secteur.

La vitalité de la destination se reflète également dans les données d'achalandage. En 2025, le nombre de nuitées réservées dans la région a augmenté de près de 6 % (source : [ministère du Tourisme](#)), un résultat qui témoigne de l'attractivité en croissance de l'Outaouais.

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Mais l'année 2025-2026 aura aussi demandé une grande capacité d'adaptation à l'équipe de TO. Le sinistre survenu le 16 septembre 2025 à La maison du tourisme a entraîné la relocalisation temporaire des espaces de travail et du bureau d'accueil de Gatineau. Cet événement a eu lieu alors que TO amorçait déjà une réflexion sur l'évolution de l'accueil, dans un contexte où les habitudes des visiteurs et les technologies changent rapidement. Une première phase d'une stratégie d'accueil a ainsi été déployée afin d'accroître sa présence sur le territoire et de rejoindre les visiteurs là où ils se trouvent.

Cette volonté de proximité s'est aussi manifestée auprès de l'industrie. À l'automne 2025, l'équipe de TO a parcouru les quatre coins de l'Outaouais pour échanger avec ses membres et les partenaires touristiques. Cette tournée régionale a permis de mieux cerner les réalités et les priorités de chaque territoire, de faire émerger de nouvelles pistes de collaboration et de nourrir les réflexions de l'organisation pour sa prochaine planification stratégique.

Se renouveler pour mieux faire rayonner l'Outaouais

La façon de promouvoir la destination continue elle aussi d'évoluer. Le lancement du nouveau site Web de Tourisme Outaouais représente l'aboutissement d'un chantier important pour la transformation numérique de l'organisation et permet d'offrir une expérience repensée aux visiteurs qui souhaitent s'inspirer et planifier leur séjour. La collection #OutaouaisFun a également fait peau neuve, une façon différente de faire vivre la marque et de renforcer le sentiment d'appartenance envers la région.

Priorités et perspectives

L'année à venir ouvrira un nouveau chapitre pour Tourisme Outaouais. L'élaboration de la prochaine planification stratégique 2027-2030 permettra d'établir les orientations qui guideront l'organisation au cours des années suivantes. Déjà alimentée par la tournée régionale et les échanges avec l'industrie, cette réflexion prendra en considération les besoins des différents territoires ainsi que les transformations du secteur touristique.

MOT DE LA PRÉSIDENTE

L'équipe poursuivra également le déploiement de sa nouvelle stratégie d'accueil. TO entend renouveler ses pratiques afin de demeurer à l'avant-garde des tendances et de mieux capter l'attention des visiteurs. La concrétisation de projets créatifs et immersifs permettra notamment de leur proposer des expériences marquantes dès leur arrivée. En parallèle, l'organisation amorcera la réflexion sur le futur réaménagement de La maison du tourisme.

Enfin, le renforcement de la collaboration avec Tourisme Ottawa figurera parmi les priorités. Une volonté forte se manifeste chez les acteurs économiques des deux côtés de la rivière afin de travailler plus étroitement sur des initiatives communes. TO entend contribuer pleinement à cet élan pour accroître le rayonnement de la grande région de la capitale nationale et consolider son pouvoir d'attraction.

Je tiens à remercier sincèrement les membres et partenaires de Tourisme Outaouais pour leur engagement et leur précieuse collaboration, ainsi que les membres du conseil d'administration pour leur implication. Je souhaite également souligner le travail de toute l'équipe de TO, qui a su faire preuve d'agilité et poursuivre sa mission avec détermination malgré les défis rencontrés cette année. C'est grâce à cette mobilisation collective que l'Outaouais peut continuer de développer son plein potentiel touristique et de rayonner, ici comme ailleurs.

Bonne lecture!



Lélia Bâcle-Mainguy

Présidente du conseil d'administration





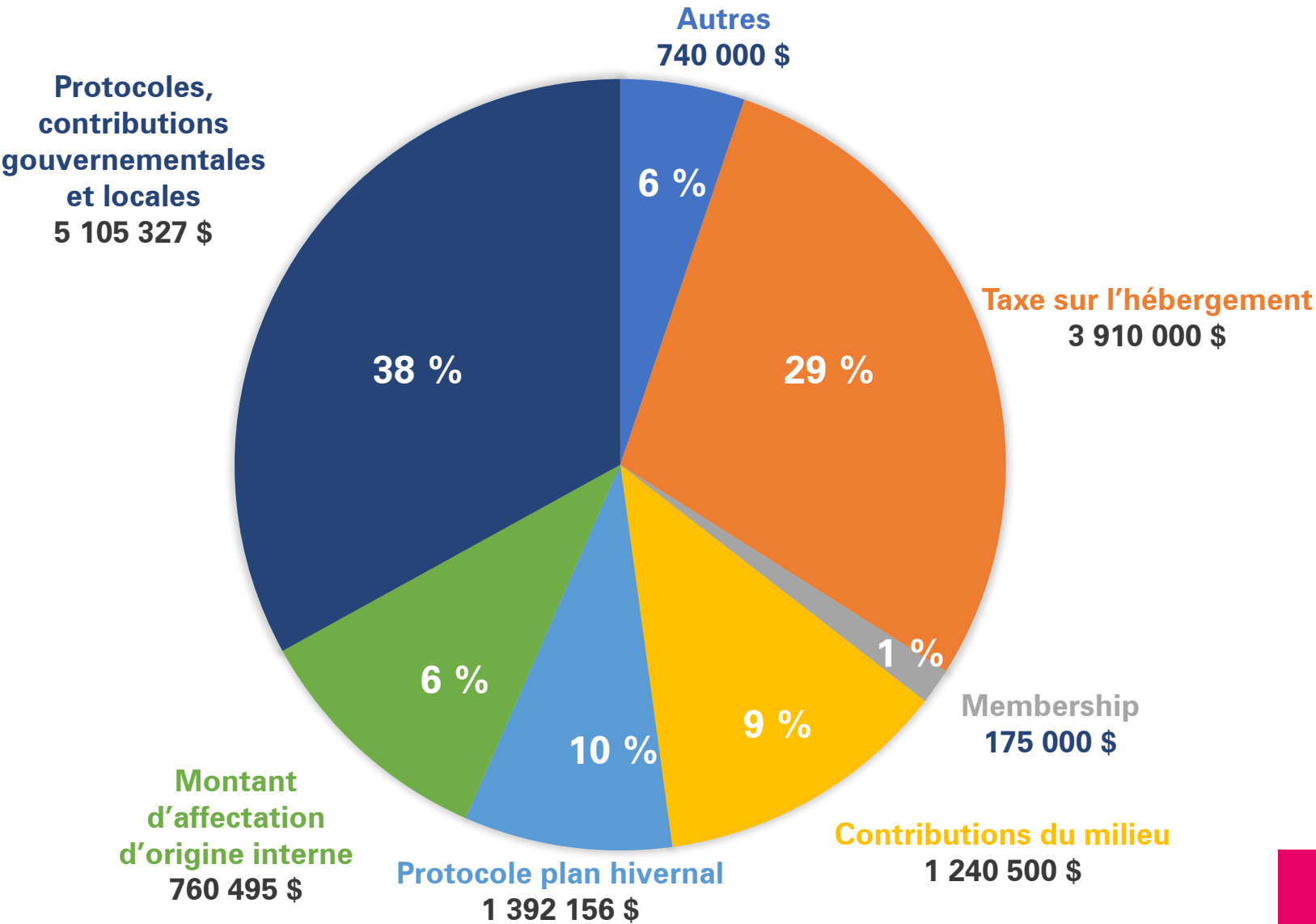
**L'ASSOCIATION
TOURISTIQUE RÉGIONALE**

OBJECTIFS 2025-2026

Tourisme Outaouais (TO) a concentré ses efforts autour des sept 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 2025-2026

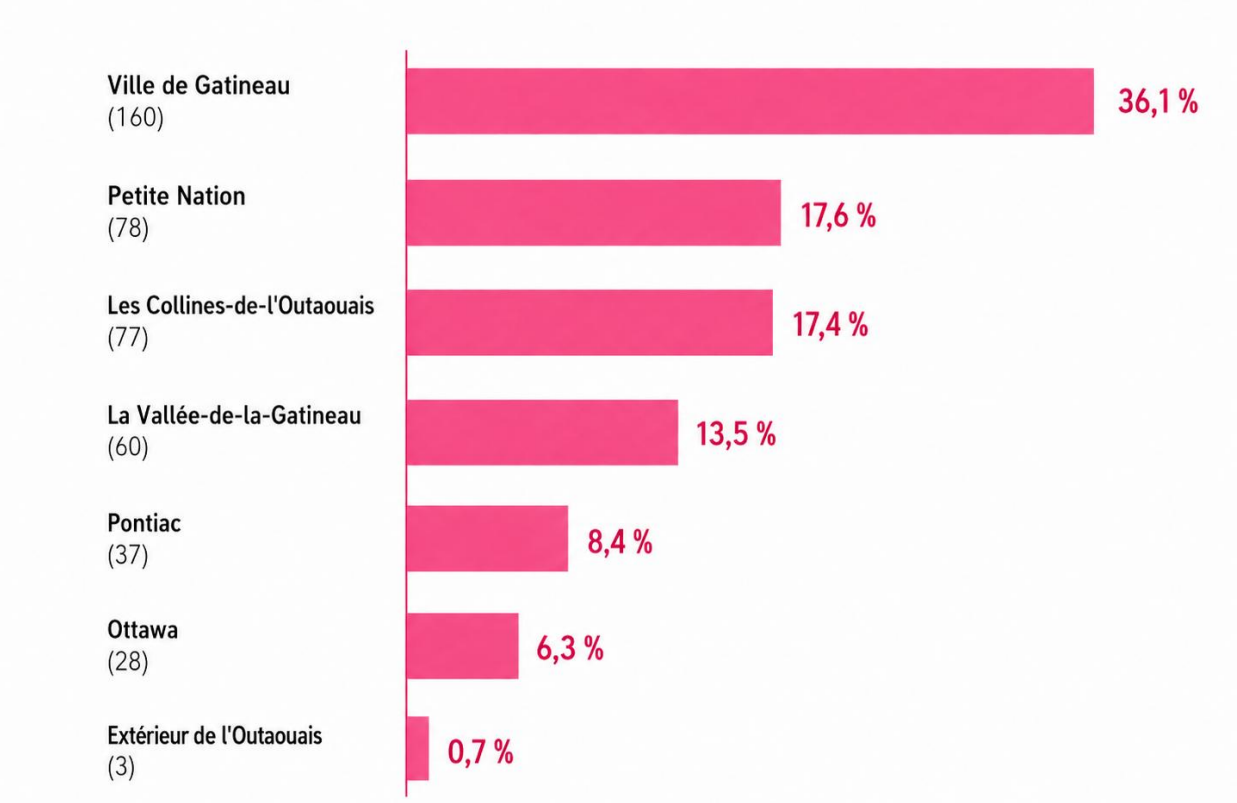


13 323 478 \$

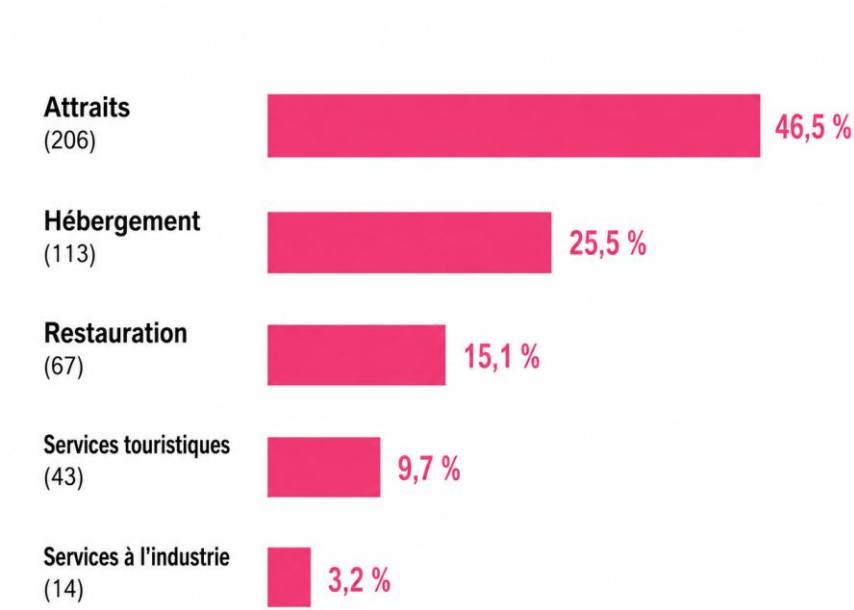
PROFIL DES MEMBRES

TO est fière de représenter **443** membres, pour un total de **588** attractions, hébergements, restaurants, services et plus encore!

Par territoire



Par catégorie



443
membres

ADMINISTRATION

Quatre comités internes sont en place afin de favoriser une culture d'innovation et d'apprentissage et d'assumer davantage notre leadership régional en tourisme durable.

1. Comité de développement durable (DD)

- Accompagnement avec Good4Global : analyse de l'impact de TO sur les objectifs de développement durable (ODD), adoption de la politique DD, élaboration des lignes directrices pour un approvisionnement responsable, mise en place d'un plan d'action DD pour TO.
- Réalisation (en cours) d'un portrait des connaissances, des données disponibles et des projets existants en transition climatique en Outaouais (adaptation et décarbonation) via une entente avec le CREDDO.

2. Comité sur l'intelligence artificielle (IA)

- Participation à la communauté de pratiques IA Tourisme, conférences et formations sur l'IA.
- Utilisation progressive de l'IA dans les processus internes.

3. Comité d'intelligence d'affaires

- Révision et optimisation de l'utilisation des sources de données.
- Abonnement à la suite VisitorView, source de données sur l'industrie touristique (Environics Analytics).

4. Comité de Santé et sécurité au travail (SST)

- Mise en place du comité en SST.
- Sondage aux employés sur les risques psychosociaux.



POSITIONNEMENT DANS L'ÉCOSYSTÈME TOURISTIQUE

REPRÉSENTATIONS AUX NIVEAUX RÉGIONAL, PROVINCIAL ET NATIONAL

TO poursuit son rôle de leader touristique régional en développant des partenariats stratégiques, en mobilisant les acteurs du milieu et en renforçant ses efforts de représentation auprès des instances gouvernementales.

Rencontres avec les instances gouvernementales et acteurs régionaux

- Préfets, maires, conseillers municipaux, députés provinciaux et fédéraux et organismes régionaux (CREDDO, Chambres de commerce, TAO, Espace-O, MOBIO-O, Tourisme Ottawa, etc.)

Co-présidence du Comité stratégique régional en tourisme d'affaires

- À la suite de l'annonce de l'agrandissement du centre des congrès de l'Hôtel-Casino du Lac-Leamy, deux comités ont été mis en place afin de renforcer le développement du tourisme d'affaires et ses retombées pour Gatineau et l'Outaouais : le Comité stratégique régional en tourisme d'affaires et le Comité directeur de soutien en tourisme d'affaires en Outaouais. Regroupant des acteurs économiques de divers secteurs, ces comités se sont réunis à cinq reprises au cours de l'année. TO préside le comité directeur, tandis que sa PDG assure la coprésidence du comité stratégique aux côtés du sous-ministre du MTO, Jessy Baron, et de la DG de l'Hôtel-Casino du Lac-Leamy, Julie Kinnear.

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 infrastructure pour la structuration des Corridors vélo de Destination Canada
- Comité pour le renouvellement des ententes mandats entre le MTO et les associations touristiques régionales (ATR)
- Comité tactique – tarifs douaniers de la Ville de Gatineau
- Comité technique du SIT Québec
- Commission de développement économique de la Ville de Gatineau
- Commission des partenaires associatifs du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT)
- Communauté de pratique GRH de l'Alliance
- Divers comités régionaux et sectoriels
- Partenariat Climat Outaouais – comité mobilisation et comité chantier mobilité et aménagement
- Table de concertation des événements de la Ville de Gatineau
- Table du développement durable et table du développement et de la connaissance de l'Alliance
- Table nationale des responsables de l'accueil
- Table régionale 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)

Ce soutien de l'Alliance nous a permis de déployer notre marque sur les marchés hors Québec (B2C, B2B et B2M) favorisant la réalisation d'initiatives additionnelles pour accroître le rayonnement de la région.

Entente avec Tourisme Ottawa pour les vols directs Ottawa-Paris avec Air France et Ottawa-Londres avec Air Canada

Ces ententes nous permettent de faire rayonner l'Outaouais dans le cadre d'actions marketing déployées par Tourisme Ottawa pour promouvoir ces vols sur des marchés internationaux.

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

En avril 2025, le MTO a annoncé une bonification de **1 M\$** de son soutien à TO afin de poursuivre le développement de l'offre touristique hivernale, permettant le lancement d'un deuxième appel de projets dans le cadre de la Mesure de soutien au tourisme hivernal.

Soutien au tourisme d'affaires

En avril 2025, le MTO a annoncé un soutien de **1,5 M\$** visant à accroître les retombées du tourisme d'affaires à Gatineau et en Outaouais, permettant la mise en place d'initiatives pour attirer, notamment, des événements d'envergure nationale et internationale.

POSITION STRATÉGIQUE RENFORCÉE DANS LA RÉGION DE LA CAPITALE NATIONALE

Tourisme Outaouais poursuit activement ses efforts afin de renforcer le positionnement de la région comme composante incontournable de la grande région de la capitale nationale (RCN), une destination intégrée, complémentaire et attractive à l'échelle nationale et internationale.

Parmi les initiatives réalisées cette année :

- Participation à la table ronde économique et à la retraite du caucus de la RCN, où des priorités communes visant le développement et le rayonnement de la destination intégrée Ottawa–Outaouais ont été présentées.
- Partenariat avec Tourisme Ottawa pour soutenir l'émergence de projets touristiques autochtones grâce à l'Indigenous Tourism Entrepreneur Fund.
- Diffusion d'un communiqué de presse conjoint avec Tourisme Ottawa afin de mettre en lumière le bilan estival positif de la RCN et l'importance des retombées touristiques partagées pour l'ensemble du territoire.



TOURNÉE RÉGIONALE DE TOURISME OUTAOUAIS

À l'automne, Tourisme Outaouais est allée à la rencontre de ses membres à travers les 5 territoires de la région.

Cette tournée a permis de présenter l'évolution de l'organisation, de préciser son mandat et ses services, et surtout, d'ouvrir un dialogue direct avec le milieu. À chaque arrêt, des panels réunissant acteurs touristiques et représentants municipaux ont favorisé des échanges concrets sur les enjeux, les opportunités et les perspectives de développement propres à chaque territoire.

Ces rencontres ont confirmé la force du réseau touristique de l'Outaouais et l'importance de maintenir des espaces d'échange pour construire, ensemble, une vision cohérente et ambitieuse du développement régional.



Vignoble Petit Chariot Rouge, Pontiac



Le Peaches & Cream, Vallée-de-la-Gatineau



Parc Oméga, Petite Nation



Cabaret La Basoche, Gatineau



Le Domaine de l'Ange-Gardien, Collines-de-l'Outaouais

VISITE DU MINISTÈRE DU TOURISME : TROIS ANNONCES IMPORTANTES

La ministre du Tourisme s'est déplacée en Outaouais à trois reprises dans le cadre d'annonces de financement structurantes pour la région.

27 avril 2025

Le gouvernement du Québec et Loto-Québec ont annoncé qu'un nouveau centre de congrès moderne verra le jour sur le terrain du complexe Hôtel-Casino du Lac-Leamy. Mme Caroline Proulx, ministre du Tourisme, a également annoncé l'octroi de **2,5 M\$** à Tourisme Outaouais pour stimuler les retombées du tourisme d'affaires dans la région et soutenir le développement de l'offre touristique hivernale.

25 septembre 2025

La nouvelle ministre du Tourisme, Mme Amélie Dionne, est venue annoncer les **56** projets appuyés dans la région dans le cadre de trois enveloppes du gouvernement (PARIT, PDTO 2022-2025, Plan Montagnes), pour un total de **5,1 M\$** octroyés en Outaouais.

20 mars 2026

La ministre du Tourisme, Mme Amélie Dionne, était de retour en Outaouais pour confirmer des appuis financiers envers trois projets dans la région via le PARIT et la Mesure de soutien hivernale en tourisme, et le renouvellement du PDTO 2025-2027, qui représente une enveloppe de plus de **1,1 M\$** du MTO et de TO.



ÉVÉNEMENTS DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

Assises du tourisme 2025

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 2025

La PDG, des membres de la direction et la présidente du CA ont participé à ces événements qui permettent de souligner des entreprises qui se sont démarquées au cours de l'année et de partager des connaissances entre pairs.

Grandes rencontres des partenaires du MTO et journées associatives de l'Alliance

TO a pris part aux rencontres des partenaires organisées par le MTO et a participé aux journées associatives de l'Alliance aux côtés des autres ATR de la province. Ces instances de concertation permettent d'harmoniser les actions à l'échelle provinciale, de renforcer les collaborations et d'aligner les stratégies entre les régions.



ÉVÉNEMENTS DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

Journées de l'accueil touristique (JAT) 2025

Cette année, la directrice – services aux membres et visiteurs de TO a été invitée à prendre part à un panel dans le cadre de ces journées organisées par le MTO, afin de présenter les initiatives mises en place par notre organisation pour rehausser notre stratégie d'accueil dans la région.

Congrès tourisme 2025 — Association de l'industrie touristique du Canada

Le congrès annuel se déroulait cette fois-ci à l'Hôtel-Casino du Lac-Leamy. La PDG de TO, Geneviève Latulippe, a eu l'honneur de souhaiter la bienvenue aux congressistes et de les inviter à découvrir les expériences uniques que l'Outaouais a à offrir.

Tourisme durable

L'équipe de TO a participé à trois événements majeurs de l'industrie portant sur le tourisme durable : le Symposium de Tourisme durable Québec, le sommet du tourisme innovant et durable Les Grands Remous, et l'événement IMPACT Sustainability Travel & Tourism Summit 2026, un rassemblement international consacré à la durabilité dans le secteur du voyage et du tourisme.



ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX ET PARTENARIATS

Visite de la PDG de l'Alliance

TO a accueilli Mme Geneviève Cantin, PDG de l'Alliance, dans le cadre de sa tournée des régions. Cette visite, structurée autour de plusieurs territoires (Gatineau, Collines-de-l'Outaouais et Petite Nation), a permis de positionner concrètement la diversité et la complémentarité de l'offre touristique régionale. Elle a également contribué à renforcer les liens avec un partenaire clé de l'industrie.

Sommet Climat Outaouais

TO a participé au premier Sommet Climat Outaouais, organisé par le Partenariat Climat Outaouais, réunissant près de 300 acteurs du milieu. La participation de la PDG à un panel portant sur la décarbonation dans le milieu des affaires a permis de présenter les actions prises dans les derniers mois par TO afin de favoriser un tourisme plus responsable.

Trois remises de prix

TO a souligné l'excellence de ses membres en remettant trois prix lors de galas régionaux majeurs : le Gala Excelor de la Chambre de commerce de Gatineau, le Gala des Vertueuses d'Enviro Éducation et le Gala Reconnaissance de la Chambre de commerce Vallée de la Petite-Nation.



ÉVÉNEMENTS SPÉCIAUX ET PARTENARIATS

AGA 2025

La 44^e assemblée générale annuelle de TO s'est déroulée au Camp Fortune, permettant de faire le bilan des réalisations de l'année et de procéder à l'élection du nouveau CA.

Rendez-vous du temps des Fêtes des membres de TO

TO a rassemblé ses membres et partenaires au Musée canadien de l'histoire pour son événement de fin d'année. L'après-midi a débuté avec une conférence de Marie-Claude Racine portant sur l'IA et s'est poursuivi avec un 5 à 7 festif afin de célébrer une autre belle année de collaboration.

Lancement campagne marketing été 2026

TO a dévoilé sa campagne estivale à l'Hôtel-Casino du Lac-Leamy devant ses membres, en présentant les résultats de la saison hivernale et les orientations médias à venir.

Lac-à-l'épaule du CA

La direction générale et les membres du CA de TO se sont réunis au Moulin Wakefield Mill Hôtel & Spa pour un lac-à-l'épaule axé sur la réflexion stratégique. Les ateliers animés par Nathalie Brunette ont permis d'entamer les discussions afin de préparer la prochaine planification stratégique 2027-2030.





SERVICES AUX MEMBRES ET VISITEURS

BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

À la suite d'un bris d'aqueduc survenu en septembre sur la rue Laurier à Gatineau, La maison du tourisme a subi un important dégât d'eau, entraînant la fermeture complète de l'édifice. L'organisation a rapidement assuré la continuité de ses opérations grâce au travail à distance, notamment. Pour les services aux visiteurs, un kiosque temporaire a été déployé au Musée canadien de l'histoire (MCH), tandis que le bureau d'information de Montebello prend désormais entièrement en charge les demandes téléphoniques et la distribution des publications aux membres et partenaires.

Gatineau

La maison du tourisme de Gatineau (1^{er} avril au 15 septembre 2025)

Actes de renseignement en personne : **2 067** (- 14 %)* ↓

Kiosque d'information touristique au MCH (21 octobre 2025 au 31 mars 2026)

Actes de renseignement en personne : **473** (16 %)** ↑



* Les données représentent la comparaison avec l'année 2024-2025. Les actes de renseignement peuvent être donnés à plus d'une personne (ex. : 1 acte de renseignement = 3 visiteurs).

** La localisation de notre kiosque au MCH a constitué un avantage important en termes d'achalandage. Toutefois, nous observons que les interactions avec les visiteurs sont généralement plus courtes.

BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

Montebello

Bureau d'information de Montebello (1^{er} avril 2025 au 31 mars 2026)

Actes de renseignement en personne : 2 842 (2 %)* ↑

12 371 personnes
ont visité nos lieux d'accueil!

Table régionale des responsables de l'accueil

Depuis 2024, TO tient deux rencontres annuelles avec les gestionnaires des bureaux d'information touristique (BIT) de l'Outaouais pour échanger sur les enjeux, partager les bonnes pratiques et valoriser les initiatives régionales.

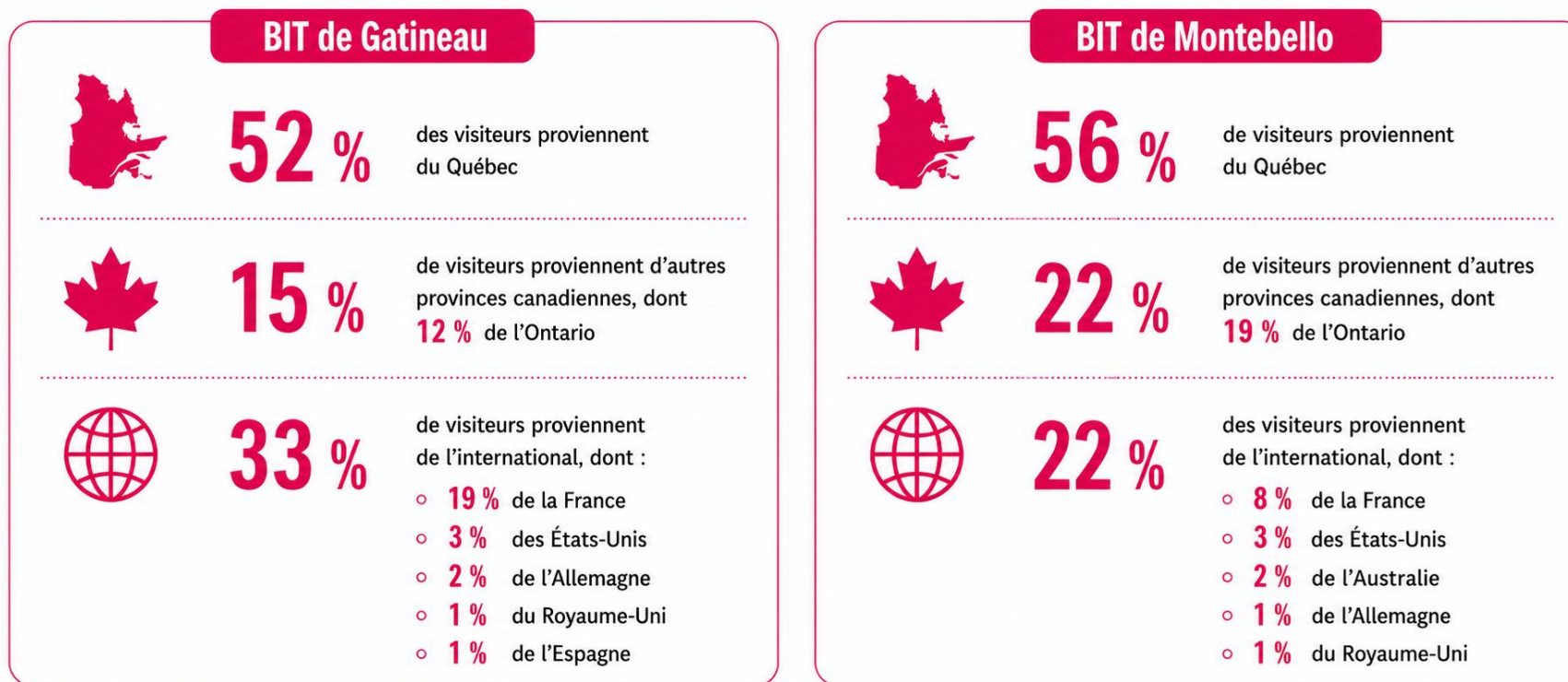
Le 14 octobre 2025, une demi-journée d'échanges a eu lieu, incluant une visite du nouveau BIT de Maniwaki.

* Les données représentent la comparaison avec l'année 2024-2025. Les actes de renseignement peuvent être donnés à plus d'une personne (ex. : 1 acte de renseignement = 3 visiteurs).



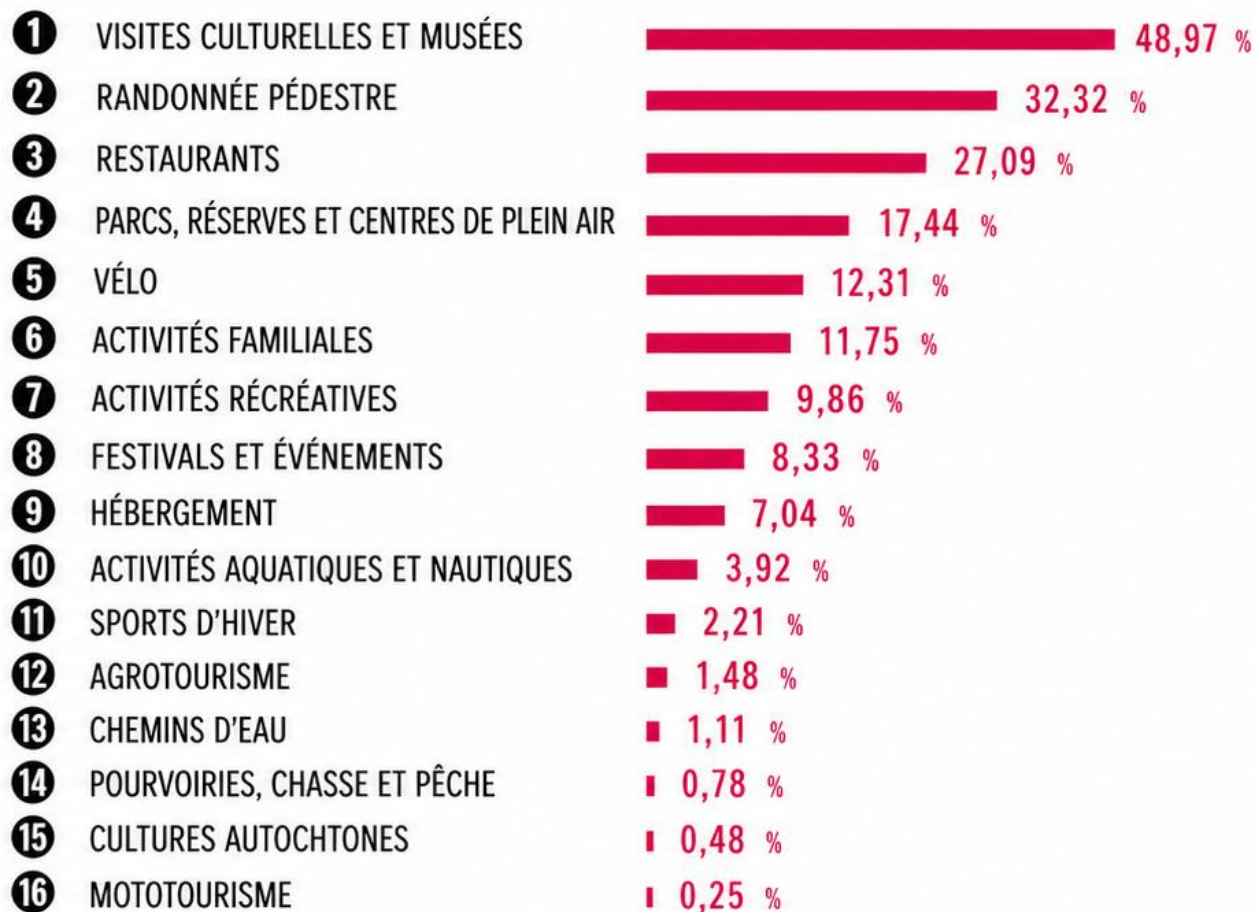
INTERFACE DU CONSEILLER (MINISTÈRE DU TOURISME)

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).



- La répartition des profils des visiteurs demeure globalement similaire à celle de l'an dernier. On observe toutefois une hausse de la clientèle en provenance d'autres provinces canadiennes aux BIT de Montebello et de Gatineau, notamment une progression du marché ontarien (+3,7 % à Montebello et +3 % à Gatineau).
- Les marchés de l'Allemagne, de la France et du Royaume-Uni demeurent stables pour nos deux bureaux par rapport à l'année dernière.
- Deux marchés sont à surveiller, en raison de leur progression : l'Australie (BIT de Montebello) et l'Espagne (BIT de Gatineau).

➤ Questions les plus fréquentes des visiteurs ➤



TOP 5



48,97 %

VISITES CULTURELLES
ET MUSÉES



32,32 %

RANDONNÉE PÉDESTRE



27,09 %

RESTAURANTS



17,44 %

PARCS, RÉSERVES
ET CENTRES DE PLEIN AIR



12,31 %

VÉLO

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.

TOURNÉES DE FAMILIARISATION (PRÉPOSÉS À L'ACCUEIL TOURISTIQUE)

En prévision de l'été et pour mieux servir les visiteurs, les préposés à l'accueil ont visité les entreprises de l'Outaouais lors de tournées de familiarisation.

5 juin 2025
Petite Nation
8 entreprises visitées



12 juin 2025
Pontiac
7 entreprises visitées



PLAN D'ACTION BONJOUR ACCUEIL (PABA)

Dans un contexte où le comportement des voyageurs évolue rapidement, TO a souhaité réinventer l'accueil touristique dans la région en misant sur une approche plus personnalisée, proactive et technologique. Nous avons donc développé une stratégie de rehaussement de l'accueil des visiteurs grâce à une solution novatrice : le déploiement de bornes interactives, permettant d'aller à la rencontre des visiteurs sur le territoire, d'augmenter le nombre de visiteurs à qui nous donnons des renseignements et de leur offrir une expérience d'accueil soutenue par des solutions technologiques innovantes, responsables et durables.

Des bornes interactives ont ainsi été installées dans des lieux très fréquentés, en s'appuyant sur les apprentissages d'initiatives précédentes en accueil mobile :

- 2 bornes fixes installées à l'automne 2025 au Musée canadien de l'histoire et au Parc Oméga.
- 1 borne mobile qui sera utilisée dans les grands événements à partir de l'été 2026.

Un jeu-questionnaire personnalisé a été développé afin de proposer un itinéraire personnalisé selon les intérêts des visiteurs, auquel ils peuvent ensuite accéder en ligne grâce à un code QR!



FORMATIONS OFFERTES AUX MEMBRES DE TO 2025-2026

MODALITÉS



En présentiel,
à distance
et en virtuel

SUJETS ABORDÉS



Service à la clientèle,
tourisme durable,
intelligence artificielle,
solutions technologiques,
etc.

PARTICIPATION



245
participants



FORMATIONS, CONFÉRENCES ET WEBINAIRES OFFERTS



 | Comprendre le potentiel de développement du vélo de montagne



 | De la planification au contrat : gestion du processus d'aménagement



 | Connaître l'Outaouais pour les employés du MCH



 | L'expérience Outaouais commence avec vous! (2 cohortes)



 | La connectivité : vos relations d'affaires simplifiées



 | Comprendre l'univers des médias touristiques (2 cohortes)



 | Maximiser votre visibilité et l'expérience client grâce à l'IA



 | Tourisme à impact positif



 | Formation de l'ARF sur le réseau de distribution



 | Formation 100% accueillant (ITHQ)



 | Coffre à outils des services aux entreprises par Services Québec

NOUVEAUTÉS

Deux nouveautés ont été mises en place cette année lors du renouvellement de l'adhésion à TO.

Facturation	Les factures d'adhésion pour l'année 2026-2027 couvrent exceptionnellement une période de 15 mois (du 1 ^{er} janvier 2026 au 31 mars 2027) afin d'aligner le cycle de renouvellement avec l'année financière. Dès le 1 ^{er} avril 2027, la facturation reviendra à un cycle annuel de 12 mois (du 1 ^{er} avril au 31 mars).
Nouvelle exigence d'accréditation Qualité-Sécurité d'Aventure Écotourisme Québec (AÉQ) 	Les entreprises de tourisme d'aventure assujetties devront désormais détenir l'accréditation Qualité-Sécurité d'Aventure Écotourisme Québec (AÉQ) afin de maintenir leur adhésion à Tourisme Outaouais. Afin de soutenir nos membres dans cette démarche, nous avons mis en place une enveloppe financière administrée par l'AÉQ. Celle-ci permet d'obtenir un soutien financier de 50 % des frais de formation liés à l'accréditation ainsi que les frais d'ouverture de dossier (nouveaux membres), jusqu'à concurrence de 1 250 \$ et ce, jusqu'en mars 2027.

HÉBERGEMENT



HÉBERGEMENT

Taux d'occupation moyen : comparatif avec certaines régions

Données du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025

	2022	2023	2024	2025	% écart 2024
Québec et régions	59,7 %	65,8 %	65,3 %	67,7 %	+ 2,4 %
Mauricie	52,5 %	54,7 %	55,6 %	55 %	- 0,6 %
Cantons-de-l'Est	49,9 %	51,2 %	50,1 %	50 %	- 0,1 %
Montréal	54,4 %	58,2 %	57,2 %	57,2 %	- 0,1 %
Laurentides	52,6 %	50 %	49 %	50,1 %	+ 1,1 %
Outaouais	58,9 %	61,9 %	60,8 %	62,5	+ 1,7 %
Ensemble du Québec	57,1 %	61,4 %	60,9 %	60,8 %	0,0 %

HÉBERGEMENT

Le 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 de passage (excluant le camping saisonnier)
- 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^{er} janvier au 31 décembre 2025

	2022	2023	2024	2025	% écart 2024
Outaouais	927 355	992 836	1 000 147	1 058 685	+5,9 %
Province	21 135 531	22 836 105	23 696 682	24 494 716	+3,4 %



PROGRAMMES ET DÉVELOPPEMENT

PROGRAMME DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE L'OUTAOUAIS (PDTO)

Le **PDTO** 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. Le PDTO 2022-2025 s'est conclu avec **50** projets financés, pour un total de **1 828 284 \$** en contribution de la part du MTO et de TO, pour des investissements à venir de plus de **18 millions** de dollars. Les projets soutenus ont été réalisés ou sont en cours de réalisation.

Le **PDTO** fut renouvelé pour les années 2025-2027, comportant une enveloppe totale de **1 112 000 \$**, soit **612 000 \$** en contribution du MTO et **500 000 \$** en contribution de TO. Un premier appel de projets a eu lieu à l'automne 2025 et **20** projets ont été acceptés en date du 31 mars 2026, pour un total de **659 250 \$** en contribution de la part du MTO et de TO avec des investissements prévus de **21,5 M\$**.

Papineau : 12
Gatineau : 21
Collines-de-l'Outaouais : 10
Pontiac : 2
Vallée-de-la-Gatineau : 5

Papineau : 5
Gatineau : 10
Collines-de-l'Outaouais : 3
Pontiac : 1
Vallée-de-la-Gatineau : 1

MESURE DE SOUTIEN AU TOURISME HIVERNAL

En avril 2025, le MTO a annoncé une bonification de **1 M\$** du financement accordé à TO dans le cadre de la Mesure de soutien au tourisme hivernal, permettant de lancer un nouvel appel de projets. 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.

Un 2^e appel de projets a eu lieu en juin 2025. Résultats : **4** projets financés pour un total de **880 000 \$** en contribution de la part du MTO et **2,5 M\$** prévus en investissement.



Place Laval Saison Froide



Bonification du parc de glissades sur tubes au Sommet Edelweiss



Village de Noël au Musée canadien de l'histoire

Gatineau : 3

Collines-de-l'Outaouais : 1

STRUCTURATION DE L'OFFRE VÉLO EN OUTAOUAIS

Plusieurs actions ont été entreprises cette année pour poursuivre la structuration de l'offre vélo en Outaouais. L'objectif : faire de l'Outaouais une destination de choix pour le vélo!

- **Étude sur le positionnement de l'Outaouais comme destination de choix pour le vélo en partenariat avec Vélo Québec.**
 - Mandataire du projet : la Conférence des préfets de l'Outaouais, dans le cadre du Fonds régions et ruralité du gouvernement du Québec.
 - Présentation des premiers constats au comité et aux préfets.
 - **5** ateliers de concertation ont été tenus pour chacune des MRC et la Ville de Gatineau.
 - Un **6^e atelier** a été organisé pour discuter de la gouvernance du projet.
 - En attente du rapport final et des recommandations.
- **Adhésion à la plateforme [Le Québec à vélo](#) pour y représenter l'offre de la région.**
- **Mise en place d'un programme de soutien pour la Structuration de l'offre vélo en Outaouais.**
 - **3** projets soutenus pour un total de **65 000 \$** octroyés et **704 000 \$** en coûts totaux prévus.
- **Participation au comité Infrastructure de Destination Canada pour le déploiement des corridors vélos.**

DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE DE LA RÉGION — AUTRES INITIATIVES

- Accessibilité : **40** entreprises ont été ciblées dans le cadre d'un projet d'évaluation de l'accessibilité des établissements touristiques en vue de structurer des circuits accessibles en partenariat avec Kéroul et la Ville de Gatineau.
- Deux projets en collaboration avec Enviro Éduc-Action pour soutenir nos partenaires dans l'adoption d'actions concrètes plus écoresponsables :
 - Soutien pour un accompagnement de **6** événements hors Gatineau.
 - Soutien pour un accompagnement de **7** organisations œuvrant dans le secteur du tourisme d'affaires.
- Achat d'un outil pour compenser les GES émis lors des déplacements des employés dans le cadre de leurs fonctions et lors des déplacements de participants à nos événements.
- Participation à l'événement LUMINO PRO portant sur l'aménagement des espaces publics en hiver aux côtés de la Ville de Gatineau.
- Contribution financière au projet d'étude sur la *van life* chapeautée par l'Alliance pour faire le portrait et l'accueil des voyageurs en véhicules aménagés dans le cadre de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme collectif.
- Soutien à l'initiative Kidjīmāninān : **50 000 \$** octroyés pour soutenir le déploiement et la promotion de la tournée estivale 2025 qui invitait les résidents et visiteurs à réfléchir à la protection de la biodiversité et du territoire à travers une série d'activités éducatives, participatives et inspirantes, notamment la tenue d'un kiosque lors de divers événements et festivals de l'Outaouais et la présentation d'un documentaire à l'Université du Québec en Outaouais.

DÉVELOPPEMENT — LA ROUTE TOURISTIQUE *LES CHEMINS D'EAU*

Bonification de la route

- Plusieurs visibilités (nouvelles photos, partenariats avec des magazines et journaux, concours, visibilités sur les réseaux sociaux).
- Appui financier à des projets de développement ou d'animation situés le long du tracé pour un total de **72 000 \$**.
- Installation de panneaux d'interprétation 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 ont été installées à l'été 2025.



An aerial photograph of a cityscape. In the foreground, a large, modern hotel building with a glass facade and a 'Hilton' sign on top is visible. To the left of the hotel, a river flows through a green, wooded area. A multi-lane highway runs parallel to the river. In the background, a dense urban skyline is visible under a clear sky.

TOURISME D'AFFAIRES

OPPORTUNITÉS TRAITÉES

Les opportunités traitées par Tourisme Outaouais (TO) pour le tourisme d'affaires cette année ont généré **9 205** nuitées représentant **5 149 650 \$** en retombées économiques.

	2023/24	2024/25	2025/2026
Opportunités totales	144	171	167
Opportunités totales avec n uitées	122	153	141
Gagnées	51	33	41
Gagnées avec nuitées	43	26	31
Perdues	67	106	84
En cours	26	32	42
Nuitées gagnées	19 166	11 427	9205

5 469 nuitées gagnées via le Programme de soutien aux événements et congrès (PSEC), pour un montant engagé de **82 035 \$** qui a le potentiel de générer **3 007 950 \$** en retombées économiques.

TOURNÉES DE FAMILIARISATION

Notre déléguée au marché affaires a organisé **10** tournées de familiarisation personnalisées.

De ces tournées :

- **5** événements gagnés
- **1** en cours de négociation
- **4** événements perdus



ÉVÉNEMENTS CLIENTS VIP

Des événements VIP sont organisés par notre déléguée pour favoriser le développement de connexions d'affaires stratégiques et fidéliser notre clientèle de nos trois marchés prioritaires.

Marché de Montréal — Cirque du Soleil

- 7 partenaires
- 24 clients participants

Marché de Toronto — Bubbles & Blue Jays

- 3 partenaires
- 15 clients participants

Marché de Gatineau-Ottawa — La Tablée des Chefs

- 7 partenaires
- 21 clients participants



ACTIONS DE VENTES ET REPRÉSENTATIONS

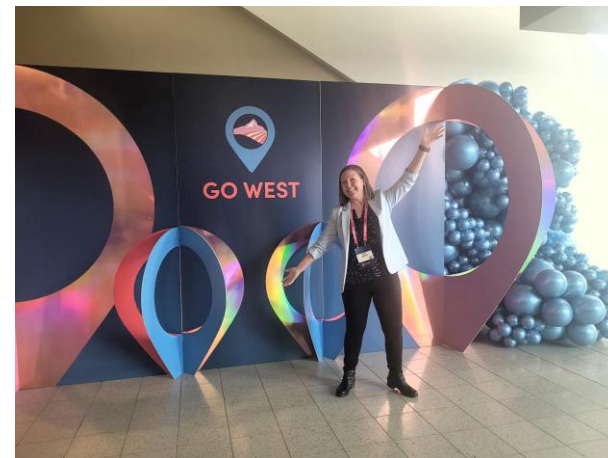
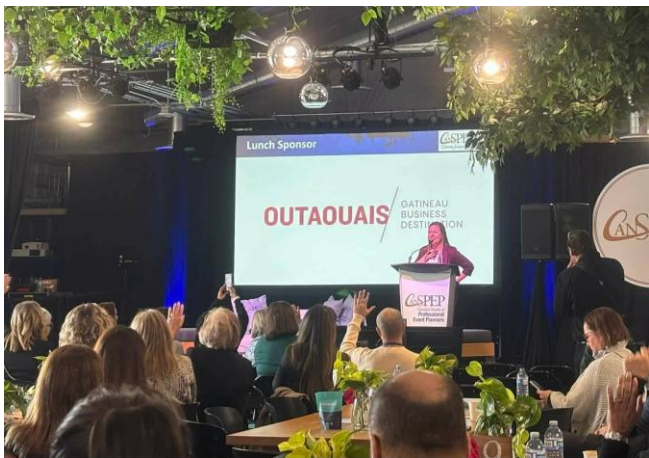
- Participation à **37** événements, salons, bourses et conférences.
- Participation de plus de **11** partenaires de la campagne affaires, incluant une activation ou une commandite lors de **15** événements.
- Retour de **77** demandes de soumission qui ont découlé directement de différentes actions de TO (congrès, salons, réseautage et événements clients).
- De ces **77** demandes, **21** opportunités ont été gagnées jusqu'à présent et **24** sont en cours de négociation.



ACTIONS DE VENTES ET REPRÉSENTATIONS

Quelques exemples :

- Participation à l'événement MPI the EVENT du 7 au 10 septembre à Fredericton. En plus de commanditer le petit-déjeuner et de présenter sa nouvelle vidéo affaires, Tracy y était avec nos partenaires de l'Hôtel-Casino du Lac-Leamy et du Fairmont Le Château Montebello. Plus de **60** planificateurs d'événements ont été rencontrés individuellement.
- Participation à l'*Ottawa-Gatineau Meet Week* du 22 au 26 février 2026 : plusieurs événements étaient organisés et Tracy a pris part à un panel sur le thème du rôle de *Destination Marketing Organization (DMO)*.
- Première participation à l'événement GO WEST du 31 janvier au 4 février 2026, à Edmonton.
- Tracy a poursuivi son rôle de 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, dans laquelle elle participait à un jeu-questionnaire télévisé portant sur l'Outaouais comme destination affaires : [We've got questions!](#)



Sortez le grand jeu

Afficher ce courriel en tant que page Web

OUTAOUAIS

DESTINATION
AFFAIRES



DES LIEUX UNIQUES EN OUTAOUAIS

Dénichez des lieux uniques où organiser vos réunions et vos banquets en Outaouais. Découvrez toutes les commodités de chacun des établissements et trouvez l'endroit qui comblera vos besoins.

EN SAVOIR PLUS

Infolettre 1 : Lieux d'événements uniques

- Envoyée le 18 avril
- Taux d'ouverture : 38,7 % | Taux de clics : 9,93 %

Infolettre 2 : Organisations de congrès au centre-ville

- Envoyée le 4 juin
- Taux d'ouverture : 41,92 % | Taux de clics : 5,04 %

Infolettre 3 : Les resorts de l'Outaouais

- Envoyée le 19 septembre
- Taux d'ouverture : 49,87 % | Taux de clics : 10,04 %

Infolettre 4 : Joyeux temps des Fêtes!

- Envoyée le 15 décembre
- Taux d'ouverture : 22,28 % | Taux de clics : 6,50 %

Comparatifs de l'industrie

Taux d'ouverture de l'industrie : 20 %

Taux de clics de l'industrie : 2 %

CAMPAGNE TOURISME D'AFFAIRES

Retour sur 2025

- Bannières Web sur les sites du journal *Le Devoir*, *Les Affaires* et *La Presse+*.
- Bannières et placements sur Facebook, LinkedIn et plateformes Google
- Publicités dans *Les Affaires*, *La Presse+* et le *Magazine Association* de la Société canadienne des directeurs d'association (SCDA).
- Partenariat de contenu avec les magazines *Ignite*, *PCMA Convene*, *Les Affaires*, *Magazine Association* de la SCDA, *Ottawa Business Journal*, *Le Devoir*, Porter Airlines et le magazine *re:porter*.

Campagne 2026

- TO a présenté sa campagne Affaires 2026 lors de la présentation de la campagne marketing estivale à l'Hôtel-Casino du Lac-Leamy, à laquelle une vingtaine de partenaires ont assisté.
- **25** partenaires en 2024, **26** partenaires en 2025 et **33** partenaires en 2026.
- Les investissements partenaires sont de **57 918 \$** pour l'année 2026, excluant les protocoles d'entente.



1,5 M\$ POUR SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME D'AFFAIRES

- En avril 2025, le gouvernement du Québec a annoncé, en partenariat avec Loto-Québec, la concrétisation du projet de centre des congrès à Gatineau sur le terrain du complexe Hôtel-Casino du Lac-Leamy. Financé à hauteur de **50 M\$** par Loto-Québec, le projet permettra à Gatineau de disposer rapidement d'installations modernes et plus spacieuses qui répondront aux besoins de la région en matière de tourisme d'affaires.
- En marge de cette annonce, le MTO a octroyé **1,5 M\$** à Tourisme Outaouais pour appuyer ses efforts de démarchage visant à attirer de nouveaux événements d'affaires nationaux et internationaux et pour mettre en place des initiatives qui maximiseront les retombées du tourisme d'affaires dans le centre-ville de Gatineau et dans toute la région de l'Outaouais.
- Un comité stratégique régional sur le tourisme d'affaires a été mis en place, regroupant des acteurs économiques, politiques et institutionnels clés, afin d'assurer une concertation et un positionnement cohérent de l'offre d'affaires.



*Première rencontre du comité stratégique régional
sur le tourisme d'affaires,
juillet 2025*

1,5 M\$ POUR SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME D'AFFAIRES

Depuis, plusieurs initiatives ont été déployées afin de rentabiliser rapidement cette nouvelle enveloppe :

- Embauche de nouvelles ressources dans l'équipe de tourisme d'affaires de TO : Serena Chevallay (coordonnatrice en tourisme d'affaires), M. Pierre-Michel Bouchard (consultant – mise en place du programme des ambassadeurs), Mme Susan Prophet (consultante – développement du marché international).
- Participation à **6** conférences et **2** événements de réseautage à portée nationale et internationale, notamment par l'entremise de deux nouveaux réseaux récemment intégrés, Destination Canada et Site Canada.
- Amorce des travaux d'amélioration de l'accueil au Palais des congrès de Gatineau.
- Un cercle des ambassadeurs est en train d'être mis en place :
 - Discussion avec l'UQO et le Cégep de l'Outaouais pour la création d'un partenariat structurant pour l'attraction d'événements d'affaires nationaux et internationaux.
 - Rencontre avec le Palais des congrès de Montréal pour une présentation de leurs meilleures pratiques.
- Mise en place d'un programme de soutien au tourisme d'affaires (STA) pour l'attraction d'événements d'affaires nationaux et internationaux. Retombées jusqu'à présent :
 - Soutien de **2** événements en cybersécurité à Gatineau.
 - **7** événements d'affaires confirmés, pour un total de **3 032** nuitées en hébergement et des retombées économiques régionales estimées à plus de **1,6 M\$**.
 - Événement d'ouverture de la conférence internationale InCyber confirmé sur le territoire de Gatineau. L'événement accueillera **1 200** experts en cybersécurité dans la région.
 - **4** visites de familiarisation réalisées et financées dans le cadre du programme.
- Adhésion à l'organisation *International Congress and Convention Association (ICCA)*.
- Création d'outils marketing pour la promotion du programme STA et du Cercle des ambassadeurs de l'Outaouais.

MARKETING



BUDGET ANNUEL 2025-2026

Notre budget marketing annuel total pour 2025-2026 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 **800 000 \$** en investissement média pour nos campagnes 2025-2026, notamment pour du marketing numérique, des partenariats de contenu 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 de l'Outaouais, lancée en 2023, continue de prendre de l'essor!

Nouveaux modèles :

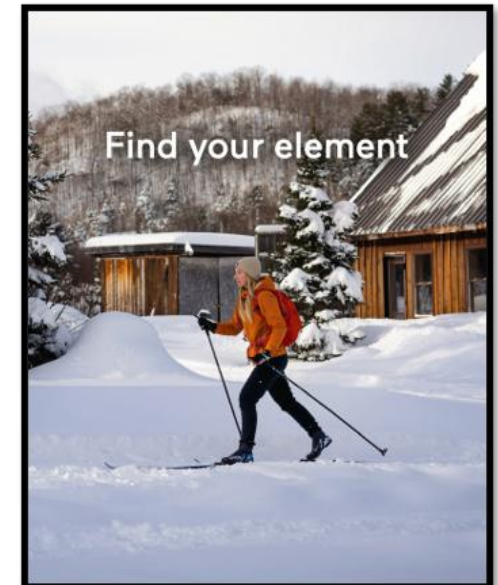
- Lancement de nouveaux items, en février 2026 : un chandail à manches longues, un chandail à manches courtes ainsi que deux nouveaux modèles de sacs fourre-tout.
- Nouvelle illustration créée par l'artiste de la région Rémi Allen qui met en valeur l'esprit chaleureux et authentique tout en représentant quelques incontournables de la région.
- Les nouveaux items sont distribués dans plusieurs points de vente, dont Le Marché de l'Outaouais, La Petite Grocerie, le bureau d'information touristique de Montebello, ainsi que chez Habitude Design (boutique et en ligne).
- Le lancement a été soutenu par des actions promotionnelles ciblées, incluant des publications sur les réseaux sociaux et des campagnes publicitaires numériques.



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 vidéo avec Brut, reprise de contenu avec *Le Routard*, des épisodes de balado avec *Le Figaro* et tuiles natives sur le marché de la France (mars à juin 2025).
- Partenariat de contenu avec Urbania et intégration à l'émission *Bonsoir Bonsoir* (été 2025).
- Publications sur les réseaux sociaux et partenariat de contenu avec Matador et AFAR sur le marché de l'Ontario et du Nord-Est des États-Unis (mai à août 2025).
- Panneau publicitaire sur **15 aribus doubles** de Toronto (novembre 2025).
- Publications sur les réseaux sociaux sur le marché de l'Ontario et du Nord-Est des États-Unis (août à septembre 2025 et janvier à mars 2026).
- Nouvelle campagne — Expéditions hivernales avec une mention dans un partenariat de contenu avec *Backpacker Magazine* et une publication sociale sur le marché de l'Ontario et le Nord-Est des États-Unis (novembre 2025 à janvier 2026).



RELATIONS AVEC LES MÉDIAS TOURISTIQUES

2 205 retombées médiatiques découlant de :

- **519** visites médiatiques chez nos membres.
- **68** tournées de familiarisation incluant **9** tournées sur les marchés internationaux.
- **195** membres suggérés aux médias.

4 tournages télé

- *Expédition Faune* pourvoirie (TVA Sports)
- *Chicks and Machines* quad (RDS)
- *Chicks and Machines* motoneige (RDS)
- *Travels with Darley* (PBS)

32 chroniques radio

- **8** au 101,9 CHIP FM (Quoi faire en Outaouais)
- **8** au 94,9 Rouge FM (Quoi faire en Outaouais et thématiques)
- **12** au 104,7 Outaouais (Quoi faire en Outaouais)
- **2** à MATv — TVC Basse-Lièvre (Quoi faire en Outaouais)
- **1** à CTV *Morning Live* mettant de l'avant *L'Outaouais en cuisine*
- **1** chronique à TVA Gatineau-Ottawa (Quoi faire pendant la semaine de relâche)

+ **150 médias** à Montréal, Québec, Ottawa et Toronto ont reçu les nouveautés estivales et hivernales de l'Outaouais.

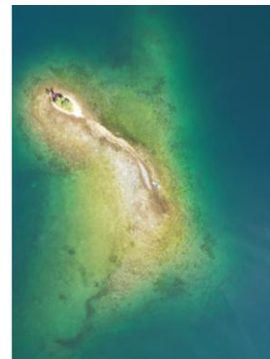
6 capsules sur l'Outaouais dans *Quoi faire ce week-end* sur les ondes de LCN. L'émission est vue par **400 000** personnes les vendredis soir.

185 nouvelles photos provenant des tournées média.

1 491 visibilité pour nos membres
blogues, imprimés, radio, télé et médias sociaux

9 événements de représentation

- **1 bourse Intra-Québec** pour présenter les nouveautés hivernales (**35** rendez-vous de 20 minutes) et plus de **105** médias présents.
- **1 bourse média** organisée par **Travel Media Association of Canada (TMAC)** à Saskatoon (**125** médias présents et **24** rendez-vous de 15 minutes).
- **1 bourse média** avec des créateurs de contenus nord-américains **TBEX** à Québec (**450** participants et une tournée média post événement avec **9** médias).
- **1 bourse média GoMedia** organisée par Destination Canada à Jasper (rencontre en tête-à-tête avec **12** médias Canada/États-Unis et internationaux).
- **2 événements média Bonjour Québec à Toronto** réunissant **30** médias.
- **1 bourse média de l'International Media Marketplace à Paris** (**20** rendez-vous clients).
- **1 bourse média Travel Classics** à Québec réunissant **45** des plus grands journalistes et éditeurs américains avec une tournée média pré et post événement.
- **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 :

International

Sébastien Brochu

Golf Magazine France

Antoinette Paoli

Balades, le magazine rando

Éric Delon

Le Parisien Week-end

Québec/Canada/É-U

Marie-Ève Blanchard

Magazine Virage

Tommy Dion

Le Journal de Montréal

Ricardo Média

Ricardo Média

Marie-Catherine Goudreau

La Presse Touristique

Isabelle Maltais

Le Devoir

Jen Rose Smith

The Globe and Mail

Véronique Leduc

Le Devoir

LEDEVOIR

La Petite Nation, joyau hivernal de l'Outaouais



À mi-chemin entre Montréal et Gatineau, la Petite Nation — l'un des cinq territoires de l'Outaouais — est l'endroit tout indiqué pour décrocher du rythme effréné de la vie urbaine et profiter pleinement de la neige en hiver. Encore préservée du tourisme de masse, la région charme dès la première visite... au point de donner envie d'y revenir encore et encore.



HOM minichalets, Val-des-Monts, Outaouais

À leur effluve délectable de minichalets avec jacuzzi extérieur se sont ajoutés, l'an dernier, quatre nouveaux chalets dotés d'un circuit thermal complet, rapidement devenus très populaires. L'automne et l'hiver, ces hébergements offrent une vue sur la forêt ou sur une portion du lac McGregoire, et comprennent un spa, un sauna, un hammam et une douche froide pour une expérience de détente unique et magique, pensée pour deux personnes.

Un bol d'air frais? Un réseau de 5 km de sentiers balisés est accessible à partir du site, idéal pour s'adonner à la randonnée.



HOM MINICHALET

GOLF MAGAZINE



RICARDO

5 Delicious Days in the Outaouais Region



THE GLOBE AND MAIL

Forest skating trails are a winter wonderland. Here's a few to try across Canada



Little Penguin Trail skating trail in Quebec is a meandering 5.5-kilometre network of trails winding between the snow-covered greens of a golf club. TOURISME OUTAOUAIS/SUPPLIED



le journal de montréal

7 adresses gourmandes à découvrir en Outaouais

TOMMY DION
Jeudi, 3 juillet 2025 18:00
MISE À JOUR Jeudi, 3 juillet 2025 18:00

La région de l'Outaouais déborde d'adresses qui ont tout pour faire le bonheur d'épicuriennes et d'épicuriens. Que ce soit pour un pain au levain lentement fermenté, une pizza romaine à la fois croustillante et aérienne, un bagel moelleux, une pâtisserie inspirée de la forêt boréale ou un bon verre de vin entre amis, voici quelques recommandations qui vous donneront certainement envie de prendre la route de l'Outaouais cet été.

LEDEVOIR

Wakefield, pour bouger et se régaler en Outaouais



VÉRONIQUE LEDUC
Collaboration spéciale
Publié le 5 nov. 2025
CONTENU PARTENARIAT
Pompier faite confiance au Devoir?

Déjà le temps de prévoir les escapades hivernales ? Entre nature et village charmant, le secteur de Wakefield, en Outaouais, représente une bonne option pour qui aime jouer dehors toute la journée et profiter ensuite, à quelques pas de là, d'un repas dans un restaurant chaleureux au coquet historique.

Le Parisien

Découvrir le Musée canadien de l'histoire



Le Musée canadien de l'histoire présente des milliers d'objets en lien avec les peuples, les cultures et les événements qui ont façonné le territoire depuis quinze mille ans. Musée Canadien de l'Histoire

Depuis le centre d'Ottawa, le pont Alexandra mène en quelques minutes au [Musée canadien de l'histoire](#) (environ 15 euros l'entrée), situé de l'autre côté de la rivière, à Gatineau, au Québec. Le bâtiment, conçu par l'architecte Douglas Cardinal, fut inauguré en 1989. L'imposant édifice aux lignes courbes abrite des milliers d'objets en lien avec les peuples, les cultures et les événements qui ont façonné le territoire depuis quinze mille ans. La salle de l'histoire canadienne, divisée en trois galeries sur deux niveaux, retrace de manière chronologique l'évolution du pays. On découvre ainsi « Les débuts »

LA PRESSE TOURISTIQUE



ENTRE VALLEES ET MONTAGNES
TROIS JOURS DE ROADTRIP
EN PETITE NATION

Notes, suggestions et actualités : La Petite Nation en Outaouais est une région qui se découvre autant qu'elle se vit. Plonger dans le cœur de trois jours pour découvrir quelques endroits incontournables, enrichir de vos dernières connaissances. Par Marie-Catherine Goudreau

RELATIONS AVEC LES MÉDIAS TOURISTIQUES — LES CRÉATEURS DE CONTENU

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

Tournées internationales

- Bruno Maltor
- Lilia & Valentin
- Nos Curieux Voyageurs

Tournées Québec/Ontario/É-U

- Yul Never Roam Alone (automne et hiver)
- Pascale Ancil
- Travel With Audy
- Mtl With Kids
- Kirsten Wendlandt

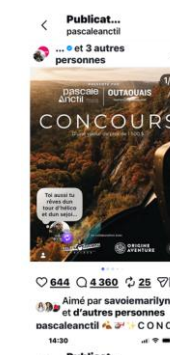


I had never seen anything like it in Québec...
YouTube | Bruno Maltor | 843K vues | 31 448 likes

Résultats annuels de toutes les collaborations de création de contenu :
Earned Media Value (EMV) de 7,96 M\$, dont 504K pour l'international

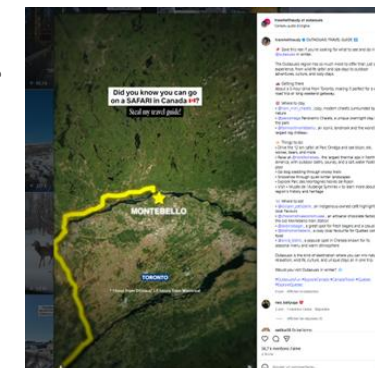


La **vidéo** de Bruno Maltor a été vue par **86K** personnes sur YouTube. Salut, Bonjour! a présenté la vidéo dans son segment Web du matin!



283K 1167 3891

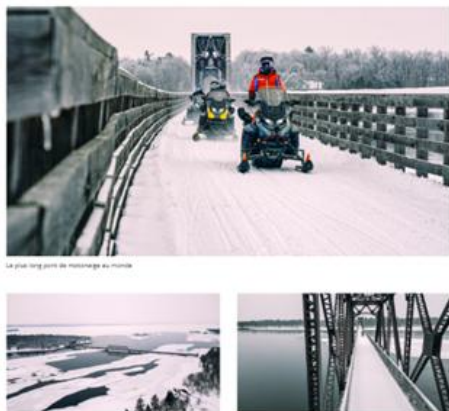
La collaboration avec Travel With Audy a généré **10 577 385** vues, **676 k** d'engagement **9 M** d'impressions.



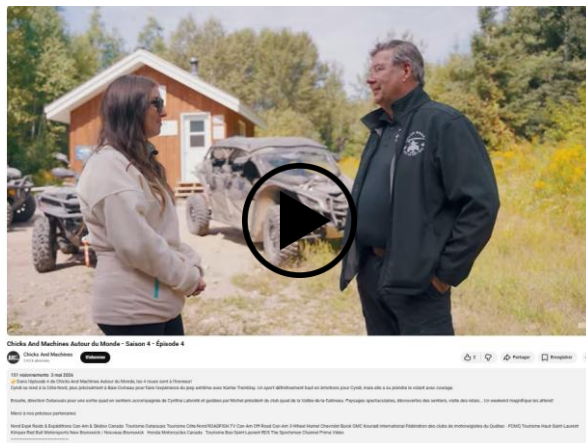
RELATIONS AVEC LES MÉDIAS TOURISTIQUES — TOURNAGES

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

Chicks and Machine
Expérience motoneige
(RDS)
Diffusion : avril 2027



Chicks and Machines
Expérience QUAD (RDS)
Diffusion : 2026



Travels With Darley
(PBS)
Diffusion : janvier 2027



Expédition Faune
Expérience pourvoirie
(RDS)
Diffusion : 2025



ÉVÉNEMENTS MÉDIAS — SENTIERS & SAVEURS

Cet événement regroupait une vingtaine de créateurs de contenu et journalistes du jeudi 4 septembre au Square Old Chelsea au vendredi 5 septembre à Montebello. Au programme :

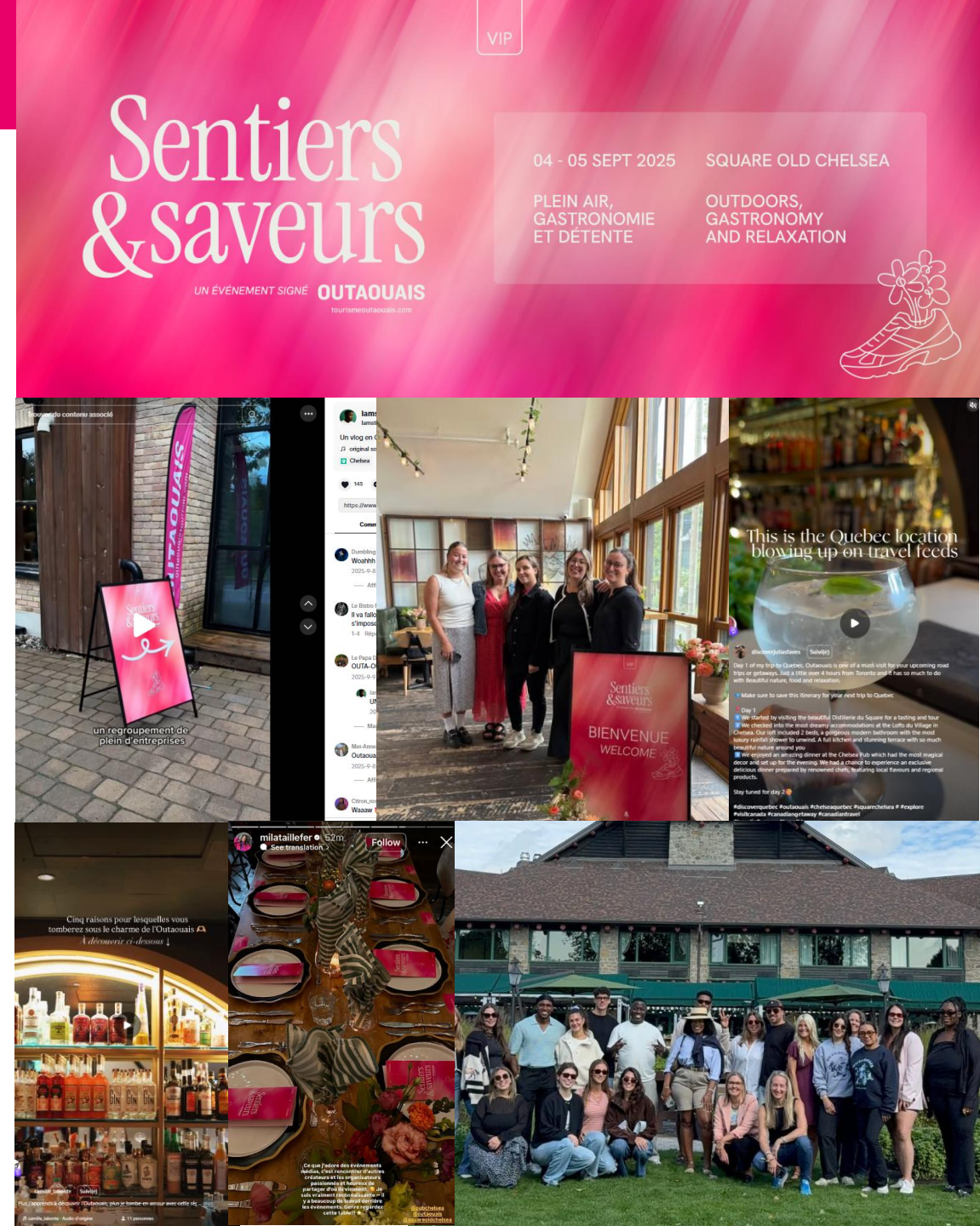
- Une activité de plein air OU une visite de la Distillerie du Square;
- Un cocktail et un souper gastronomique (incluant 3 services de chefs de la région), accompagné des accords mets et vins du Soif Bar à vin;
- Une nuitée aux Lofts du Village;
- Un brunch champêtre et une journée d'activités au Fairmont Le Château Montebello.

Voici les contenus produits pour ce 24 h dans la région :

- **8 reels** Instagram, **1** YouTube Short, **6** vidéos TikTok.
- **5** publications carrousels Instagram et **75** insertions de stories Instagram.
- **2** articles (*Magazine VÉRO* et *The Sault Star*) et **1** mention radio (104,7 Outaouais).

Au niveau des statistiques :

- La portée totale de l'événement a atteint **1 684 865** abonnés (toutes plateformes confondues) ainsi que **36 570** interactions sur les médias sociaux au niveau de l'engagement. Du côté du contenu social, nous avons atteint **604 854 impressions totales** ainsi que **77 100 impressions médiatiques totales**.



COMMERCIALISATION B2B — TOURNÉES

Tournées de familiarisation du 1^{er} avril 2025 au 31 mars 2026

- **8** tournées de familiarisation avec des agents du Consumer Sales Program (CSP), des réceptifs et voyagistes, en provenance de divers marchés :
 - France (**1**) : JMB Voyages (**2** pax*)
 - Belgique (**1**) : Gérald en Amérique (**11** pax)
 - Royaume-Uni (**3**) : agents de voyages CSP, Canadian Sky, Trailfinders, Premier Holidays, Travelbag, Audley Travel, Travel Kuoni, Journeyscape, Prestige Holidays (**29** pax)
 - Mexique (**1**) : Viajes El Corte Inglés, Regio Operadora, Saga Travel/Mega Travel, CCW, BDQ (Bureau du Québec) (**5** pax)
 - États-Unis (**2**) : dans la cadre de l'événement Travel Exchange de National Tour Association Event (NTA), il y a eu **2** tournées de groupes : (**22** pax)
- **21** membres visités lors de ces tournées.
- **69** clients accueillis.



*Pax : participants

COMMERCIALISATION B2B — REPRÉSENTATIONS

Participation à 3 bourses de vente

- Rendez-vous Canada 2025 : **39** rendez-vous individuels (multimarchés)
- Bienvenue Québec 2025 : **41** rendez-vous individuels (multimarchés)
 - Annonce officielle de Bienvenue Québec 2026 à Gatineau
 - Mobilisation de **8** membres de l'Outaouais, animation, prix de présence, vidéo promo, communiqué
- NTA Travel Exchange 2025 : **21** rendez-vous individuels (principalement États-Unis et multimarchés)
 - Kiosque Bonjour Québec (commandite avec Alliance et ATR du Québec)
 - Activations marquantes : bagels roses Bobino Bagel → prix « Tastiest Treat »

3 formations

3 missions de vente internationales

- France :
 - Atelier avec l'Alliance à Paris : **20** voyageurs et **62** invités
 - Mission avec Ottawa à Paris : rendez-vous individuels avec **13** voyageurs et **3** représentants de destinations basés à Paris (DC, Bonjour Québec, Destination Ontario)
- Royaume-Uni (Londres) : **119** voyageurs, **34** agences de voyages, **3** représentants de destinations basés à Londres (DC, Bonjour Québec, Destination Ontario) et Air Canada
- Allemagne (Francfort) : **11** voyageurs

Autres actions et soutien

- Tournage vidéo pour la plateforme Hoppin (**12** membres)
- Programme d'accélération à la forfaitisation (PAF) de l'ARF-Québec : accompagnement à **5** entreprises (valeur de 500 \$ chacun)
- Subvention pour participer à l'Adventure Travel World Summit Québec 2026 : **2** membres soutenus



COMMERCIALISATION B2B — PARTENARIATS AVEC TOURISME OTTAWA

Objectif : promouvoir l’offre complémentaire et intégrée de l’Outaouais et Ottawa à l’international.

NTA Travel Exchange 2025	Tournées de familiarisation	Missions de vente – Europe 2026
• 2 tournées de familiarisation (Gatineau, Chelsea, Montebello — 15 pax./tournée) • Visite terrain à Chelsea et Gatineau (36 participants) • Commandite du dessert — soirée d’ouverture au MCH	• 4 tournées au total (incluant celles dans le cadre du NTA Travel Exchange)	• 13 membres participants • Objectifs : notoriété, développement du produit Ottawa–Outaouais sur les marchés France/R.-U./Allemagne • Mise en valeur des vols directs Ottawa–Paris et Ottawa–Londres
Blitz de ventes Montréal et Québec 2026	Campagne COOP – Marché Mexique été 2025	
• 3^e édition conjointe • 15 membres TO + Ottawa • 21 agences/29 participants rencontrés • Rencontres B2B et réseautage	• Collaboration avec l’agence XACTO • Positionnement Ottawa–Outaouais sur le marché mexicain (B2B et B2C) • Promotion d’itinéraires et formation des agents de voyages • 25 actions numériques • 8 programmes développés avec la région : Julia Tours (2), Tourmundial & Viajes El Corte Inglés (3), Sierra Madre (3)	



COMMERCIALISATION B2B — PARTENARIATS — QUÉBEC DES EXPLORATEURS (QDE)

Plusieurs actions ont été déployées afin de promouvoir le Québec des Explorateurs (reliant l'Abitibi-Témiscamingue, les Laurentides et l'Outaouais).

ACTIONS B2B

2 missions de vente

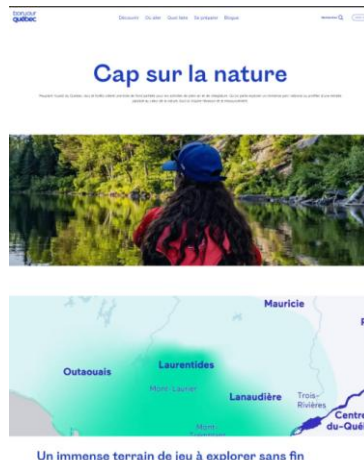
- Roadshow France avec Destination Canada (DC) en décembre 2025 : **126** rencontres à Nantes, La Rochelle et Bordeaux.
- Participation à la mission en Europe de l'Outaouais (diapo 61).

3 campagnes coop

- Joker — Belgique avec Bonjour Québec : vidéo QDE (**35 000** vues/semaine), bannière, blogue, réseaux sociaux, infolettre (**60 000** abonnés, taux d'ouverture de **12,4 %**).
- Les Maisons du Voyage — France (résultats à venir).
- Canusa — Allemagne : près de **215 000** impressions (Meta et Pinterest) et infolettre dédiée (**40 000** abonnés, taux d'ouverture de **46,13 %**, taux de clics de **5,15 %**).

1 Bourse : RVC 2025

- Lancement de la marque QDE.
- Espace QDE commandité dans la zone réseautage de Bonjour Québec et réseau Wi-Fi de l'événement commandité par QDE (près de **1 500** participants).



ACTIONS B2M

France

- Publireportage de **4** pages dans « Le Meilleur du Canada » de *Québec le Mag* distribué dans **7** salons.
- *Direction Canada* : **65** pages, couverture et publicité.
- Infolettre *Québec le Mag*.
- **1** tournée presse avec *Balade, le magazine rando*.
- Créateurs de contenu : **14** publications, **131** stories, **7,49 M** de portée.

Allemagne

- Publireportage dans *KANADA Magazin* : **35 000** copies.

ACTIONS B2M

- Campagne Bonjour Québec France (mars–mai 2025).
- Positionnement « Cap sur la nature » (QDE inclus).
- Campagnes Meta + forfait conversion avec Cercle des Voyages.

AUTRES ACTIONS

- Webinaire Destination Canada France.

PROMOTION DES MEMBRES ET DE LA RÉGION

3 585

initiatives de promotion du 1^{er} avril 2025 au 31 mars 2026

Réseaux sociaux

- **400** publications
- **123** publicités

Promotion

- **17** concours
- **66** publireportages, partenariats de contenu, télé, radio, pré-roll, bannières publicitaires, etc.
- **100** infolettres (agrément)
- **4** publications imprimées coordonnées par TO (guide touristique, carte vélo et carte des *Chemins d'eau*, dépliant plein air)

Web

- **126** blogues
- **45** circuits, dont **10** nouveaux

Présences terrain

- **216** représentations TO lors d'événements et rencontres
- **47** visites pour la prise de contenu (vidéos, photos, réseaux sociaux)
- **86** tournées de familiarisation (68 de relations de presse touristique, 10 pour le tourisme d'affaires et 8 de commercialisation)

Retombées médiatiques

- **1 491** communications touristiques (articles, blogues, reportages télé et radio)

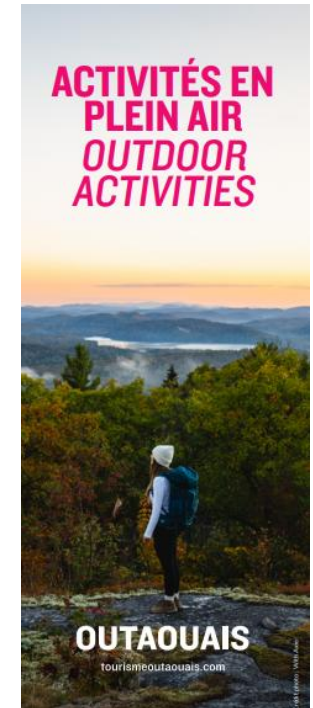
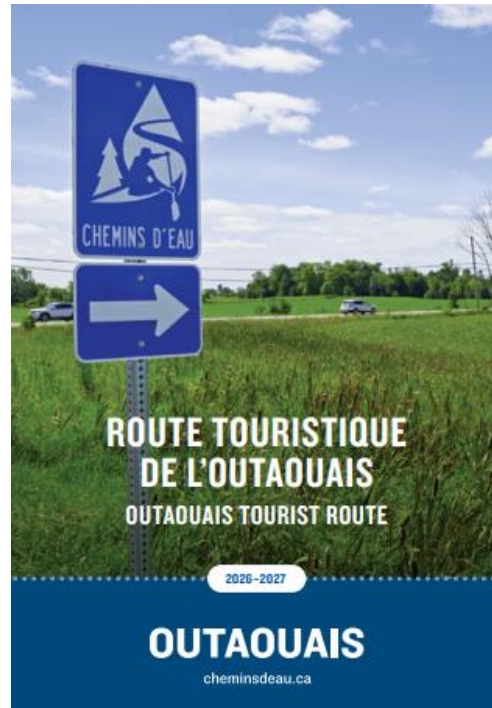
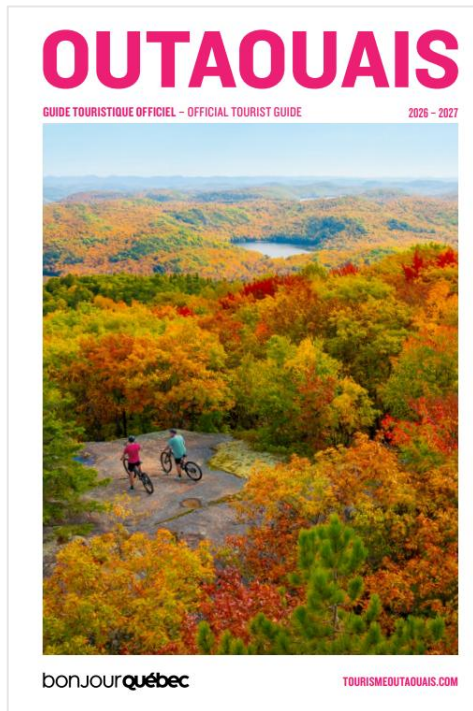
Communications corporatives

- **452** publications Facebook et LinkedIn
- **298** communications corporatives (entrevues, mentions, articles ou reportages dans les médias)
- **114** 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 :

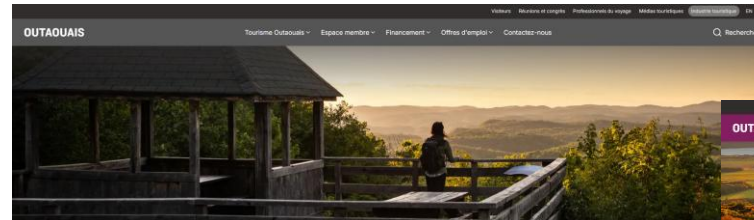
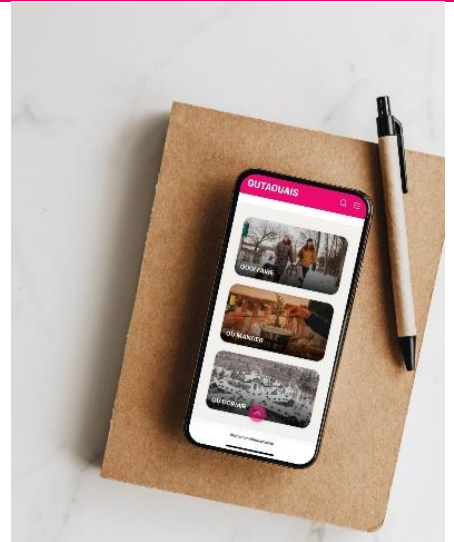
- Guide touristique officiel de l'Outaouais 2026-2027
- Carte des *Chemins d'eau* 2026-2027
- Carte vélo officielle des 5 circuits de l'Outaouais 2026-2027
- Dépliant des activités en plein air



NOUVEAU SITE WEB

Lancement du nouveau site Web de Tourisme Outaouais en janvier 2026!

- Une version renouvelée, au design qui incarne encore plus l'identité **#OutaouaisFun!**
- Pensé, conçu et adapté pour le format mobile et l'ordinateur de bureau!
- Ajout de microsites pour répondre aux besoins de l'industrie.



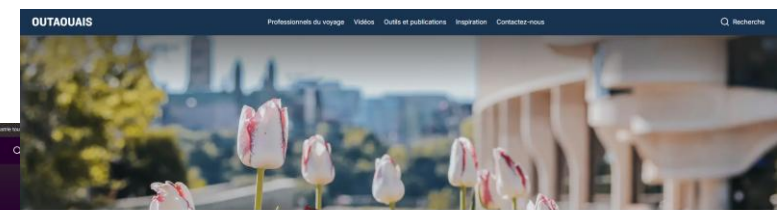
TOURISME OUTAOUAIS



MÉDIAS TOURISTIQUES



OUTAOUAIS DESTINATION AFFAIRES



PROFESSIONNELS DU VOYAGE

SALONS, ÉVÉNEMENTS ET ACTIVATIONS

Salons consommateurs

En partenariat avec les MRC et des partenaires, TO a participé à **5** différents salons pour promouvoir l'offre de la région.

- **Salon du vélo de Montréal** : 20 au 22 février, aux côtés des MRC de Pontiac et de la Vallée-de-la-Gatineau
- **Salon Aventure et Plein air de Toronto** : 20 au 22 février
- **Salon du vélo de Gatineau** : 6 au 8 mars
- **Salon du VR de Montréal** : 5 au 8 mars, aux côtés de la MRC de Pontiac et du Festival de montgolfières de Gatineau
- **Salon Aventure et Plein air de Montréal** : 28 et 29 mars, aux côtés des MRC de Pontiac, Vallée-de-la-Gatineau et Papineau



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 :



Grands Feux du Casino Lac-Leamy



*Festival de
montgolfières de
Gatineau*



Aéro Gatineau-Ottawa



Gatineau Loppet 2026

SALONS, ÉVÉNEMENTS ET ACTIVATIONS

Activations terrain, 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 afin d'aller à la rencontre des visiteurs.
- Du soutien financier à des projets en dehors des programmes du MTO.



Congrès de l'ASSQ



*Tamarack
Ottawa Race Weekend*



Traversée du Lac-Simon



Marathon canadien de ski

CAMPAGNE ANNUELLE 2025-2026



CAMPAGNE MARKETING 2025-2026

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^{er} avril 2025 au 31 mars 2026

Comparatifs (*benchmark* publicitaire)
Industrie du tourisme (Canada) 2024-2025 :

Tactiques	Impressions	Clics	CTR	CPC	CPM	CTR	CPC	CPM
Publicités Meta	30 895 099	798 567	2,58 %	0,29 \$	7,61 \$	1,80 % à 2,50 %	0,40 \$ à 0,75 \$	8 \$ à 15 \$
Campagnes Google	7 188 368	108 996	1,52 %	1,33 \$	20,16 \$	0,90 % à 1,50 %	0,25 à 0,60 \$	N/A
Publicités TikTok	4 302 255	162 161	3,77 %	0,14 \$	5,33 \$	0,75 % à 1,10 %	N/A	6 \$ à 12 \$
Publicités Pinterest	1 232 083	6 350	0,51 %	3,33 \$	17,13 \$	0,50 % à 1 %	0,50 \$ à 1,00 \$	6 \$ à 9 \$
	43 617 805	1 076 074	2,46 %	0,39 \$	9,72 \$	Les performances dans la moyenne ou au-dessus de celle-ci sont surlignées en vert .		

Impressions : nombre de fois qu’une annonce est affichée

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

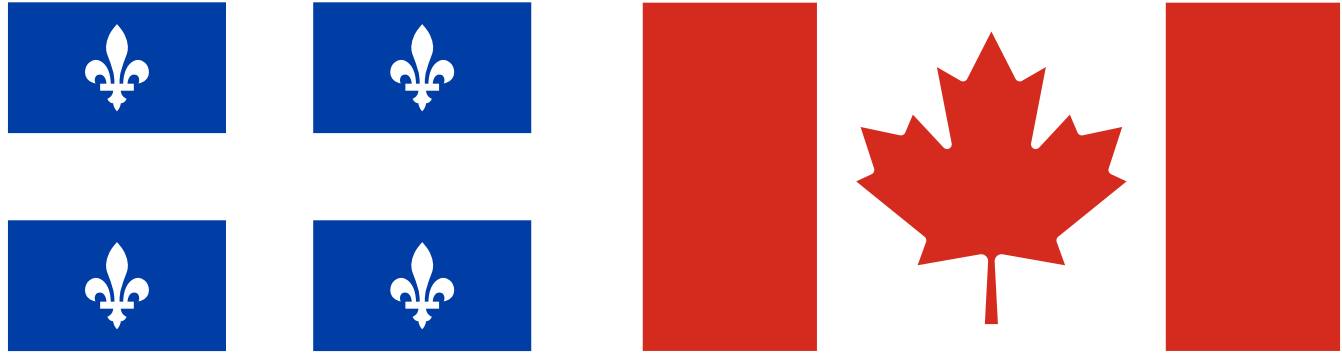
CPC : coût par clic

CPM : coût par mille impressions

MARCHÉS

Marchés prioritaires

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



Marchés secondaires

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



PARTENARIATS DE CONTENU

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

Événements
Attractions
Québec

Ricardo

Today's Parent

Vélo Mag

Le Devoir



L'hiver en Outaouais, c'est la saison du pur plaisir! Entre montagnes enneigées, forêts scintillantes et villages animés, chaque journée est une nouvelle aventure. Dévalisez les pistes de ski, partez en motoneige, ou profitez d'un moment de détente au coin du feu. Réchauffez-vous dans un hébergement douillet, savourez un repas réconfortant et profitez de chaque instant en bonne compagnie.



Faire une escapade en Outaouais, c'est profiter d'un séjour entre le calme du parc de la Gatineau et l'animation de la ville. La région offre une variété d'activités de toutes sortes pour les amateurs d'aventures, de culture ou d'histoire. Sans oublier, les nombreuses adresses gourmandes tenues par des gens passionnés. En collaboration avec [Tourisme Outaouais](#), on part à l'aventure pour trois jours afin de découvrir le meilleur de Gatineau, de Wakefield et de Chelsea.



Created for [OUTAOUAIS](#)

There's something special about stepping into the woods, paddling across a quiet lake or gathering around a crackling campfire that brings a family closer. Between busy schedules, screen time and the general chaos of everyday life, finding real moments of connection can be tough. That's why a trip to the Outaouais region – just across the



Entre rivières et forêts

L'Outaouais est un territoire choyé en ce qui concerne le vélo. À partir de Gatineau, les options ne manquent pas entre le pousin vert qu'est le parc de la Gatineau et les parcours le long de la rivière. Il y a aussi de surprenantes merveilles: voici deux tréjans en pleine nature tracés sur le site de voies fermées d'antan.

À l'ouest, des cinquante kilomètres au nord de Gatineau, la **Véloroute des rivières**, aménagée sur une ancienne voie ferrée, s'étend sur 72 km à partir de la localité de Low. La partie sud, jusqu'à Wakefield, est en grande partie de pierre alors que les 37 km suivants sont asphaltés. Puis, jusqu'à Maniwaki, les cyclistes pourront demeurer en circuit fermé sur une section pierreuse ou passer du côté ouest du petit lac Prodiges par une route tranquille. Le parcours est accessible à tous, incluant les familles, étant donné son faible dénivelé ainsi que ses nombreux points de repos et toilettes publiques. Mais il représente également une petite aventure, car il traverse des écosystèmes variés, dont des marais, des exploitations agricoles et plusieurs forêts et lacs. Parmi ces derniers, le magnifique Blue Sea invitera spontanément à la baignade.

À l'est, au départ de Bouchette, les Sentiers du Parc (Pôle d'excellence en récréotourisme de l'Outaouais) disposent de 12 parcours de randonnée pédestre dans la Vallée-de-la-Gatineau.

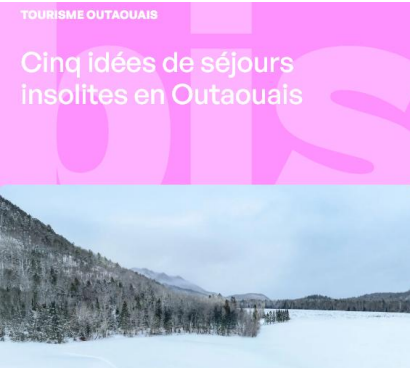
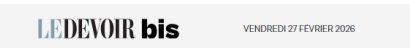
À Massimé, on cueille framboises et bleuets à la ferme Les Fruits du Sommet.

À Maniwaki, on se réveille à l'épicenter L'île d'olive. Coup de cœur pour les plats frais du jour à emporter.

OÙ DORMIR ?
À Blue Sea, sur la berge du lac Edis, CarpeDiem Aventures (certifié Bienvenue cyclistes) est un lieu d'hébergement proposant des nuitées allant du plus classique à l'insolite.

À Bouchette, aux abords du Grand lac Nord et à proximité de la Véloroute, Pimishka Domaine Nature (certifié Bienvenue cyclistes) vous se situe dans un hôte chalet.

Sur la rive du lac Blue Sea dans la municipalité du même nom, les quatre chalets de Mini-Châteaux sont parfaits pour une fin de journée au bord de l'eau.



📌 📧 ✂️ 🐦 in [T](#) Pourquoi faire confiance au Devoir ?

Pour certains, les vacances hivernales invitent au voyage intérieur, le temps d'un ressourcement bienfaisant avant de retourner au boulot. Pour d'autres, c'est l'occasion d'un tango sportif avec le froid et la neige. Dans tous les cas, c'est le moment tant attendu pour s'évader du quotidien et, pourquoi pas, pour s'offrir une expérience... insolite.

MÉDIAS TRADITIONNELS

Voici quelques exemples de campagnes de médias traditionnels lancées pour faire la promotion de la région.

Publicités télévision :

Placements à RDI, LCN, TVA
et Radio-Canada
Marché local et extérieur

Publicité vidéo

Métro de Montréal :
Publicité 15 sec. en boucle
dans 639 wagons

Affichage Pattison :

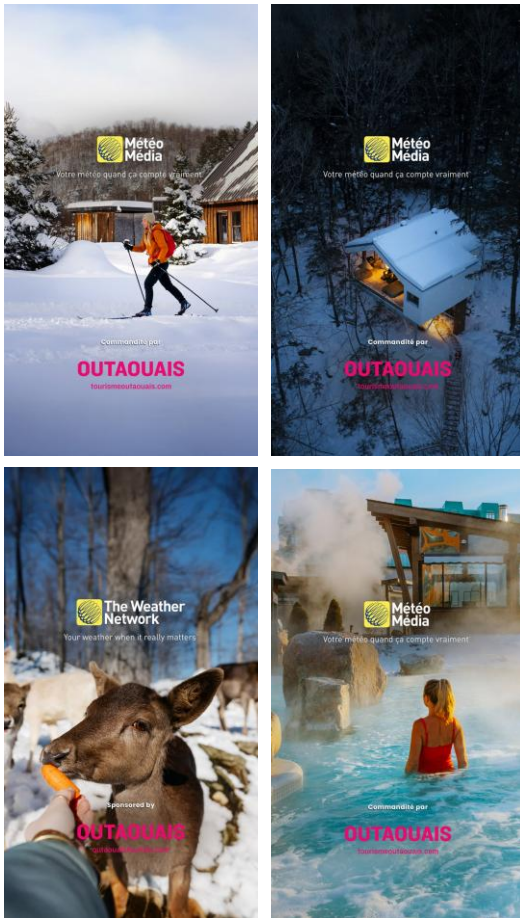
8 panneaux d'affichage à
Ottawa et à Gatineau



PUBLICITÉS NUMÉRIQUES

Voici quelques exemples de campagnes numériques lancées pour faire la promotion de la région.

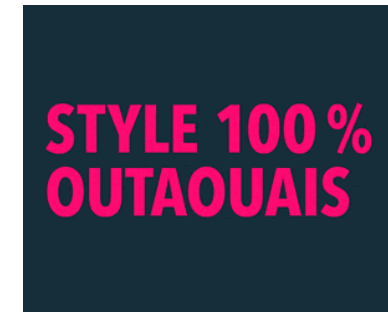
MétéoMédia:



Porter Airlines : Placement vidéo sur la page de connectivité Wi-Fi à bord



Campagnes de bannières Web : CBC.ca (Vélo) Altitude Sports (Ski) *Le Droit* (Collection #OutaouaisFun)



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.

- Chroniques de radio mensuelles au 104,7 Outaouais pendant **12** mois (avril 2025 à mars 2026).
- Concours radio avec Rythme 97,1 : **5** prix par semaine pour **4** semaines afin de mettre de l'avant des attraits de la région.
- Publicités **15** secondes et **30** secondes diffusées localement à TVA et Radio-Canada à l'été et à l'hiver.
- Campagne d'affichage avec la STO (panneaux à l'arrière des d'autobus).
- Publicités imprimées dans le *Bulletin Aylmer*, *Pontiac Journal* et *West Quebec Post*.



CAMPAGNE POURVOIRIE

- Partenariats de contenu avec la Fédération des pourvoiries du Québec et avec la Fédération québécoise des chasseurs et pêcheurs.
- Publicité radio (30 secondes) sur les ondes d'Énergie Abitibi/Rouyn (FR) et de Bell Media Country 93,9 (AN).
- Campagne numérique sur les plateformes Meta, Google et TikTok.

DE VRAIES HISTOIRES DE PÊCHE.



L'OUTAOUAIS
C'EST TOUT ÇA!

TOURISMEOUTAOUAIS.COM

OUTAOUAIS

La nature près de la ville

L'inextinguible appel de la nature a été entendu. Il est maintenant temps de découvrir tout ce que l'Outaouais a à offrir! Plaisir à l'enneigement, aux grands espaces, aux moments partagés au coin du feu. Des histoires et des souvenirs inoubliables, vous en créerez à chacune de vos visites.

L'Outaouais, c'est une destination d'évasion par excellence. Avec ses 33 000 km² de forêts, ses milliers de lacs, sa douzaine de rivières et ses deux vastes réservoirs, pas étonnant qu'elle attire autant les amateurs de chasse et de pêche! Des vastes montagnes en Petite Nation, en passant par les plages intouchées et la beauté sauvage du Pontiac et de la Vallée-de-la-Grande-rivière, on aime s'y perdre et se laisser surprendre par les richesses de chaque territoire.

Abondance! Voilà un mot qui résonne partout en Outaouais. La région abrite une faune et une flore d'une variété exceptionnelle. En famille, en couple ou entre amis, amateurs ou experts, mettez votre ligne à l'eau afin d'attraper le doré, l'omble de fontaine, le touladi ou le brochet. Pour les amateurs de pêche sportive, cette vaste sélection vous permet de vivre des moments intéressants tout au long de la saison, et ce même en hiver pour une expérience de pêche blanche. Les chasseurs ont de quoi rêver d'année en année alors que chevreuils, ours, petits gibiers et même originaux cohabitent sur notre territoire pour vous offrir ces expériences de chasse variées.

ESPECES PRINCIPALES DE LA REGION

Chasse

#	Nom de la pourvoirie	Page
01-001	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	201
01-002	POURVOIRIE DES CHENES	202
01-003	POURVOIRIE DU LAC LORÉ	203
01-004	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	204
01-005	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	205
01-006	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	206
01-007	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	207
01-008	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	208
01-009	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	209
01-010	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	210
01-011	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	211
01-012	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	212
01-013	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	213
01-014	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	214
01-015	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	215
01-016	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	216
01-017	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	217
01-018	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	218
01-019	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	219
01-020	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	220
01-021	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	221
01-022	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	222
01-023	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	223
01-024	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	224
01-025	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	225
01-026	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	226
01-027	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	227
01-028	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	228
01-029	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	229
01-030	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	230
01-031	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	231
01-032	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	232
01-033	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	233
01-034	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	234
01-035	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	235
01-036	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	236
01-037	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	237
01-038	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	238
01-039	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	239
01-040	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	240
01-041	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	241
01-042	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	242
01-043	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	243
01-044	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	244
01-045	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	245
01-046	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	246
01-047	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	247
01-048	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	248
01-049	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	249
01-050	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	250
01-051	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	251
01-052	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	252
01-053	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	253
01-054	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	254
01-055	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	255
01-056	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	256
01-057	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	257
01-058	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	258
01-059	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	259
01-060	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	260
01-061	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	261
01-062	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	262
01-063	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	263
01-064	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	264
01-065	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	265
01-066	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	266
01-067	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	267
01-068	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	268
01-069	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	269
01-070	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	270
01-071	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	271
01-072	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	272
01-073	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	273
01-074	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	274
01-075	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	275
01-076	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	276
01-077	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	277
01-078	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	278
01-079	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	279
01-080	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	280
01-081	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	281
01-082	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	282
01-083	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	283
01-084	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	284
01-085	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	285
01-086	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	286
01-087	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	287
01-088	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	288
01-089	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	289
01-090	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	290
01-091	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	291
01-092	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	292
01-093	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	293
01-094	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	294
01-095	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	295
01-096	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	296
01-097	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	297
01-098	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	298
01-099	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	299
01-100	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	300

Pêche

#	Nom de la pourvoirie	Page
01-001	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	201
01-002	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	202
01-003	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	203
01-004	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	204
01-005	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	205
01-006	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	206
01-007	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	207
01-008	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	208
01-009	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	209
01-010	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	210
01-011	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	211
01-012	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	212
01-013	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	213
01-014	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	214
01-015	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	215
01-016	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	216
01-017	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	217
01-018	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	218
01-019	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	219
01-020	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	220
01-021	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	221
01-022	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	222
01-023	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	223
01-024	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	224
01-025	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	225
01-026	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	226
01-027	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	227
01-028	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	228
01-029	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	229
01-030	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	230
01-031	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	231
01-032	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	232
01-033	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	233
01-034	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	234
01-035	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	235
01-036	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	236
01-037	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	237
01-038	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	238
01-039	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	239
01-040	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	240
01-041	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	241
01-042	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	242
01-043	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	243
01-044	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	244
01-045	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	245
01-046	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	246
01-047	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	247
01-048	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	248
01-049	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	249
01-050	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	250
01-051	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	251
01-052	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	252
01-053	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	253
01-054	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	254
01-055	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	255
01-056	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	256
01-057	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	257
01-058	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	258
01-059	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	259
01-060	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	260
01-061	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	261
01-062	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	262
01-063	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	263
01-064	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	264
01-065	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	265
01-066	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	266
01-067	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	267
01-068	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	268
01-069	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	269
01-070	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	270
01-071	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	271
01-072	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	272
01-073	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	273
01-074	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	274
01-075	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	275
01-076	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	276
01-077	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	277
01-078	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	278
01-079	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	279
01-080	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	280
01-081	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	281
01-082	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	282
01-083	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	283
01-084	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	284
01-085	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	285
01-086	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	286
01-087	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	287
01-088	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	288
01-089	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	289
01-090	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	290
01-091	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	291
01-092	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	292
01-093	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	293
01-094	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	294
01-095	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	295
01-096	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	296
01-097	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	297
01-098	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	298
01-099	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	299
01-100	POURVOIRIE DU LAC BOUTTE	300

Fédération québécoise des chasseurs et pêcheurs

Représenter | Eduquer | Promouvoir

La Fédération | Formations | Fondation | Outils et programmes | Blogue

L'OUTAOUAIS C'EST TOUT ÇA!



LES TERRITOIRES INEXPLORÉS DE L'OUTAOUAIS

L'Outaouais est la deuxième région du Québec à avoir la plus forte concentration de pourvoiries sur son territoire. Découvrez ses pourvoiries et explorez de nouveaux terrains de jeu!

EN SAVOIR PLUS

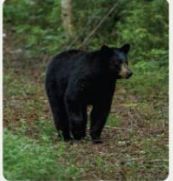
UN SÉJOUR DES PLUS REPOSANTS



Cet été, évadez-vous au cœur de la nature en couple ou entre amis. Plusieurs pourvoiries proposent la location de chalets et de terrains de camping où vous pourrez ralentir le temps de quelques jours.

LIRE LE BLOGUE

DES AVENTURES AU CŒUR DE LA FORÊT.



L'OUTAOUAIS C'EST TOUT ÇA!

TOURISMEOUTAOUAIS.COM

Tourisme Outaouais

Sponsorisé

Partez en famille à la découverte des pourvoiries de l'Outaouais et profitez d'un large choix d'activités pour tous les âges!

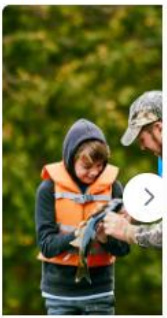
L'OUTAOUAIS C'EST TOUT ÇA!



Réservez votre séjour de pêche! Une expérience familiale

En savoir plus

L'OUTAOUAIS C'EST TOUT ÇA!



Domaine du lac Bryson Enr. 850165

L'OUTAOUAIS C'EST TOUT ÇA!



L'OUTAOUAIS C'EST TOUT ÇA!

L'OUTAOUAIS C'EST TOUT ÇA!



L'OUTAOUAIS C'EST TOUT ÇA!

PLANS MRC 2025-2026

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

- Un article et campagne d’amplification incluant bannières et publication sociale avec Espaces (**Collines-de-l’Outaouais**).
- Un article et campagne d’amplification incluant bannières et publication sociale avec Silo 57 (**Petite Nation**).
- Un partenariat de contenu avec *La Presse touristique* (**Vallée-de-la-Gatineau**).
- Un publireportage de deux pages dans le magazine *Géo Plein Air* (**Pontiac**).

espaces

ACTUALITÉS

CONSEILS

ACTIVITÉS

DESTINATIONS

ÉQUIPEMENT

SAVIR ET MULTIMÉDIA



Chânes - CCN

OÙ ALLER CET HIVER : UNE RÉGION PARFAITE POUR LA GASTRONOMIE ET LE PLEIN AIR

Incontournable pour de récentes des amateurs de plein air, le territoire des Collines-de-l'Outaouais réunit les fondeurs qui explorent les sentiers enneigés de ce territoire, aussi reconnu pour ses expériences gourmandes et son hospitalité, où l'on s'attarde plus d'une journée.

À travers les paysages enchanteurs et des villages pittoresques du nord de Gatineau, les mondes de ski de fond situés par les grands espaces ondules des Collines-de-l'Outaouais ont l'embarcadere du choix lorsque vient le temps de chauffer leurs skis, et ce, qu'ils soient novices, intermédiaires ou agiles. La proximité du parc de la Gatineau, surmonte le pourtour vert de l'Outaouais, contribue d'ailleurs à en faire une destination idéale des skieurs.

SILO 57

18 juin 2025 08H00

18 juin 2025 08H00

f

x

@

🔗

Road trip en Outaouais: voici l'itinéraire parfait en Petite Nation

18 juin 2025 08H00

18 juin 2025 08H00

f

x

@

🔗




En collaboration avec

OUTAOUAIS

hashtextoutaouais.com

Si vous êtes à la recherche de la destination parfaite pour vous évader en nature le temps d'un long week-end, le territoire de Petite Nation en Outaouais est le terrain de jeux de rêve!



Changer de journal

R. Revenir à la catégorie

[Découvrir](#)
[Contenus personnalisés](#)

Partez en escapade en motoneige dans la Vallée-de-la-Gatineau

Publié le 30 mars 2024 (06:14 à jour le 5 fév. 2024) • Lecture : 3 minutes

[Légende](#)
[Discussions](#)



Credit photo : Gilles North

Emfilez vos vêtements chauds, faites rugir le moteur et prenez la direction vers la Vallée-de-la-Gatineau. Le plus grand territoire de l'Outaouais vous attend pour une aventure en motoneige aussi dépaysante que grisante.

Ce vaste territoire, tapissé de forêts enneigées et sillonné de centaines de kilomètres de sentiers entretenus, est l'un des secrets les mieux gardés du Québec pour les amateurs de motoneige. Sous le trait blanc et laque-voix goudron vers des panoramas saisissants, des haltes accueillantes et une hospitalité chaleureuse qui vous

[illegible]

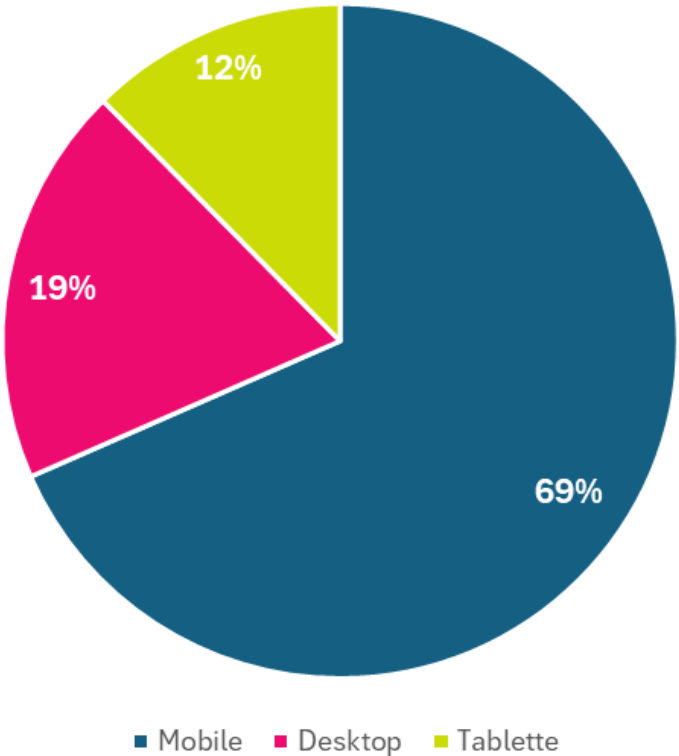
PLATEFORMES NUMÉRIQUES



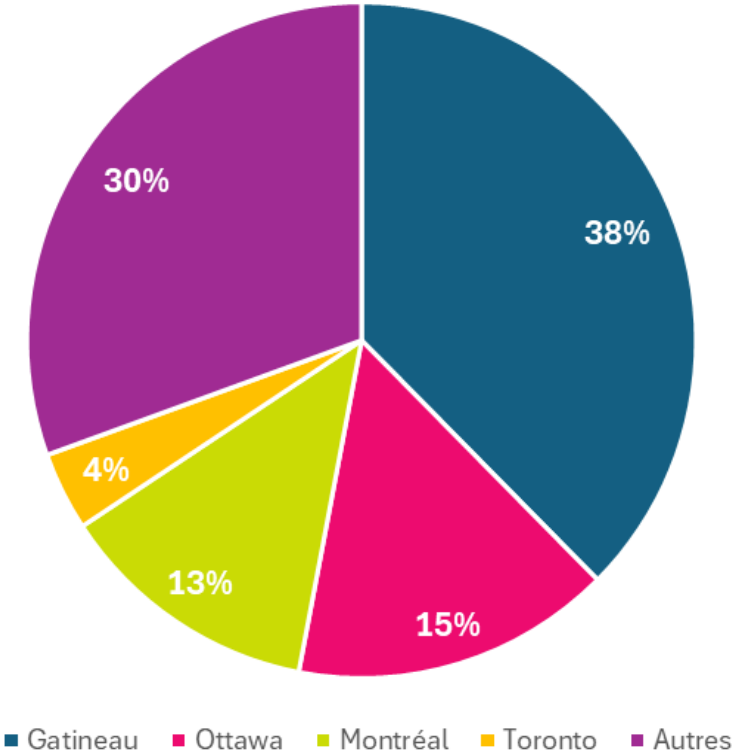
SITE INTERNET

1^{er} avril 2025 au 31 mars 2026

Catégorie d'appareil utilisé



Provenance des utilisateurs



Les utilisateurs sur appareils mobiles et tablettes continuent d’augmenter, dépassant maintenant **80 %** du nombre total de visiteurs. Notre site Web est bien adapté pour ces appareils. La majorité des visiteurs proviennent de nos marchés locaux, et les visiteurs affichant la provenance *Autres* proviennent en majorité du reste du Canada et des États-Unis, mais aussi de Chine, d’Allemagne, de France, de Suède et du Mexique.

SITE INTERNET — LE BLOGUE

1^{er} avril 2025 au 31 mars 2026

- **126** blogues rédigés ou mis à jour.
- Près de **129 000** pages vues.
- Temps moyen passé (engagement) : **40 s**
- Nos blogues les plus populaires :

1. Motoneige AN
2. Marchés de Noël
3. Motoneige FR
4. Galeries d'art
5. Quoi faire en décembre en Outaouais



■ 14 NOVEMBRE 2025

Des itinéraires de motoneige à découvrir en Outaouais !

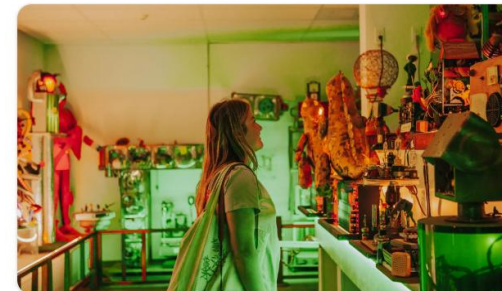
En Outaouais, profitez de l'immensité du territoire pour faire de la motoneige ! Que vous soyez un motoneigiste invétéré ou un débutant en quête d'aventure, 2 280 kilomètres de pistes de qualité vous garantissent des promenades grisantes. Découvrez des lieux seulement accessibles en motoneige, des escapades pour vous initier, des paysages grandioses à...



■ 19 NOVEMBRE 2025

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.



■ 10 AVRIL 2026

Galeries d'art à visiter en Outaouais

Faites le tour des galeries d'art de la région, allez à la rencontre des artisans et apprenez-en davantage sur les projets qu'ils ont réalisés. Admirez des œuvres imaginées et créées par des gens d'ici. Laissez aller votre côté artistique et participez à des ateliers, des cours ou des soirées créatives en bonne compagnie.



1^{er} avril 2025 au 31 mars 2026

NOMBRE D'ABONNÉS35 480*

TAUX D'OUVERTURE TOTAL MOYEN34,58 %

TAUX DE CLICS TOTAUX MOYEN1,56 %

Comparatifs de l'industrie

Taux d'ouverture de l'industrie : 24 %

Taux de clics de l'industrie : 2 %

* **NOTE IMPORTANTE** : Le nombre total d'abonnés a légèrement diminué cette année, malgré l'acquisition de nouveaux contacts, en raison d'un nettoyage de la base de données (suppression des doublons et des adresses invalides) ainsi que des ajustements techniques ayant affecté temporairement le statut de certains contacts.

OUTAOUAIS
tourismeoutaouais.com



Cet été, on s'aventure en nature

L'Outaouais vous invite à vous évader en nature avec l'aide de son dépliant portant sur les activités en plein air. Une seule référence pratique pour découvrir tout ce qu'il y a à faire dans la région!

[Consultez le dépliant](#)

L'OUTAOUAIS
C'EST TOUT ÇA!

MÉDIAS SOCIAUX — FACEBOOK ET INSTAGRAM

1^{er} avril 2025 au 31 mars 2026

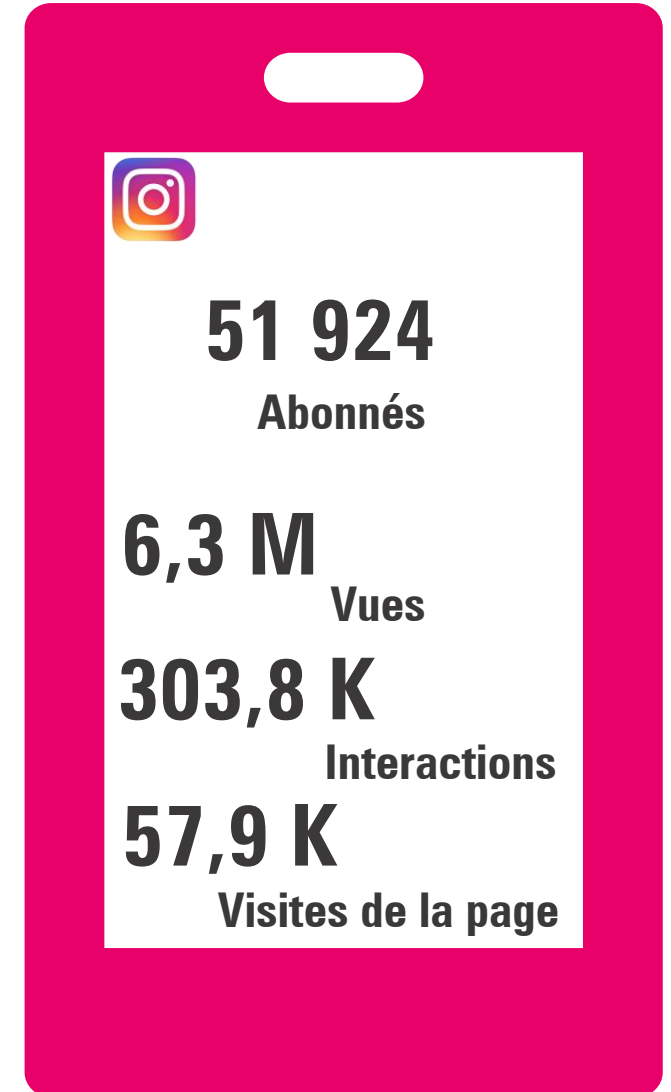
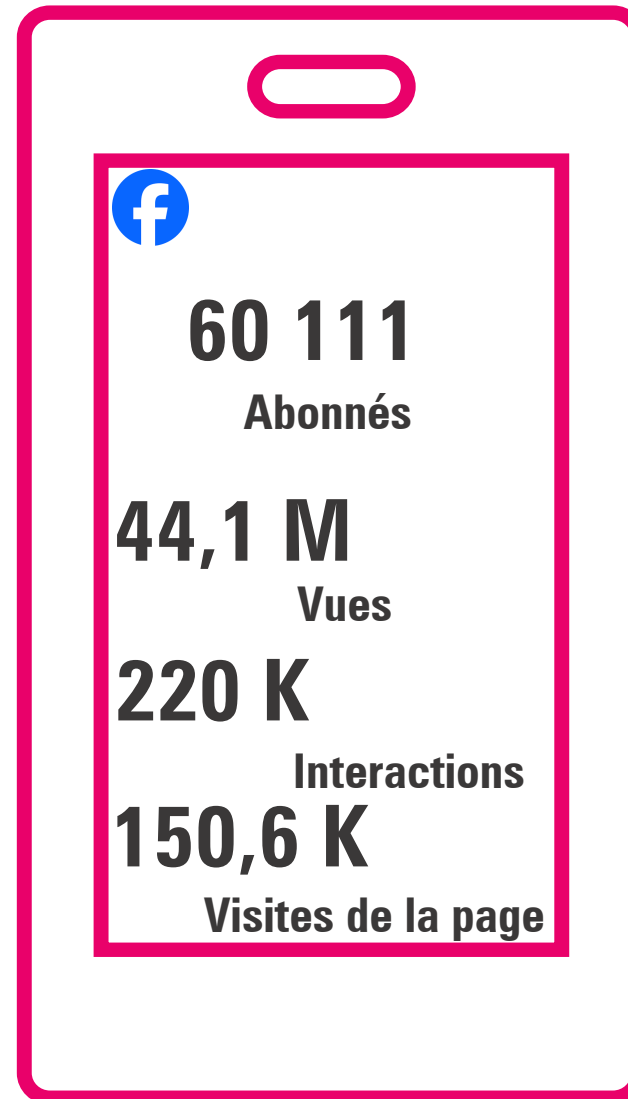
On continue **de voir une belle augmentation du nombre d'abonnés** à nos plateformes sociales.



↑ **6,63 %**



↑ **32,8 %**



MÉDIAS SOCIAUX — TIKTOK ET PINTEREST

1^{er} avril 2025 au 31 mars 2026

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.



↑ **21,1 %**
(Abonnés)



↑ **20 %**
(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 :

- **50** restaurants incluant les bars
- **17** artisans gourmets
- **5** sites d'autocueillette
- **1** cabane à sucre
- **4** marchés publics
- **6** microbrasseries et distilleries
- **4** vignobles
- **2** fermes



TOURISME GOURMAND — PARTENARIAT

Partenariat de contenu

- Durant l'été et l'automne, la région a eu l'occasion de se démarquer dans les éditions du magazine *Edible*.
- Un partenariat avec Ricardo nous a permis d'accueillir son équipe le temps d'un week-end afin de leur faire découvrir nos meilleures adresses. Cette visite a donné lieu à des bannières promotionnelles ainsi qu'à la publication [d'un article](#).



TROISIÈME ÉDITION – L'OUTAOUAIS AU MENU

- La **troisième édition** de l'événement *L'Outaouais au menu* a eu lieu du 30 octobre au 15 novembre 2025.
- Les clients ont profité d'une table d'hôte de trois services (59 \$ ou 79 \$), 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.
- Pour cette édition, un investissement de plus de 25 000 \$ a été consacré à une stratégie de promotion visant à maximiser la portée de l'événement : des visibilités média (chroniques radio au 104,7 Outaouais et 94,9 Rouge FM), des infolettres, un concours sur les réseaux sociaux, de l'affichage dans la région et des publicités numériques.

L'OUTAOUAIS au menu



UNE TABLE D'HÔTE EN 3 SERVICES

59 \$ OU 79 \$

DU 30 OCTOBRE AU 15 NOVEMBRE

DÉCOUVREZ
LES RESTAURANTS
PARTICIPANTS



outaouaisaumenue.ca

DEUXIÈME ÉDITION – L'OUTAOUAIS EN CUISINE

- Tourisme Outaouais (TO), en partenariat avec l'École hôtelière de l'Outaouais (EHO), a présenté la deuxième 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 trois à 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 3^e édition est prévue en 2026!
- Au terme de la soirée, trois prix ont été décernés à trois chefs et à leur brigade d'étudiants. Le gagnant du Prix du jury a obtenu une bourse de 5 000 \$ et les gagnants du Prix coup de cœur du public (bouchée sucrée et bouchée salée) ont remporté une bourse de 1 000 \$ chacun.
- Près de **30** producteurs locaux ont bien été mis en valeur aussi, alors que les chefs devaient utiliser des ingrédients de producteur local, en particulier pour l'ingrédient principal de leur recette, et que le commanditaire principal de l'événement était Croquez l'Outaouais!.
- Nouveauté cette année : la présence d'un animateur (Mat Beausoleil) et l'accord avec des boissons alcoolisées suggérées par la sommelière Véronique Rivest.
- Ce projet a été financé par l'Entente sectorielle de développement du secteur bioalimentaire de l'Outaouais 2022-2025 (ESBO).



*Prix du jury :
Simon Beaudry, Les Fougères*



*Coup de cœur du public (bouchée salée) :
Joël Maheu, Souche-i*



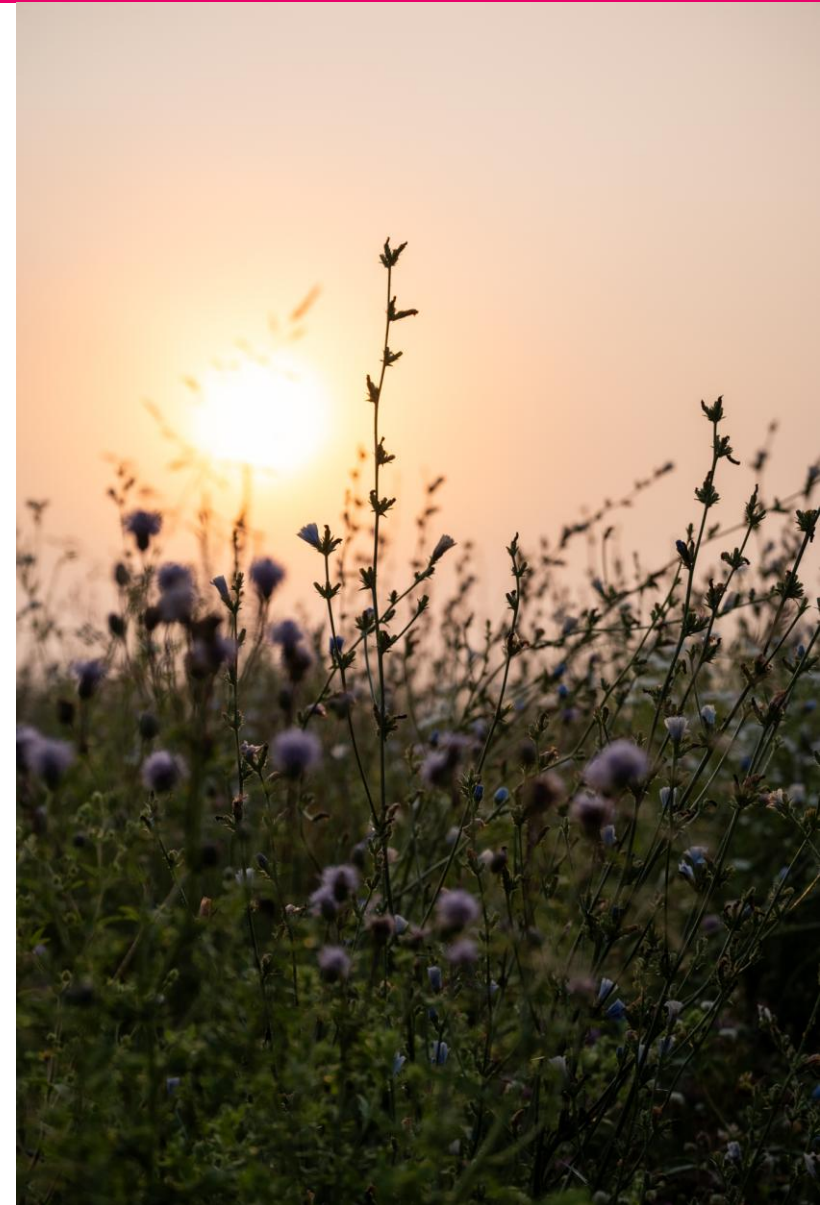
*Coup de cœur du public (bouchée sucrée) :
Dominique Lalonde, Kisisam Pâtisserie*

AUTRES INITIATIVES

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 **200 000 \$** en soutien financier.
- Le programme suscite toujours autant d'engouement auprès de nos membres. Nous collaborons avec des partenaires, qui accompagnent 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.



NOTRE ÉQUIPE





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 (congé de maternité)

DIRECTION (SUITE)



**GAELE VANESSA TCHOUASSI
NJINTHE**
Contrôleuse financière



MARIKA BRIÈRE
Adjointe à la PDG



MARILYN SAVOIE
Directrice par interim — marketing et
partenariats stratégiques



MARTINE DESCHÊNES
Directrice — adjointe à la PDG



MELISA VAZQUEZ
Directrice — services aux membres et
aux visiteurs

SERVICES AUX MEMBRES ET AUX VISITEURS



CHANELLE LAVIGNE

Conseillère — service aux membres



MAUDE LALONDE

Coordonnatrice — service aux
membres



**MICHELLE WALLINGFORD-
ASSELIN**

Conseillère — service aux membres
(congé de maternité)



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



ANIK GIRARD

Gestionnaire marketing par intérim



ANNIE LÉVEILLÉE

Délégue principale — relations avec les médias touristiques



BENOIT GAUTHIER

Conseiller — contenu numérique



CHLOÉ BARRETTE LABONTÉ

Délégue — marché des voyageurs et médias internationaux



CHRISTINE MAILHIOT

Gestionnaire marketing (congé de maternité)



ÉLODIE BEAUVAIS

Conceptrice-rédactrice numérique (congé de maternité)



ÉLOÏSE LAHAIE

Coordonnatrice aux médias touristiques



ÉRIC BOYER

Responsable des TI et plateformes numériques

MARKETING



GAËLLE DOROTHÉE JEUDY
Développeuse Web junior



JUSTINE FULLUM
Gestionnaire marketing par intérim



LÉONY HUARD
Conseillère marketing junior



MARJORIE PAQUETTE
Coordonnatrice marketing



NOÉMIE FRADETTE
Conseillère — contenu numérique



SARAH TANGUAY
Coordonnatrice marketing



SOUKAINA BENWAKRIM
Conseillère marketing



GILLIANE CYR

Gestionnaire — développement
stratégique



JEREMY HOWARD

Conseiller — développement
économique



SERENA CHEVALLAY

Coordonnatrice — tourisme d'affaires



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

Nathalie Beauchamp

Administratrice cooptée

Marie-Josée Beaulieu

Observateur désigné par la Ville de Gatineau

Bettyna Bélizaire

Comité exécutif

Lélia Bâcle-Mainguy
Présidente

Hélène Léger
Vice-présidente

Brittany Morin
Secrétaire-trésorière

COMITÉS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Comité de gouvernance

Lélia Bâcle-Mainguy, Amélie Rocheleau Leclair,
Catherine Lemay

Comité de vérification et de finance

Brittany Morin, Michel Merleau et Simon
Trudeau

Comité du membership

Lise Sarazin, Amélie Rocheleau Leclair et Michel
Merleau

Comité de mise en nomination

Marie-Pier Riel et Amélie Rocheleau Leclair

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 Hélène Léger

Comité du fonds de développement touristique

Lise Sarazin et Nathalie Beauchamp

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

Lise Sarazin