



BILAN
TOURISTIQUE

2023





par Jean François Ruel, Paule Rochette,
Julie Demers et Catherine Demange

Collaboration de Tourisme
CANTONS DE L'EST

L'ÉQUIPE

Jean François Ruel

Responsable de
la filière
touristique



Catherine Demange

Agente à
l'accueil et à la
promotion



Paule Rochette

Coordonnatrice
à contrat de la
Route des Sommets



Julie Demers

Technicienne à
contrat de la Route
des Sommets



Virginie Ruel

Agente aux
réseaux sociaux



Préposés à l'accueil

Préposés au
Bureau d'accueil
touristique



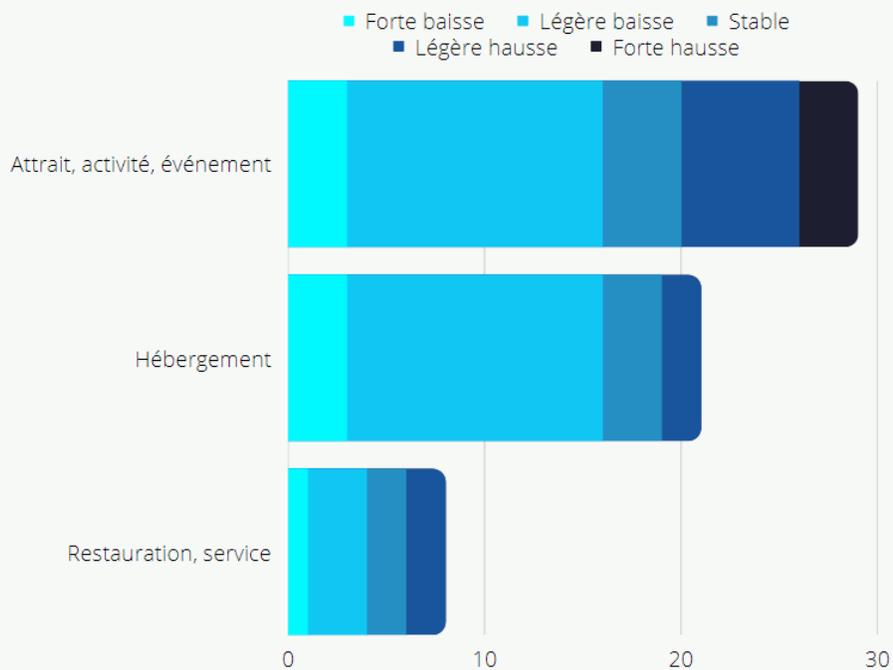
La météo et l'inflation provoquent une légère baisse d'achalandage! Moitié vide pour certains, moitié plein pour d'autres, mais avec quelques variances!

Les années se suivent, mais ne se ressemblent pas. Depuis quelques années, chaque saison nous réserve son lot de surprises. La météo pluvieuse peut être difficile pour les campings, mais intéressante pour un cinéma ou un parc de jeux intérieurs. Avec cet été 2023 aux multiples ondées, difficile de planifier des activités à l'extérieur ou vivre une expérience complète en plein air. Malgré tout, avec le prolongement de la saison achalandée jusqu'en octobre, les membres touristiques semblent satisfaits dans les circonstances même si l'inflation et l'instabilité économique sont venues teinter les statistiques. La MRC du Granit ayant absorbé la Société de développement économique du Granit (SDEG), c'est cette première via Tourisme Région de Mégantic et la Route des Sommets qui vous présente ce bilan touristique 2023.

Tout d'abord, il faut dire qu'en quête d'amélioration continue au niveau de ses pratiques d'affaires, la MRC du Granit effectue à chaque fin d'année une recherche et une analyse basées sur différents indicateurs touristiques. Parmi ceux-ci, on retrouve les données d'un sondage expédié aux membres Cantons-de-l'Est/Région de Mégantic, les résultats de fréquentation de certains attraits de la région, les statistiques des bureaux d'accueil de Lac-Mégantic et de Lambton, l'information provenant des médias sociaux, des sites internet, des salons promotionnels et des campagnes marketing. L'examen attentif de ces divers indicateurs permet de prendre la mesure de la vitalité de l'industrie touristique de la région de Mégantic sur l'ensemble des douze mois, mais plus particulièrement pour les haute et moyenne saisons (mai à octobre inclusivement). Voyons donc ces résultats!

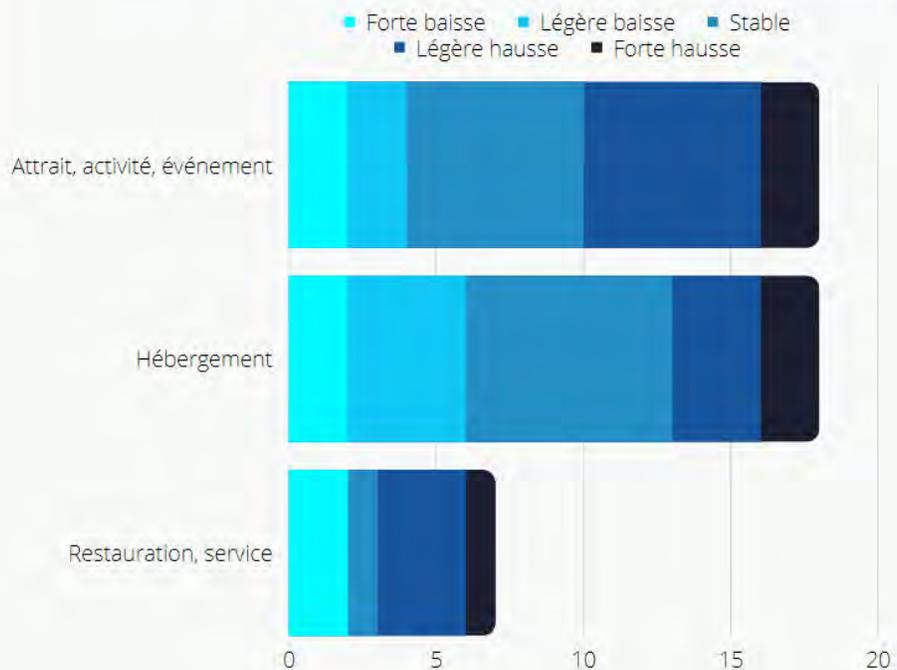
STATS

Comment qualifieriez-vous votre achalandage pour la saison estivale par rapport à la saison estivale 2022?



STATS

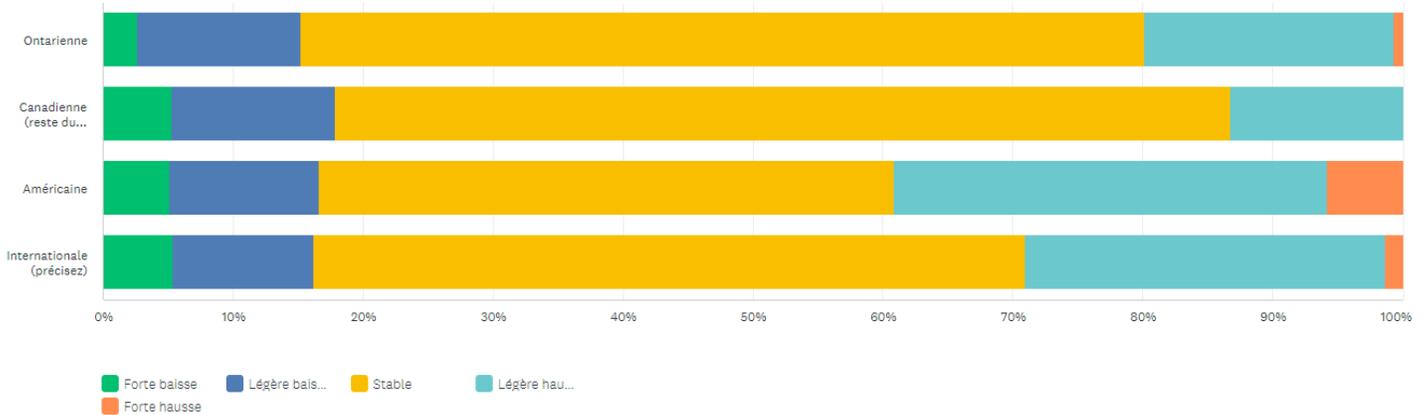
Comment qualifieriez-vous votre achalandage pour la saison estivale par rapport à la saison estivale 2019?



Outre la clientèle québécoise, avez-vous constaté une variation des clientèles hors Québec par rapport à la précédente saison estivale?

Outre la clientèle québécoise, avez-vous constaté une variation des clientèles suivantes par rapport à la précédente saison estivale?

Réponse(s) obtenue(s) : 167 Question(s) ignorée(s) : 39



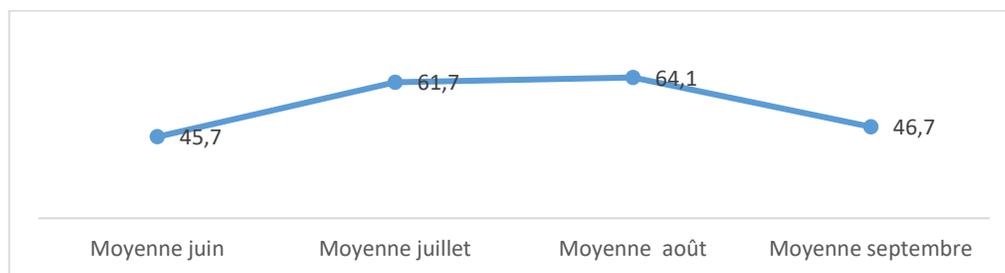
Bilan de saison estivale 2023

0

Région des Cantons-de-l'Est

TAUX D'OCCUPATION MOYEN 2023

Quel a été votre taux d'occupation moyen (25 répondants)?



Secteur Hébergement

Seul secteur sollicité pour lequel l'analyse peut donner une moyenne

Valeurs

Moyenne juin
2021 : 46,0; 2022 : 39,9

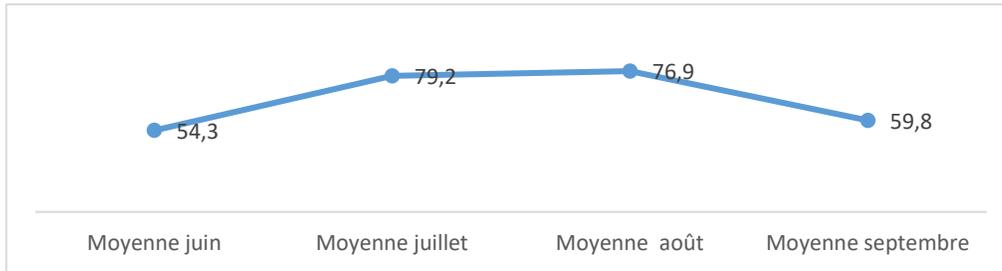
Moyenne juillet
2021 : 76,0; 2022 : 63,6

Moyenne août
2021, 79,0; 2022 : 71,6

Moyenne septembre
2021, 51,0; 2022 : 40,0

TAUX D'OCCUPATION PONDÉRÉ 2023, hôtels

Quel a été votre taux d'occupation moyen?



Secteur Hébergement

Hôtelier

Valeurs

Moyenne juin

2023 :

Moyenne juillet

2023 :

Moyenne août

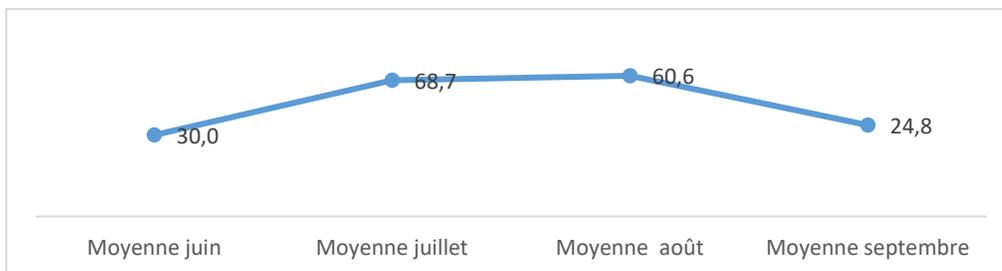
2023 :

Moyenne septembre

2023 :

TAUX D'OCCUPATION PONDÉRÉ 2023, campings

Quel a été votre taux d'occupation moyen?



Secteur Hébergement

Camping

Valeurs

Moyenne juin

2023 :

Moyenne juillet

2023 :

Moyenne août

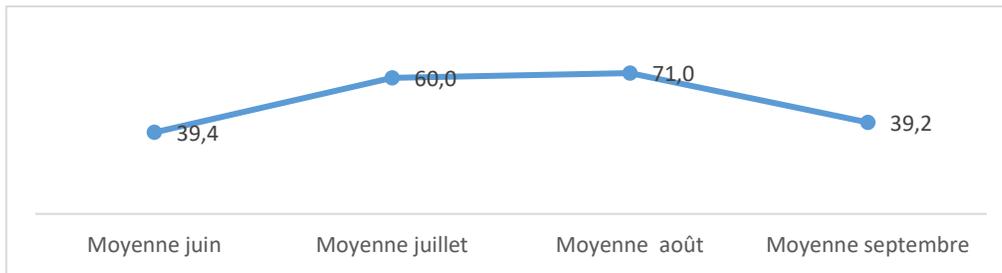
2023 :

Moyenne septembre

2023 :

TAUX D'OCCUPATION PONDÉRÉ 2023, résidences secondaires

Quel a été votre taux d'occupation moyen?



Secteur Hébergement

Résidences secondaires

Valeurs

Moyenne juin

2023 :

Moyenne juillet

2023 :

Moyenne août

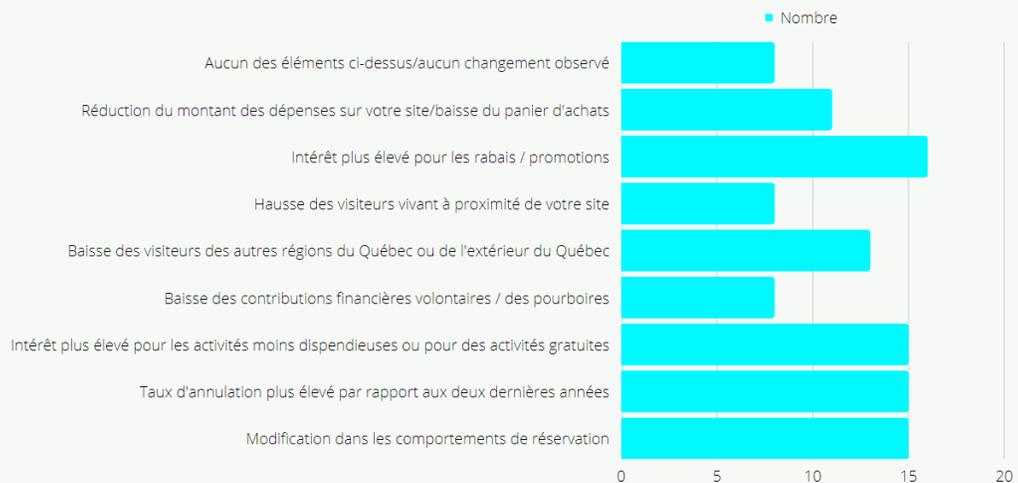
2023 :

Moyenne septembre

2023 :

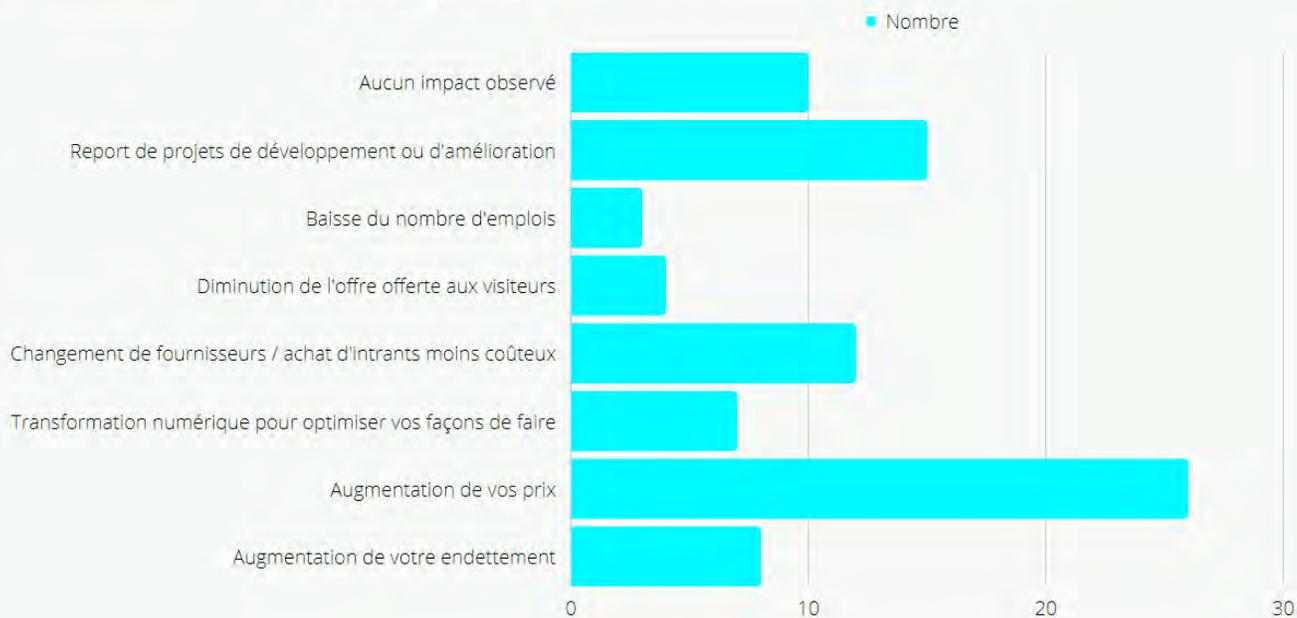
STATS

Quels sont les changements de comportement que vous avez observé chez vos visiteurs en lien avec l'insécurité financière et l'inflation?



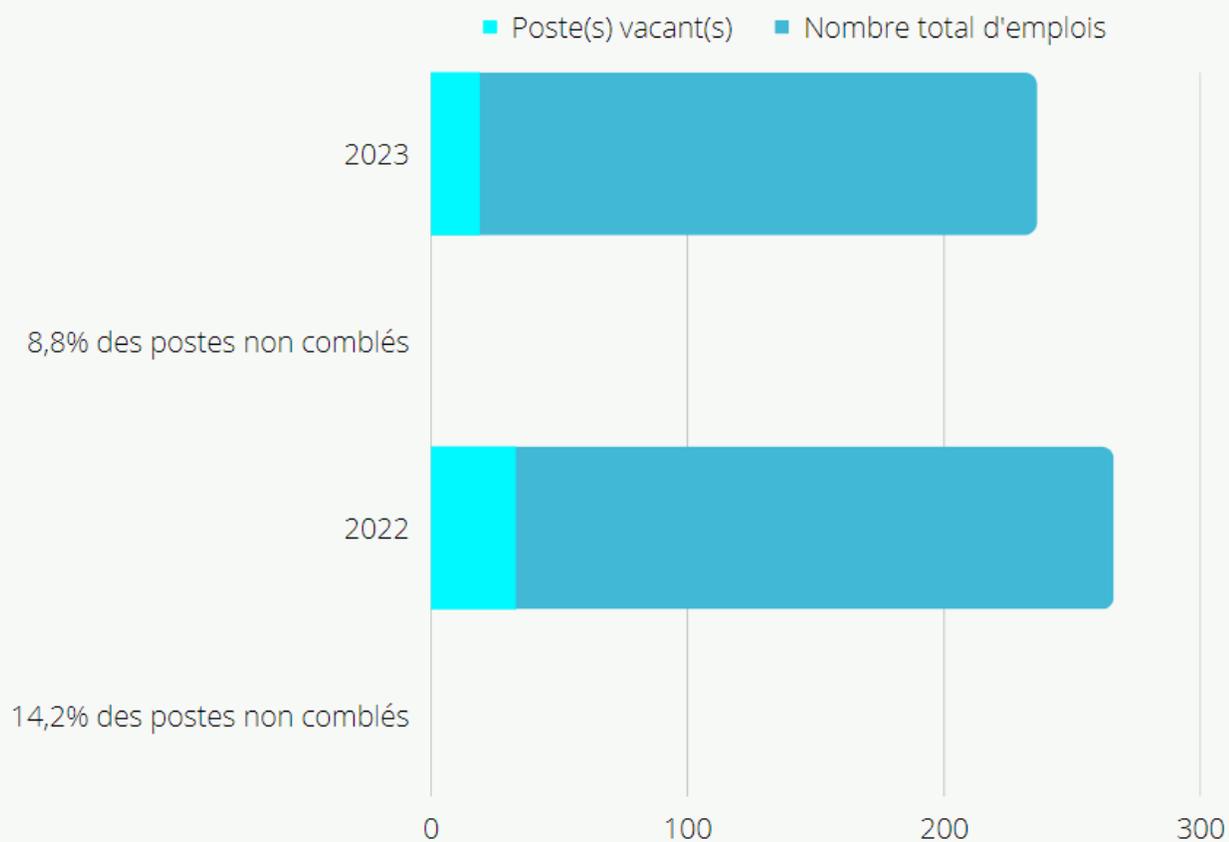
STATS

Quels sont les impacts de la situation économique et de l'inflation sur votre entreprise/organisation ?



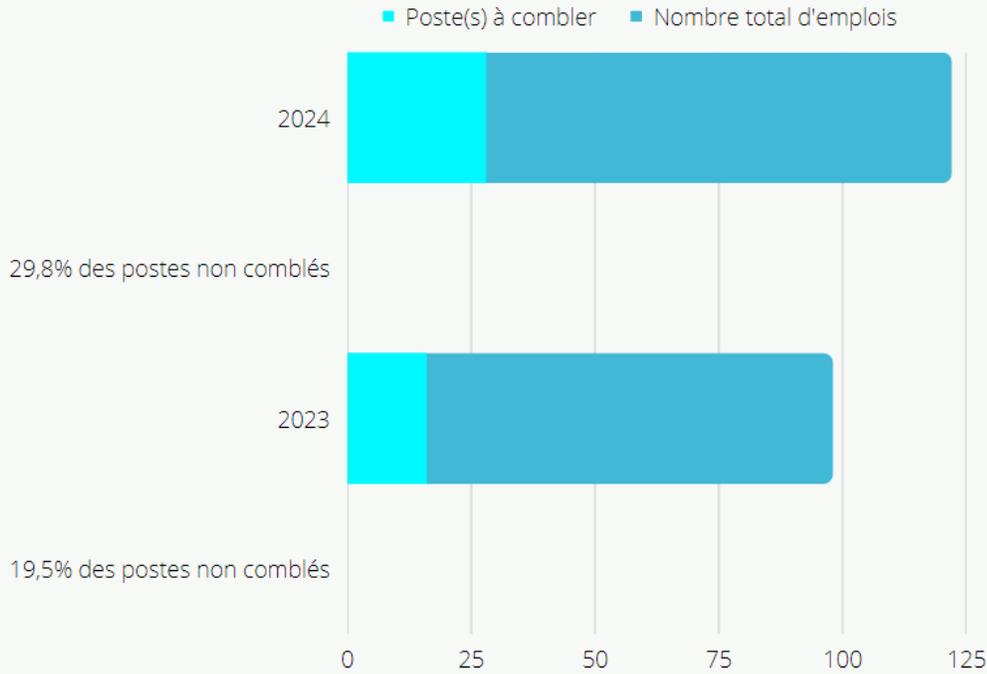
STATS

Quel poids représente le nombre de postes vacants ?



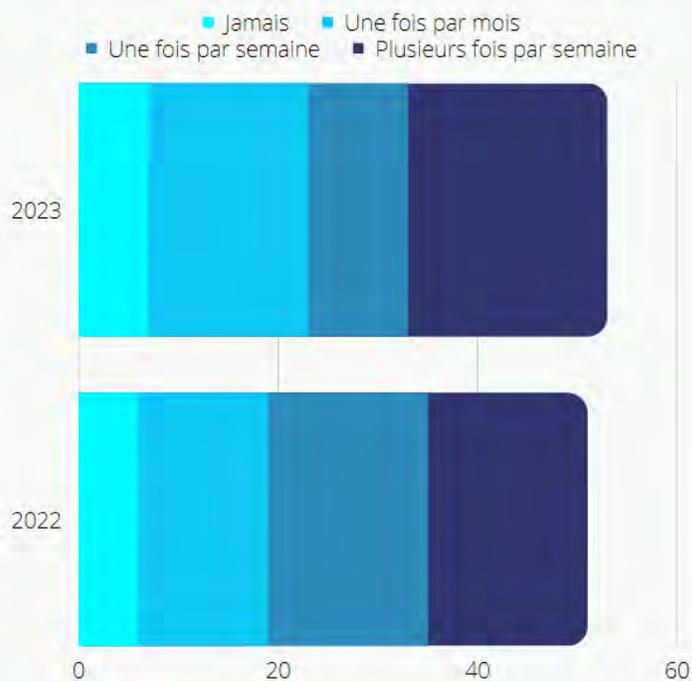
STATS

Pour ceux qui seront en opération l'hiver prochain, quel poids représente le nombre de postes à combler pour la prochaine saison hivernale?



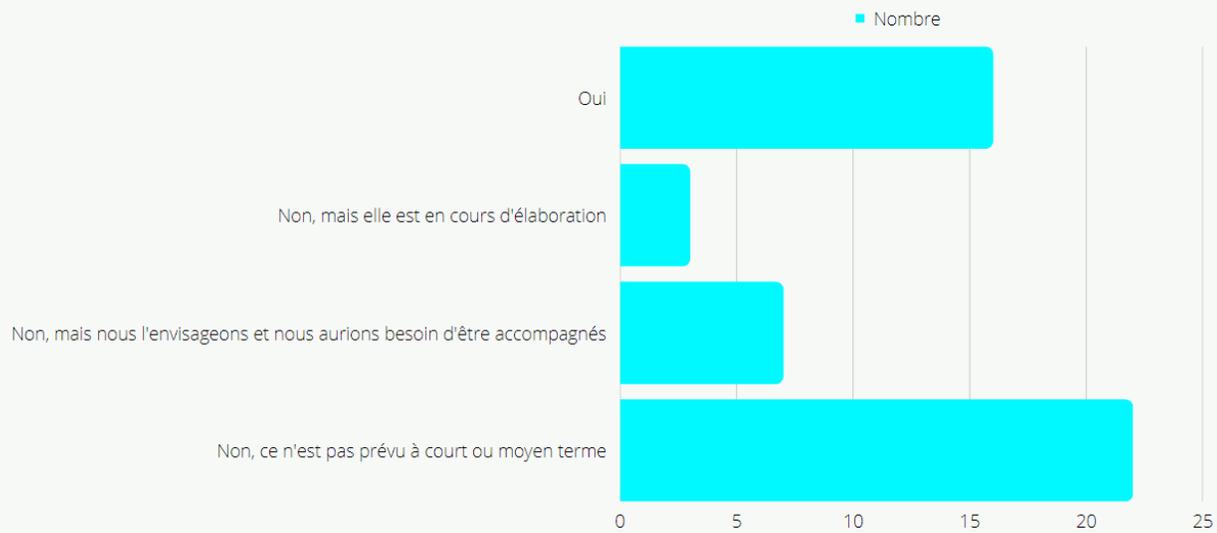
STATS

Utilisez-vous les réseaux sociaux pour promouvoir votre entreprise?



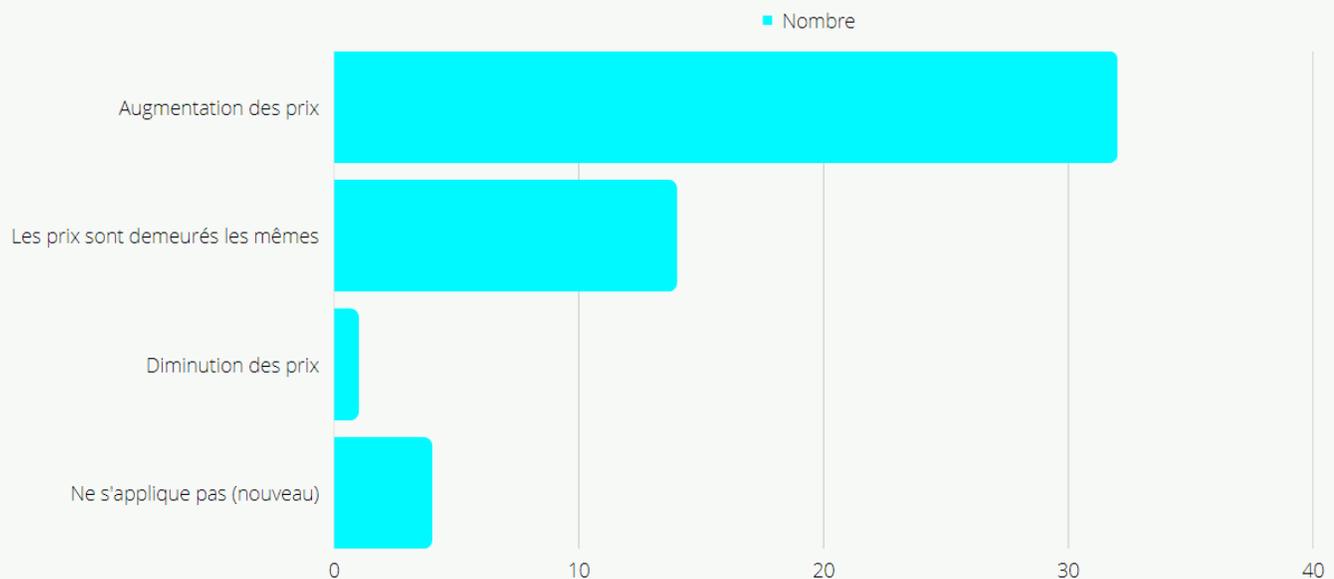
STATS

Votre entreprise dispose-t-elle d'une politique spécifique, d'un plan stratégique ou d'un plan d'action écrit en matière de développement durable?



STATS

Comment a évolué votre tarification par rapport à la précédente saison estivale (2022)?



SATISFACTION DE LA PROMOTION TOURISTIQUE DE TOURISME RÉGION DE MÉGANTIC

Sur une échelle de 1 à 10, quel est votre niveau de satisfaction par rapport à la promotion touristique réalisée en 2023 par la MRC du Granit (Tourisme Région de Mégantic)?

2023

Attrait, activité, événement	73,2
Hébergement	85,6
Restauration, service	81,3
Total général	77

sur 100

2022

Attrait, activité, événement	73
Hébergement	73
Restauration, service	90
Total général	76

sur 100

2021

Attrait, activité, événement	67
Hébergement	70
Restauration, service	77
Total général	69

sur 100

Statistiques des bureaux d'accueil touristique



Au niveau du bureau d'accueil touristique situé à Lac-Mégantic (BAT), les préposés à l'information ont effectué, du 1^{er} octobre 2022 au 30 septembre 2023, 2 318 actes de renseignements (2 255 actes en 2022, 3 833 actes en 2021, 2 262 actes en 2020 et 2874 en 2019), soit une nette **augmentation** par rapport à 2022 **de l'ordre de 3,5%**. Les préposés y ont accueilli plus de visiteurs, soit 4 578 personnes (4 425 en 2022, 7 614 en 2021, 4 764 en 2020 et 6 174 en 2019) pour une **augmentation de 3%** par rapport à 2022. Cette légère augmentation peut s'expliquer, malgré la diminution généralisée de l'achalandage des bureaux d'accueil à l'échelle nationale, par le déménagement du BAT dans les locaux de la gare patrimoniale de Lac-Mégantic.



Le BAT de Lambton a, pour sa part, enregistré une **diminution** de fréquentation l'été dernier comparativement à la saison estivale 2022 **de 61%** des actes de renseignements. Le total de ces actes a été de 137 comparativement aux 356 de 2022, de 267 de 2021, de 108 de 2020 et de 370 de 2019. Ceux-ci ont permis de rejoindre 317 touristes, une **diminution de 60%** par rapport aux 780 rejoints en 2022, aux 596 en 2021, aux 356 en 2020 et aux 849 en 2019.

Constatations

Dans l'ensemble, pour la même période que la précédente, il y a donc eu 2 455 actes de renseignement et 4 895 visiteurs. 94,7% étaient en provenance du Québec comparativement à 94,9% en 2022, 98,7% en 2021, 94% en 2019 et de ceux-ci, 17,07% l'étaient de la Montérégie. La durée des séjours était en légère baisse à 2,20 nuits comparativement à 2,44 nuits en 2022, 2,04 nuits en 2021 et 2,02 en 2020. La taille des groupes a été exactement la même à 1,99 personne comparativement à 1,99 en 2022 et 2,05 en 2021.

Parmi ces visiteurs, 37% étaient des excursionnistes (vs 31% en 2022, 33% en 2021, 35% en 2020, 32% en 2019 et 31% en 2018), 12% sont restés une seule nuit (vs 13% en 2022, 13% en 2021, 13% en 2020, 20% en 2019 et 20% en 2018), 35% ont séjourné de deux à trois nuits (vs 35% en 2022, 31% en 2021, 33% en 2020, 31% en 2019 et 35% en 2018) et 14% sont demeurés de 4 à 7 nuits (vs 18% en 2022, 21% en 2021, 17% en 2020, 14% en 2019 et 12% en 2018). Pour les séjours de plus de 8 nuits, 2% des touristes font partie de cette catégorie (vs 3,2% en 2022, 2,7% en 2021, 2,3% en 2020, 2,4% en 2019 et 3% en 2018).

Les touristes ont opté à 40% pour le camping (vs 41 % en 2022, 40% en 2021, 45% en 2020, 42% en 2019 et 40% en 2018), alors que 36% d'entre eux ont plutôt choisi un établissement hôtelier (vs 31% en 2022, 32% en 2021, 25,6% en 2020, 30,8% en 2019 et 33% en 2018). Les résidences de tourisme (chalets locatifs), ont été le choix de 13% des touristes (vs 14% en 2022, 14,5% en 2021, 13,7% en 2020, 9,6% en 2019 et 15,7% en 2018) alors que les gîtes ont été retenus par 1,2% d'entre eux (vs 2,4% en 2022, 3,9% en 2021, 5,1% en 2020, 5,8% en 2019 et 7% en 2018). À noter que la catégorie *Autres* est à 9,8% (vs 11,1% en 2022, 5,8% en 2021, 6,2% en 2020 et 12,0% en 2019).

Bureaux d'accueil touristique de Lambton et de Lac-Mégantic



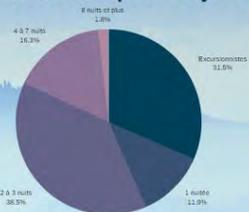
4 895

visiteurs (dimin. de 6% vs 2022)

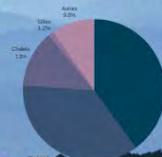
2 455

actes de renseignements (dimin. de 6% vs 2022)

Nombre de nuitées par séjour



Où dorment-ils ?



Comme on peut l'observer depuis des années, la grande majorité des visiteurs avaient pour destination la région de Mégantic (MRC du Granit). Cela signifie donc que les préposés à l'information touristique renseignent d'abord et avant tout des visiteurs venus pour y séjourner : une réalité toujours reconfortante!

Sites web



C'est au cours de l'été 2017 que la refonte du site web Tourismemegantic.com a été complétée, De

modifications majeures ont cependant été apportées pour 2021. En ce qui concerne le site Routedessommets.com, il a été complètement refait en 2021. Le site Regionmégantic360.com, quant à lui, est toujours accessible depuis 2016 et bonifié selon la prise de nouveaux clichés. Ces sites faisant la promotion de nos entreprises et des expériences touristiques sont constamment actualisés pour un référencement de qualité par les partenaires ou pour informer notre clientèle touristique.

Voici les statistiques d'utilisation sur une année:

À la lumière de ces informations, on peut constater une légère diminution des pages consultées du site **Tourisme Région de Mégantic** entre 2022 et 2023 pour un total de **292 000**. Pour la **Route des Sommets**, il s'agit d'une augmentation pour un total de **96 000** pages consultées. Par rapport à l'année de référence 2019, le site **Tourisme Région de Mégantic** est en augmentation, un constat observé sur le terrain.

Réseaux sociaux



 Tourisme Région de Mégantic et la Route des Sommets sont aussi sur les médias sociaux. Désireux de rejoindre l'ensemble des publics ciblés, la destination a partagé via Facebook et Instagram bon nombre de textes, vidéos et photos. Voici quelques statistiques intéressantes :



Fréquentation touristique de nos Parcs nationaux

Absence de données spécifiques pour 2023. Voici les statistiques nationales :





Fréquentation touristique du mini-Compostelle Mégantic

- 387 inscriptions (428 en 2022, 509 en 2021, 301 en 2020, 275 en 2019)
- 678 nuitées (705 en 2022, 1085, en 2021, 596 en 2020, 583 en 2019)
- Retombées économiques de 164 842\$ (168 849\$ en 2022, 218 839\$ en 2021, 120 885\$ en 2020)



Efforts de promotion touristique



Pour l'année 2023, 45 000 guides touristiques de la région de Mégantic ont été imprimés. Environ 15 000 ont été distribués dans plusieurs présentoirs au sud du fleuve St-Laurent entre la Montérégie et Chaudière-Appalaches.

Voici le nombre d'impressions au fil des ans :
45 000 copies en 2022 et 2023, 40 000 copies en 2021, 45 000 en 2020, 2019 et 2018, 40 000 copies en 2017, 35 000 copies en 2016. L'impression de la carte touristique Route des Sommets est restée inchangée à 50 000 copies.



Campagnes promotionnelles et visibilité

Les campagnes auxquelles ont participé Tourisme Région de Mégantic et la Route des Sommets, en grande partie avec la collaboration de Tourisme Cantons-de-l'Est, ont également contribué à mousser la destination Région de Mégantic auprès des clientèles.

En voici quelques exemples :

- Émission VéloVélo à TVA Sports



- Campagnes numériques, radio et écrites

rouge FM

CARAVANING
pour les passionnés et des experts

Paul Ferguson in the
EASTERN TOWNSHIPS
August 21-27th, 2023
Mont Mégantic.

LA PRESSE+

SORTEZ-MOI D'ICI
MAIS PAS TOUT DE SUITE

URBANIA

PARTEZ À L'AVENTURE
Du Mont-Mégantic au Mont-Ham
193 kilomètres riches en découvertes

ROUTE DES SOMMETS
Tous près des sommets

le journal de montréal

- Plan média global
 - **GOOGLE** : (700 000 impressions totales)
 - Nouvelle-Angleterre : en bannières (En Destination Cantons-de- l'Est)
 - **META** : (FB : 2 400 000 impressions totales; IG : 180 000 impressions totales)
 - FB : Nouvelle-Angleterre, Ontario (En Destination Cantons-de- l'Est) et Québec (En expérience de Territoire : 1 créatif par territoire) ; en Considération
 - IG : Québec : Carrousel (En expérience de Territoire : 1 créatif par territoire)
 - Déploiement automne et printemps
 - **DEHORS** (bannière Plein-Air et Bien-être d'URBANIA) :

- Médias écrits et actualité



- Présence en France aux rencontres franco-québécoises sur la recherche Rendez-vous Champlain avec l'état du Cameroun



- Avec pour ambition de valoriser et de contribuer à dynamiser la recherche franco-québécoise dans le domaine du tourisme, les premiers Rendez-vous Champlain se sont tenus à la Rochelle en mai 2006 tandis que le Québec accueillait la deuxième édition en 2008 dans le cadre du 400^{ème} anniversaire de la fondation du Québec.
- Par son implication dans le développement des Rendez vous Champlain, le Québec en général et dont la région de Mégantic s'associe à une démarche globale de construction des connaissances et à la reconnaissance scientifique du tourisme.

- Thème: Destinations d'excellence à l'ère post-Covid ou la nécessité d'une reconfiguration à partir de la base analyse comparative de la MRC du Granit (Québec, Canada) et de la région de l'Ouest Cameroun
- L'analyse fait un lien avec les crises qui ont traversé la région de Mégantic, notamment la crise post-tragédie 2013 et la crise de la Covid-19 avec un regard sur comment la MRC s'y est prise à chaque fois
- Dans un même temps, l'analyse interroge la réalité dans la région de l'Ouest du Cameroun pour faire une comparaison
- La communication capitalise la MATDEL CANADA en cours pour une mobilisation des données primaires à cet effet

- L'autocar lettré d'Autobus Vausco aux couleurs de la région est toujours sur la route!



- Salons promotionnels

Salon Aventure Plein air 2023

Le Salon Aventure Plein Air de Montréal 2023 a été un énorme succès avec plus de 200 exposants et plus de 16 800 passionnés de plein air, prêts à planifier et à réserver leurs aventures printanières et d'été. Notre réservation d'espace pour l'édition 2024 du Salon Aventure Plein Air de Montréal est plus forte que jamais! Le Salon aura lieu les 23 et 24 mars 2024

SALONS ET COP-15

COP-15, ACTUALITÉ

« La plus grande COP sur la biodiversité jamais organisée » débute mardi à Montréal

COP15 : l'occasion de sauver la vie sur Terre

COP 15 à Montréal : une occasion de sauvegarder les humains, les de

COP-15: APPRENTISSAGES ET PARTAGES

MRC DE L'OUEST, RÉGION DE MÉGANTIC

- Efforts de collaboration et de représentation

Système de Mesures pour l'Excellence des Destinations (SMED)



Engagée à l'automne 2017 dans la démarche du Système de Mesures pour l'Excellence des Destinations, la SDEG a reçu l'attestation SMED des mains du Dr François Bédard du Centre Mondial d'Excellence des Destinations (CED). Cette attestation vient confirmer l'adhésion au réseau mondial des destinations engagées vers l'excellence jusqu'en 2023. L'objectif avoué de Tourisme Région de Mégantic est de sensibiliser les acteurs touristiques à l'importance de travailler ensemble pour l'enrichissement de la destination. En voici les quatre conditions de

succès pour s'y rendre en équipe:

- 1) Compétence et complémentarité
- 2) Qualité du leadership
- 3) Perception d'interdépendance
- 4) Familiarité entre les partenaires

Une industrie en constante évolution

En cours de préparation en 2023 et 2024 :

- Fin du sondage Grand chantier plein air sur les possibilités du secteur de la zone frontalière et des hautes montagnes
- Lancement d'Expérience Affaires Mégantic, congrès en 2024



- Retour au Salon du VR de Montréal en 2024
- Planification stratégique de la Route des Sommets en novembre 2023
- Atteinte de 165 membres/partenaires touristiques et près de 200 activités en 2023

- Maillage Cameroun – Canada (Matdel-Canada) en 2024



- Éclipse solaire le 8 avril 2024
- Projets de vélo de montagne et de spas nordiques en 2024



- Création d'un comité consultatif touristique en 2024
- SIT en 2024 : système visant à rassembler l'ensemble des données touristiques d'un territoire donné et à les rendre accessibles à tous ses adhérents. Il permet ainsi de fournir aux voyageurs une information plus complète sur l'offre touristique, quel qu'en soit le canal de diffusion.
- Plan de développement sur 10 ans de la station touristique Baie-des-Sables

Station touristique Baie-des-Sables, développement sur 10 ans



La Route des Sommets en 2023



Vers une structuration de l'offre touristique sur l'ensemble du territoire

Les nouveaux équipements de la RDS dans chacune des municipalités ont permis de structurer l'offre touristique :

1. D'informer et d'orienter les visiteurs aux 17 haltes routières et sur 17 sommets;
2. D'offrir aux visiteurs la possibilité d'observer le ciel étoilé grâce aux 36 bancs inclinés mettant en valeur notre Réserve internationale de ciel étoilé;
3. De proposer aux touristes différentes expériences et itinéraires sur le site web de la RDS et via les réseaux sociaux;





La RDS dispose de différents outils promotionnels dont sa carte routière qui a été optimisée et qui est très consultée, son site web, sa page Facebook qui compte près de 6 000 abonnés et a atteint plus de 60 000 pers. en 2023, ses nombreux partenaires et son image de marque.

Événement annuel pour mettre en lumière nos montagnes sur l'ensemble du territoire

Le Défi de la Route des Sommets, lancé en juin 2023 en partenariat avec 4000 Hikes, est un succès!

Le but du défi est de gravir 3 montagnes par saison et ce tout au long de l'année.

Pour y participer, les participants doivent prendre un égoportrait au sommet avec le panneau Rencontre au Sommet et compléter le formulaire d'inscription en ligne sur le site web de la RDS.

À chaque saison, un tirage de participation est fait auprès des personnes qui ont complété l'ascension des 3 sommets.

Un grand tirage parmi tous ceux qui auront complété le défi de gravir les 12 sommets se fera en juin 2024.

Au final, c'est une valeur de plus de 1500\$ en prix à gagner!

DÉFI DE LA ROUTE DES SOMMETS

DÈS JUIN, RELEVEZ LE DÉFI!

Faites l'ascension de 3 sommets par saison pour un total de 12 sommets.

Fier collaborateur
Desjardins
Caisse de Lac-Magnin-Le Genit

INSCRIPTION SUR
ROUTEDESOMMETS.COM

Statistiques Défi de la RDS

En date du 10 octobre, nous avons cumulé un total de 389 inscriptions via le formulaire en ligne, 129 personnes ont participé au Défi jusqu'à ce jour. De ce nombre, 39% viennent de l'extérieur des Cantons-de-l'Est, 29% de la MRC du Granit et 32% de la région des Cantons-de-l'Est.



La page Facebook du Défi de la RDS (groupe public), qui compte à ce jour 810 membres, permet à tous les participants de partager leurs photos prises au sommet d'une montagne de la région. Une communauté FB s'anime par les participants du défi via des publications, photos, etc.

Présence dans les médias et outil promotionnel

La RDS a été présente dans les médias tout comme à la télévision et sur le web entre autre via Tourisme Cantons-de-l'Est. Une publicité télé (TVA) a été diffusée en Estrie et dans le Centre-du-Québec tout au long de l'été ainsi qu'une publicité numérique à travers le Québec.



Bouteille d'eau à l'effigie de la RDS en vente chez 15 partenaires sur l'ensemble du territoire



Notre équipe et nos collaborateurs

Comité de gestion la RDS :

Julie Pomerleau, MRC du Haut-Saint-François

Frédéric Therrien, Parc régional du Mont-Ham

Jean François Ruel, MRC et SDE du Granit

Marie-Georges Bélanger, Parc national du Mont-Mégantic

Marc-André Bédard, Station touristique de Baie-des-Sables

Maire-Michelle Ouellette, MRC des Sources

Paule Rochette et Julie Demers, équipe RDS

Suite au sondage effectué par Tourisme Cantons-de-l'Est auprès des acteurs touristiques de la Région de Mégantic :

- 60% des répondants mentionnent avoir fait la promotion de la RDS verbalement auprès de leur clientèle touristique;
- 53% ont utilisé la carte de la RDS que l'on retrouve dans le guide touristique de la région de Mégantic pour promouvoir la RDS;
- 11% ont référé les visiteurs au site web de la RDS;
- 16% ont partagé la page FB/Instagram de la RDS à leur clientèle;
- 15% ont fait connaître la page FB du Défi de la RDS à leur clientèle.

Amis de la Route des Sommets

Chaque entreprise / organisme membre de TRM pourra faire partie des Amis de la RDS et bénéficier d'une visibilité en 2024 sur le site web de la RDS, via les réseaux sociaux et directement sur place auprès des visiteurs.



Planification du Pan d'action 2024-2026

En incluant les salaires, près de 300 000\$ ont été investis cette année en accueil, promotion et structuration de l'offre régionale, un investissement considérable ayant contribué au positionnement enviable de la destination Mégantic auprès des marchés et en regard des résultats de fréquentation constatés.

Constat général

À la lumière de l'analyse que nous pouvons faire de l'ensemble des indicateurs et en dépit de la météo défavorable et de l'inflation, le bilan de la période estivale 2023 s'avère, somme toute, acceptable. La demande pour notre destination semble toujours présente, à nous de savoir s'adapter!

La MRC du Granit, en tant que gestionnaire de la destination Région de Mégantic, est passée d'optimiste à très positive pour le futur de la destination. La grande diversité de l'offre, autant en hébergement, restauration, attraits et événements solidifie cette destination incontournable et est maintenant un joueur crédible et mature dans un écosystème favorable à son épanouissement. Le présent se bâtit sur du solide!

«La destination Région de Mégantic fait sa force par la collaboration des différents acteurs locaux, régionaux et nationaux. À la base, toutefois, les citoyens contribuent à partager un message fort auprès de leurs familles et amis, ce qui nous permet l'atteinte d'objectifs beaucoup plus grands! Merci de cet enthousiasme en partageant et contaminant les membres de votre entourage!»

ANNEXES

STATISTIQUES COMBINÉES DES BUREAUX D'ACCUEIL TOURISTIQUE DE LAMBTON ET DE LAC-MÉGANTIC

Provenance de la clientèle par acte de renseignement							
Bureau(x) : Lac-Mégantic, Lambton							
Canal : Tous							
Période : 2022-10-01 au 2023-09-30							
Total de sondage : 2470							
Marché / Pays	Région touristique	Lac-Mégantic		Lambton		Total	
		Sondages	%*	Sondages	%*	Sondages	%*
Quebec		2205	89,27	133	5,38	2338	94,66
	Montérégie	386	17,51	13	9,77	399	17,07
	Cantons-de-l'Est	282	12,79	52	39,10	334	14,29
	Québec	276	12,52	21	15,79	297	12,70
	Montréal	258	11,70	6	4,51	264	11,29
	Chaudière-Appalaches	221	10,02	20	15,04	241	10,31
	Laurentides	161	7,30	1	0,75	162	6,93
	Lanaudière	145	6,58	7	5,26	152	6,50
	Centre-du-Québec	97	4,40	1	0,75	98	4,19
	Mauricie	86	3,90	3	2,26	89	3,81
	Outaouais	66	2,99	4	3,01	70	2,99
	Laval	57	2,59	3	2,26	60	2,57
	Saguenay-Lac-Saint-Jean	45	2,04	0	0,00	45	1,92
	Ne sait pas	25	1,13	0	0,00	25	1,07
	Abitibi-Témiscamingue	23	1,04	1	0,75	24	1,03
	Bas-Saint-Laurent	21	0,95	0	0,00	21	0,90
	Manicouagan	18	0,82	1	0,75	19	0,81
	Gaspésie	13	0,59	0	0,00	13	0,56
	Charlevoix	11	0,50	0	0,00	11	0,47
	Duplessis	7	0,32	0	0,00	7	0,30
	Baie-James	3	0,14	0	0,00	3	0,13
	Îles-de-la-Madeleine	2	0,09	0	0,00	2	0,09
	Eeyou Istchee	1	0,05	0	0,00	1	0,04
	Nunavik	1	0,05	0	0,00	1	0,04
Ontario		41	1,66	1	0,04	42	1,70
États-Unis		27	1,09	0	0,00	27	1,09
Inconnu		20	0,81	0	0,00	20	0,81
France		16	0,65	0	0,00	16	0,65
Maritimes		8	0,32	2	0,08	10	0,40
Canada (autres)		4	0,16	0	0,00	4	0,16
France métropolitaine		4	0,16	0	0,00	4	0,16
Australie		2	0,08	0	0,00	2	0,08
Belgique		2	0,08	0	0,00	2	0,08
Allemagne		1	0,04	0	0,00	1	0,04
Martinique		1	0,04	0	0,00	1	0,04
Royaume-Uni		0	0,00	1	0,04	1	0,04
Saint-Pierre-et-Miquelon		1	0,04	0	0,00	1	0,04
Suisse		1	0,04	0	0,00	1	0,04

Hébergement par acte de renseignement

Bureau(x) : Lac-Mégantic, Lambton

Canal : Tous

Période : 2022-10-01 au 2023-09-30

Total de sondages : 2449

	Total	%
Ne s'applique pas	1014	41,4
Camping / prêt-à-camper	570	23,27
Hôtel / motel / auberge	518	21,15
Chalet / appartement / résidence de tourisme	190	7,76
Autre	67	2,74
Parents / amis / propriété de la famille	45	1,84
Ne sait pas	26	1,06
Gîte touristique	18	0,73
Pourvoirie	1	0,04
Total	2449	100

Visiteurs par canal d'entrée

Bureau(x) : Lac-Mégantic, Lambton

Canal : Tous

Période : 2022-10-01 au 2023-09-30

Canal d'entrée	Nb adultes	Nb enfants	Nb adultes + enfants	Nb pers. (groupe)	Total (nb pers.)	% nb pers.	Nb sondages	% sondages
Comptoir	4211	235	4446	0	4446	90,83	2110	85,95
Courriel	336	1	337	0	337	6,88	259	10,55
Téléphone	112	0	112	0	112	2,29	86	3,5
Total	4659	236	4895	0	4895	100	2455	100

Information demandée par visiteur

Bureau(x) : Lac-Mégantic, Lambton

Canal : Tous

Période : 2022-10-01 au 2023-09-30

Total de visiteurs 4417

Catégorie	Sous-catégorie	Visiteurs	% *	% *
Musée / Centre d'interprétation		2172		49,17
	Musée à ciel ouvert - Sculptures	1842	84,81	
Autre		1173		26,56
	6 juillet 2013	685	58,4	
	Direction routière / Carte	506	43,14	
	Service (transport, commerce, etc.)	4	0,34	
Parcs nationaux, régionaux, municipaux		827		18,72
	Parc Mont Mégantic	796	96,25	
	Parc de Frontenac	36	4,35	
Restaurant / Bar		664		15,03
Randonnée		621		14,06
Vélo		501		11,34
Plage / Lac et rivière / Activité nautique		312		7,06
Routes et circuits		296		6,7
	Route des sommets	283	95,61	
Divertissement (Zoo, parc aquatique, karting, etc.)		277		6,27
Patrimoine		277		6,27
Hébergement		266		6,02
Art / Galerie		261		5,91
Boutique / Magasin		170		3,85
Spectacles / Festivals / Événements		167		3,78
	songe d'été en musique	14	8,38	
Guide touristique		145		3,28
Agrotourisme		115		2,6
	marché publics	64	55,65	
	Marché public	16	13,91	
	fermes	3	2,61	
Activités / Attraites		59		1,34
Tour / Visite organisée		50		1,13
	Tour Mégantic	28	56	
	Greeters	10	20	
Autre activité de plein air		39		0,88
Route des Sommets		15		0,34
Motoneige		3		0,07
Spa / Centre de santé		2		0,05



SITES WEB



D'où viennent les visiteurs ?

25 %

5,2 %

6,8 %

4,1 %

Montréal

Sherbrooke

Québec

Toronto

25 %

7,4 %

5,9 %

4,0 %

LABORATOIRE OUVERT SUR LA BIODIVERSITÉ ET LA CIVILISATION ÉCOLOGIQUE

PROJET DE COLLABORATION, MRC DU GRANIT, RÉGION DE MÉGANTIC



Crédit photo: 4000 Hikes

par comité de membres de la Société de développement économique du Granit (SDEG), MRC du Granit, ville de Lac-Mégantic, Parc national du Mont-Mégantic, Centre mondial d'excellence des destinations (CED) et Secrétariat de la convention sur la diversité biologique

Contexte de ruralité-nature pour une civilisation écologique

Bénéficiant d'un environnement naturel relativement vierge, la région de Mégantic, dixit sa MRC du Granit, a su conserver au fil des millénaires sa biodiversité grâce à la protection apportée par ses habitants, et ce depuis près de 12 500 ans. Impliquée dans de nombreuses actions de protection environnementale et dans un plan régional de développement durable, celle-ci, par le biais de ses acteurs et habitants, nous propose un laboratoire ouvert collaboratif sur son offre de biodiversité et sur ses actions durables ayant comme finalité l'achèvement d'une civilisation écologique inclusive.

Par ce fait, la région granitoise bénéficie d'un potentiel intéressant de développement de cette civilisation écologique aux accents du 21e siècle en regard des caractéristiques suivantes:

- Porte d'entrée du premier humain au Québec
- Destination touristique plein air depuis près de 12 500 ans avec les visites du paléoindien ancien



PROPOSITION D'ÉCHANGES
SUR DES SUJETS D'INTÉRÊT
COMMUN, MAIS POUVANT
AUSSI ÊTRE TRÈS DIVERSIFIÉS

- 60 lacs dont trois de grande dimension relativement limpides
- Superficie de 2 800 km carrés (plus grande que le Luxembourg)
- 2 400 km carrés (280 000 hectares) d'espaces verts et forestiers
- Plus de 30 sommets (15 accessibles sur Route des Sommets) entre 600 et 1200 m d'altitude dont le plus haut au sud du Québec (Gosford)
- Première réserve internationale de ciel étoilé (RICEMM)
- Au cœur du triangle urbain des cités de Montréal, Québec et Boston et bassin de 6,5 millions de personnes à l'intérieur de 3h30 de route
- Voisin immédiat des états américains du Maine et du New Hampshire
- Deux Parcs nationaux SEPAQ
- Deux zones d'exploitation contrôlée (Zecs) sur trois territoires
- Grande superficie en terres publiques

En tant que membre du Centre mondial d'excellences des destinations (CED), première MRC à bénéficier de ce statut, la destination Région de Mégantic propose donc un projet de civilisation écologique autour de thématiques fortes déjà bien enracinées dans cette région.

Voici ces thématiques:

1) Tourisme/technologie

- Transition énergétique: microréseau électrique solaire de Lac-Mégantic et parcs éoliens de la zone frontalière internationale, côté est
- Valorisation scientifique astronomique (Parc national du Mont-Mégantic)

2) Facteur humain

- Territoire ancestral Abénakis et Huron-Wendat
- Mode de vie en harmonie avec son environnement (Cittaslow et Cœurs villageois) valorisant les produits du terroir et l'économie circulaire
- Relations inclusives de développement (Route des Sommets, Système de Mesures d'Excellence des Destinations (SMED), Grand chantier plein air /plan Montagne)
- Accueil chaleureux reconnu des résidents



Crédit photo: Rémi Boucher

“

«Plus près des étoiles!»

slogan de la Route des Sommets

- Développement du transport actif des noyaux densifiés ciblés.
- Possibilité d'agrandissement non contigu du Parc national du Mont-Mégantic.

En fonction de ces caractéristiques et de ces thématiques à des fins de civilisation écologique, un appel est donc lancé pour une collaboration à tous les niveaux, du local à l'international. Cette collaboration permettra de briller conjointement par des séminaires, des échanges et du réseautage sous un angle d'affaires durable et responsable.

Monique Phérvivong-Lenoir, préfet de la MRC du Granit.

Julie Morin, mairesse de Lac-Mégantic

“
Pendant que certains s'engagent dans le changement pour améliorer les choses, d'autres ne font que poursuivre ce qu'ils faisaient déjà de bien!”



Crédit photo: Numéra



Secretariat of
the
Convention
on Biological
Diversity
(CBD)

Tourisme durable

Le tourisme du futur ce n'est pas le développement de produit, ce n'est pas le marketing, ce n'est pas l'information, ce n'est pas l'accueil, ce n'est pas l'expérience-client, c'est plutôt tout ça en même temps, c'est-à-dire la **gestion de la destination** répondant aux besoins sociaux, économiques et environnementaux présents et futurs des touristes, mais surtout des citoyens!

Data pour l'ensemble des Cantons-de-l'Est

Bilan de saison estivale 2023 des Cantons-de-l'Est

* à noter que la MRC du Granit y est représentée à hauteur de 30%

Bilan saison estivale 2023

Sondage effectué du 25 septembre au 5 octobre 2023 auprès des entreprises touristiques des Cantons -de-l'Est.
Réalisé par Tourisme Cantons-de-l'Est, en collaboration avec les partenaires gestionnaires de destinations (MRC et certaines municipalités).
210 répondants

Faits saillants

Achalandage

- Un peu plus de la moitié des entreprises perçoivent une baisse de leur achalandage estival par rapport à 2022, quoique près d'une entreprise sur 4 mentionne avoir enregistré une hausse.
- Le 2/3 des entreprises ont des résultats égaux ou supérieurs à ceux de 2019.
- Les marchés ontariens et canadiens sont perçus généralement stables chez une majorité de répondants.
- Plus de variations pour les marchés américains et internationaux, qui seraient à la hausse respectivement pour 40 % et 30 % des entreprises.
- Taux d'occupation légèrement à la baisse dans l'hôtellerie avec un peu plus d'achalandage, mais aussi plus d'unités disponibles.

Conjoncture économique et inflation

- 86 % des entreprises ont constaté au moins un changement de comportement chez leur visiteur en lien à la conjoncture économique et l'inflation.
- Les changements de comportement observés par un plus grand nombre d'entreprises sont, par ordre d'importance:
 - Modification dans les comportements de réservation (32 %)
 - Intérêt plus élevé pour les activités moins dispendieuses et les activités gratuites (32 %)
 - Intérêt plus élevé pour les promotions et les rabais (30 %)
 - Réduction du montant des dépenses sur le site / baisse du panier d'achat (26 %)
- 89 % des entreprises ont mentionné avoir mis en place au moins une mesure pour s'adapter à la situation économique et l'inflation.
- Les mesures mises en place par un plus grand nombre d'entreprises sont, par ordre :
 - Augmentation des prix pour les activités, produits et services (62 %)
 - Report de projet de développement ou d'amélioration (38 %)

Rareté de main-d'oeuvre

- Plus de 40 % des entreprises n'ont pas été impactés par la pénurie de main-d'oeuvre (vs 1/3 l'été dernier)
- Chez les entreprises impactées, l'augmentation des heures de travail est la mesure mise en place par un plus grand nombre pour compenser au manque de main-d'oeuvre, suivi par une réorganisation interne
- 5 % des postes sont restés vacants (vs 14 % l'été dernier).

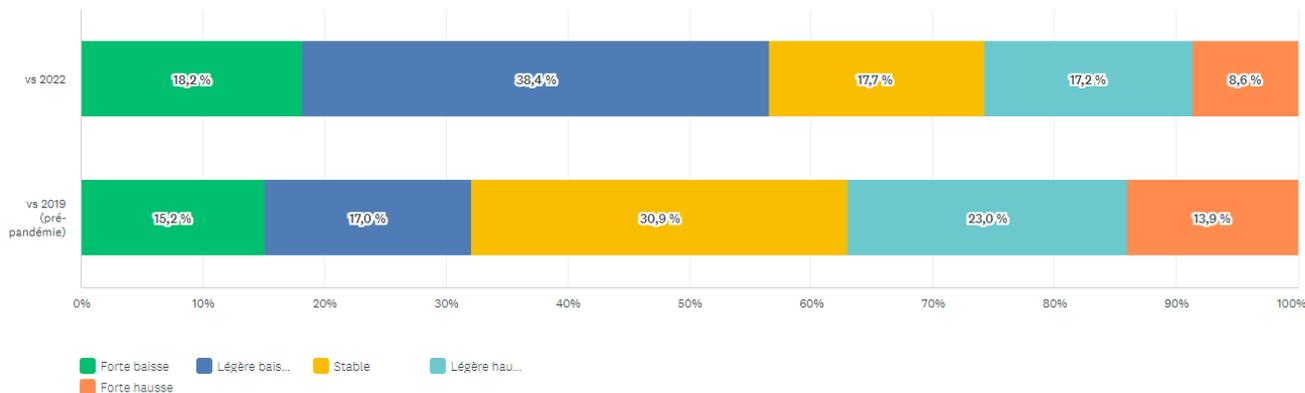
Développement durable et responsable

- Près d'une entreprise sur trois dispose d'une politique spécifique, d'un plan stratégique ou d'un plan d'action écrit en lien avec le développement durable et la responsabilité sociale.
- Plus de 8 entreprises sur 10 favorisent l'approvisionnement local ou l'économie circulaire.

Achalandage

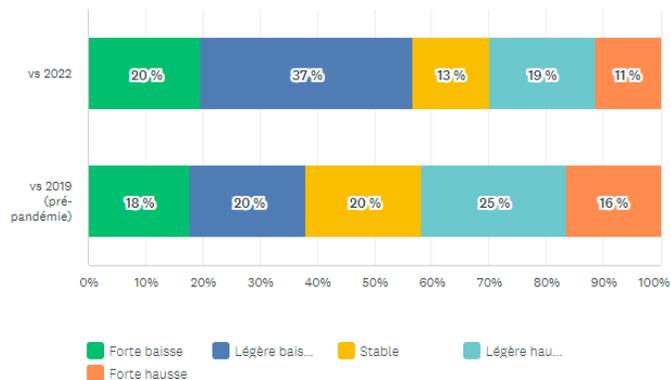
Comment qualifieriez-vous votre achalandage pour la saison estivale par rapport à la précédente saison estivale et par rapport à la saison 2019, soit la de...

Réponse(s) obtenue(s) : 199 Question(s) ignorée(s) : 7



Achalandage attrait, événements, services

Réponse(s) obtenue(s) : 97 Question(s) ignorée(s) : 2

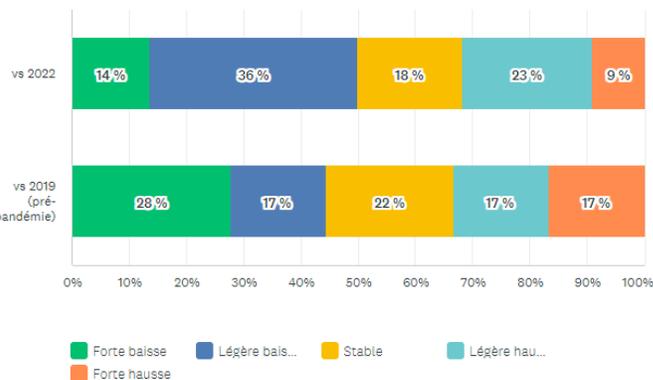


Bilan de saison estivale 2023

(1)

Achalandage Restauration

Réponse(s) obtenue(s) : 22 Question(s) ignorée(s) : 4

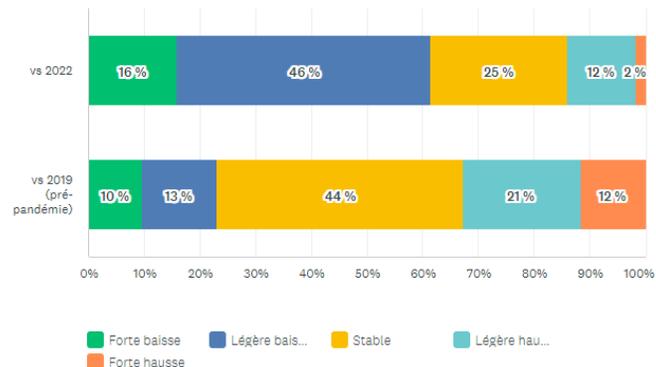


Bilan de saison estivale 2023

(1)

Achalandage Hébergement

Réponse(s) obtenue(s) : 58 Question(s) ignorée(s) : 1



Bilan de saison estivale 2023

(1)

Données hôtelières

Établissements hôteliers et résidence de tourisme de 4 unités et plus

Parmi tous les types d'hébergement, les hôtels sont moins nombreux à avoir indiqué des baisses, ce qui se confirme par les statistiques officielles de l'ISQ.

Alors qu'en **mai et juin** on enregistre des records au niveau du nombre d'unités occupées (+11 % vs 2022, +23 % vs 2019); pour **juillet et août**, sans atteindre l'achalandage exceptionnel de 2021, on note une légère augmentation par rapport à l'an dernier (+4 % vs 2022, +3 % vs 2019).

Le nombre d'unités disponibles est finalement remonté au niveau de 2019 après quelques années de variation à la baisse en raison de la pandémie et de la pénurie de main d'oeuvre. Cela a une incidence sur les taux d'occupation :

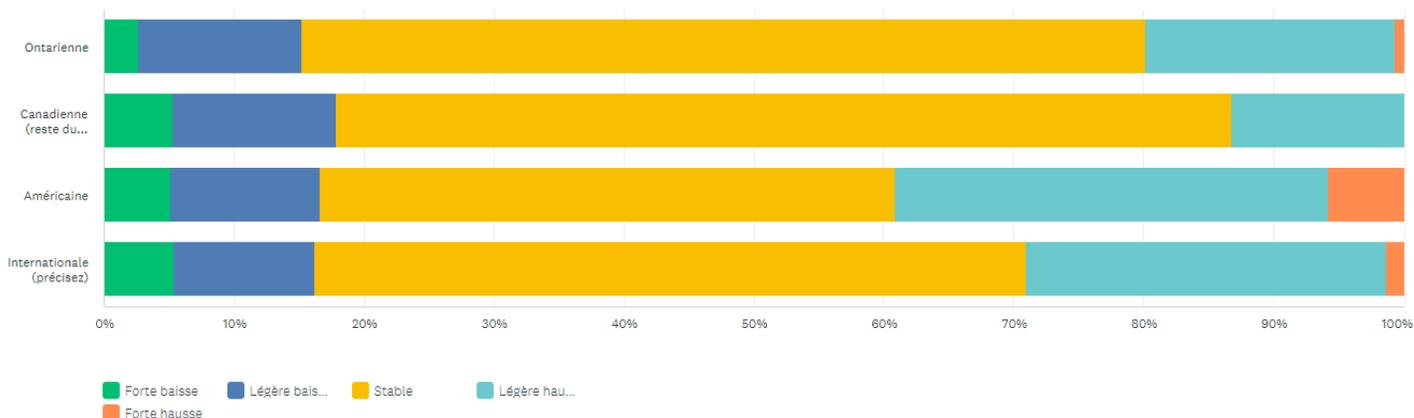
Cantons-de-l'Est | Ensemble du Québec
juin : 55 % (-1 vs 2022, +7 vs 2019) | juin : 67 % (+2 vs 2022; égal à 2019)
juillet : 65 % (-4 vs 2022, +4 vs 2019) | juillet : 73 % (-2 vs 2022; égal à 2019)
août : 67 % (-4 vs 2022, -2 vs 2019) | août : 76 % (-1 vs 2022; -4 vs 2019)

Pour juillet et août c'est environ 4 points de % de moins, cela s'accompagne d'une légère baisse du tarif moyen, un peu sous la barre des 200 \$ qui avait été atteinte l'an dernier.

Source: Institut de la Statistique du Québec et Base de données dynamique - Établissements d'hébergement.
<https://www.tourisme.gouv.qc.ca/fileadmin/banque-donnees/hebergement.html>

Outre la clientèle québécoise, avez-vous constaté une variation des clientèles suivantes par rapport à la précédente saison estivale?

Réponse(s) obtenue(s) : 167 Question(s) ignorée(s) : 39



Bilan de saison estivale 2023

(0)

Campagne régionale

La campagne estivale était composée de plusieurs campagnes sous le thème « Proche de vous. Loin de l'ordinaire » dont certaines sont toujours actives. Jusqu'à maintenant :
Impressions publicitaires : + de 80M, dont 65% sur les marchés hors-Québec. La destination a décidé de renforcer sa visibilité sur ces marchés afin de conquérir de nouveaux visiteurs en les inspirant avec les attraits phares de la région.

Vidéo : + de 3M de vues sur les marchés hors-Québec, avec 97 à 100 % de visionnement.

Clics : 243 000 vers le site web et plus de 677 000 personnes ont consulté les articles publiés dans les magazines et journaux numériques.

En plus des campagnes de la destination, nous avons mis de l'avant la **Véloroute gourmande** auprès des marchés québécois, du Nord-Est des États-Unis et de l'Ontario. La campagne a été jouée en affichage numérique avec plus de 2M d'impressions sur le région métropolitaine, en campagnes numériques, avec plus de 8M d'impressions résultant en 87 000 clics, sans compter le déploiement d'une nouvelle vidéo qui est rendue à plus de 700 000 vues depuis son lancement.

Finalement, avec la saison estivale ponctuée de défis, nous avons également mis en place une **campagne hébergements** afin d'inciter nos cibles des marchés prioritaires québécois à venir séjourner dans les Cantons. La campagne a engendré plus de 835 000 impressions, touchées plus de 300 000 personnes et engendré 30 000 clics vers le site de la destination.

cantonsdelest.com | easterntownships.org

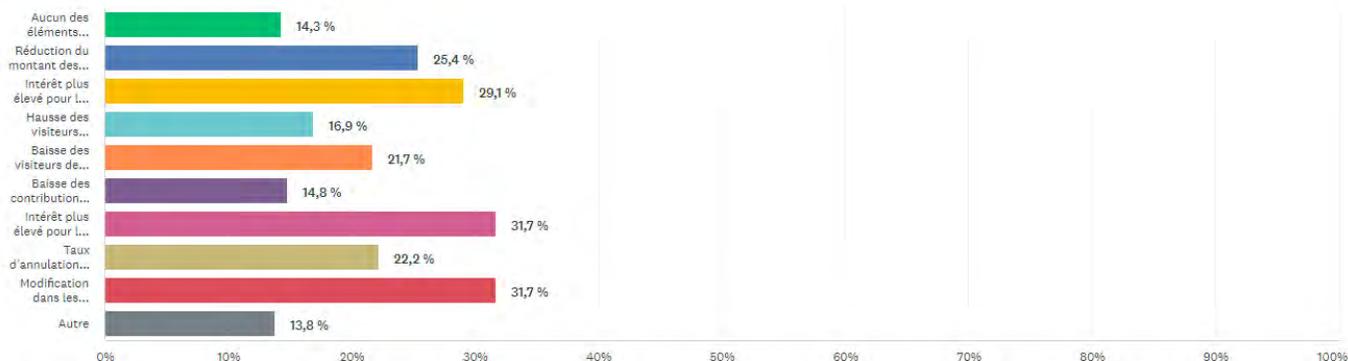
Entre mai et septembre, il y a eu au-delà de **1,4M de sessions** sur le site, dont 64 % en provenance du Québec, 26 % en provenance de l'Ontario et 7 % des États-Unis. Les sessions sont en recul comparativement à la même période l'an dernier en raison de divers facteurs économiques, climatiques, analytiques et stratégiques.

L'augmentation de la visibilité sur les **marchés hors-Québec** porte fruit avec un peu plus du **tier des visiteurs web** qui sont de cette provenance, alors qu'ils ne représentaient que 21 % lors de la dernière saison pré-pandémique.

Conjoncture économique et inflation

Quels sont les changements de comportement que vous avez observé chez vos visiteurs en lien avec l'insécurité financière et l'inflation? (Plusieurs réponses possibles)

Réponse(s) obtenue(s) : 189 Question(s) ignorée(s) : 17

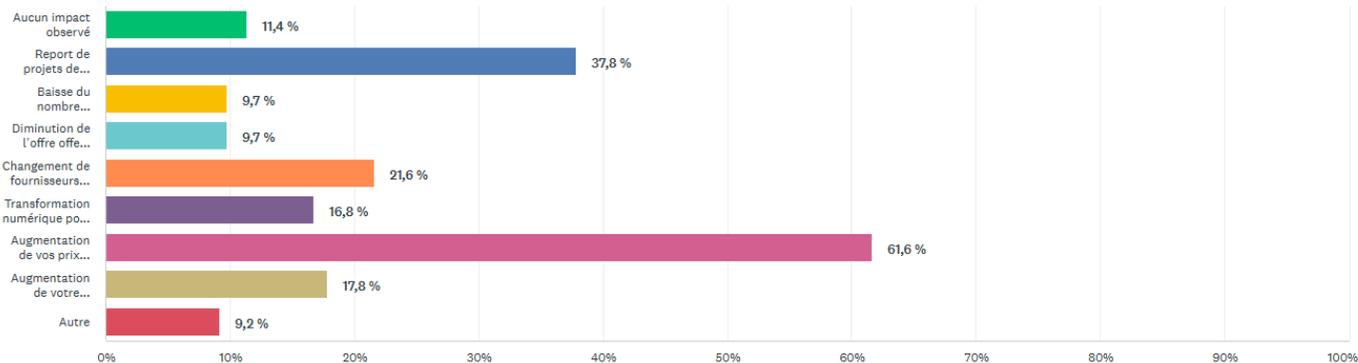


Bilan de saison estivale 2023

(0)

Quels sont les impacts de la situation économique et de l'inflation sur votre entreprise/organisation ? (Plusieurs réponses possibles)

Réponse(s) obtenue(s) : 185 Question(s) ignorée(s) : 21



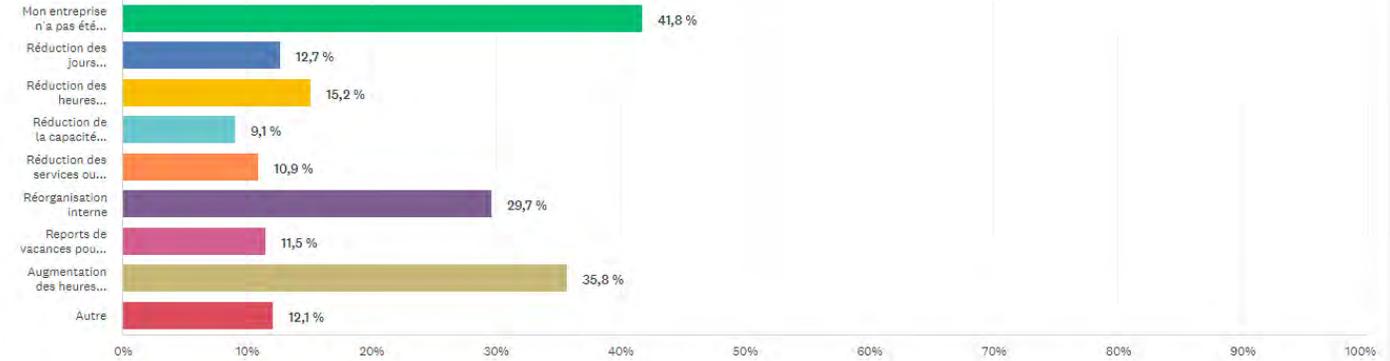
Bilan de saison estivale 2023

(0)

Rareté de main-d'oeuvre

Quels impacts a eu la pénurie de main-d'oeuvre sur vos opérations estivales?(Plusieurs choix possibles)

Réponse(s) obtenue(s) : 165 Question(s) ignorée(s) : 41



Bilan de saison estivale 2023

🔍 (0)

Postes restés vacants à l'été 2023

En moyenne, 1 poste est resté vacant par entreprise.

Près de 5 % de l'ensemble des postes des entreprises sont restés vacants durant la saison; 3 % chez les Attractions, événements, services, 8 % en hébergement et 10 % en restauration.

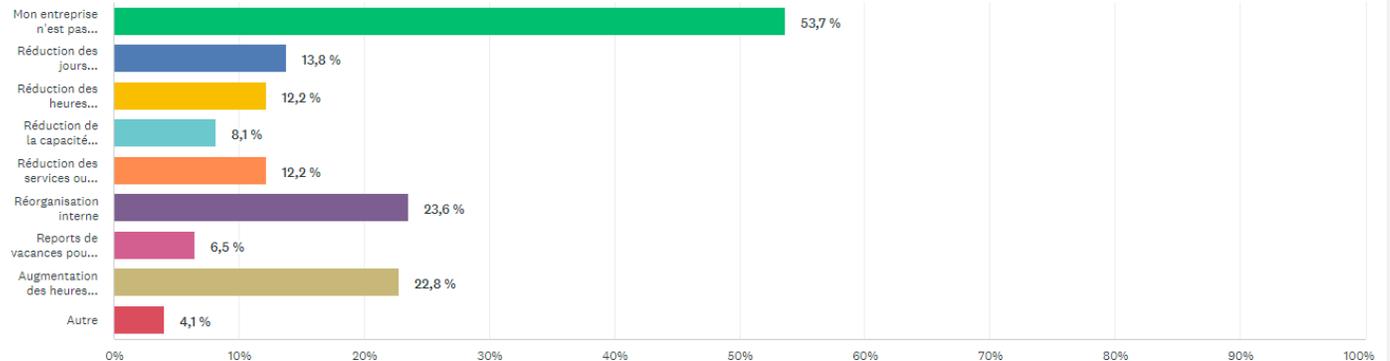
Postes à combler à l'hiver 2023-2024

Parmi les entreprises qui seront en opération à l'hiver, en moyenne 2 postes sont à combler.

11 % des postes restent à combler pour répondre aux besoins de main-d'oeuvre.

Pour ceux qui seront en opération l'hiver prochain, quels impacts anticipez-vous sur vos opérations pour la prochaine saison hivernale en raison de la pé...

Réponse(s) obtenue(s) : 123 Question(s) ignorée(s) : 83



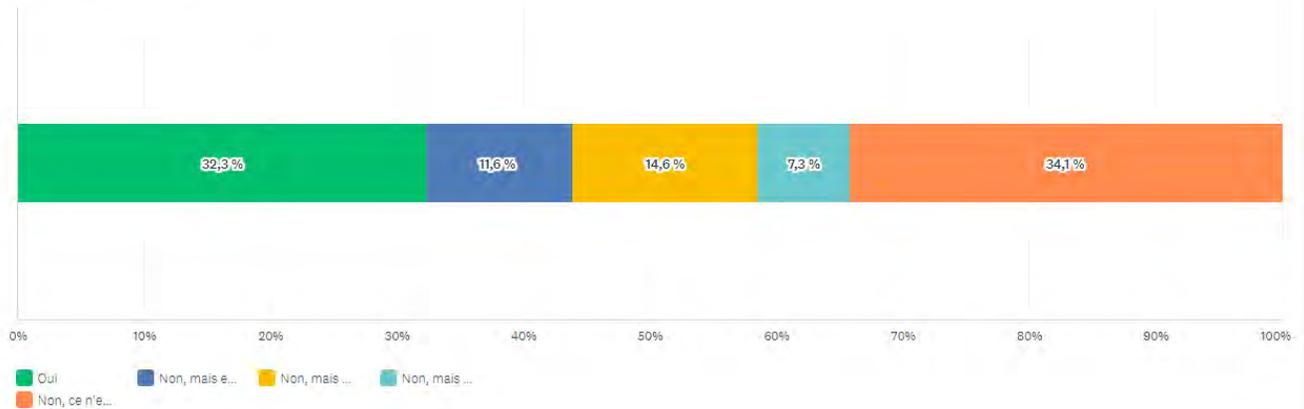
Bilan de saison estivale 2023

🔍 (0)

Développement durable et responsable

Actuellement, votre entreprise dispose-t-elle d'une politique spécifique, d'un plan stratégique ou d'un plan d'action écrit en matière de développement d...

Réponse(s) obtenue(s) : 164 Question(s) ignorée(s) : 42



Bilan de saison estivale 2023

0

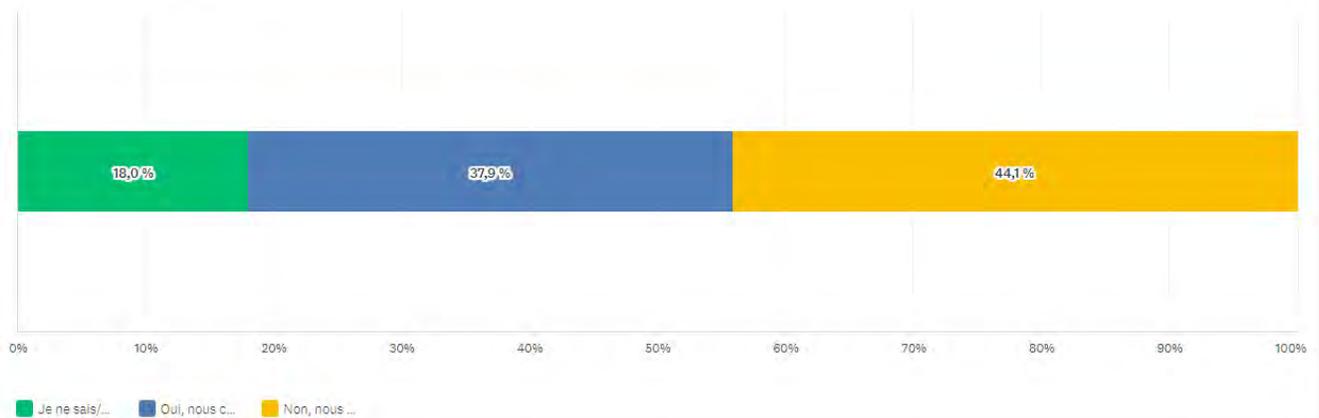
Pratiques durables et responsables mises en place

Qu'elles disposent ou non d'une politique ou d'un plan écrit en développement durable est responsable:

- Approvisionnement local ou l'économie circulaire (82,6 %)
- Protection environnementale (76,6 %)
- Cohabitation avec la collectivité (69,8 %)
- Intégration des principes d'équité, de diversité et d'inclusion sociale (67 %)
- Collaboration avec les autres entreprises touristiques (forfaitisation, référencement, etc.) (63,4 %)
- Adaptation aux changements climatiques (51,3 %)

Si vous avez déjà des actions en oeuvre, sont-elles communiquées sur votre site web ou sur vos médias sociaux?

Réponse(s) obtenue(s) : 161 Question(s) ignorée(s) : 45



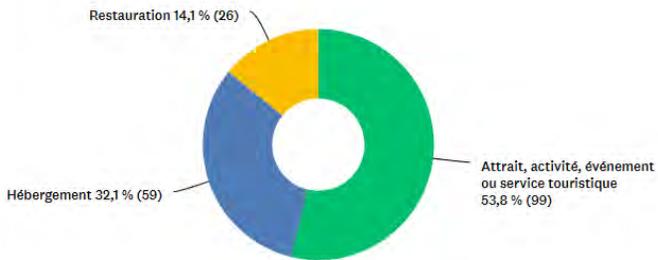
Bilan de saison estivale 2023

0

Portrait des répondants

Merci d'identifier le secteur d'activité pour lequel les résultats de ce s...

Réponse(s) obtenue(s) : 184 Question(s) ignorée(s) : 22

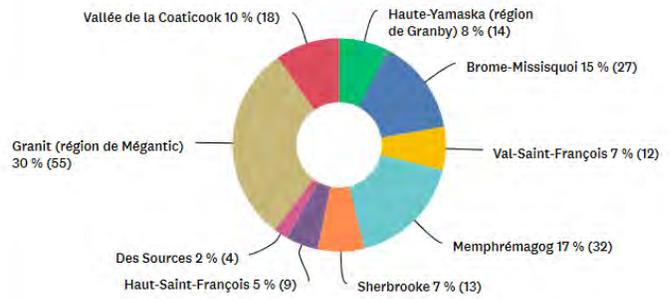


Bilan de saison estivale 2023

📄 (0)

Dans quelle région ou territoire vous situez-vous ?

Réponse(s) obtenue(s) : 184 Question(s) ignorée(s) : 22



Bilan de saison estivale 2023

📄 (0)

https://fr.surveymonkey.com/stories/SM-kHQkvJoJNDyNGlrOqkBgQ_3D_3D/

Source : Tourisme Cantons-de-l'Est

LES RENDEZ-VOUS
SUR LE TOURISME



RENCONTRES FRANCO-QUÉBÉCOISES SUR LA RECHERCHE

**PARTICULARITE
DU THEME
DEVELOPPE
CETTE ANNEE
ET LE LIEN
AVEC LA
REGION DE
MEGANTIC**

- Le thème des 9èmes Rendez-vous Champlain qui se déroulent cette année à La Rochelle est : « Transformations, mutations, adaptations et capacités de résilience du secteur touristique face aux crises »
- La région de Mégantic à travers son histoire a des enseignements à partager avec la communauté scientifique francophone, autour de cette thématique taillée à la mesure des démarches entreprises par la MRC du Granit depuis 2013 à ce jour.

APPEL à COMMUNICATIONS

**Transformations, mutations, adaptations et capacités de résilience
du secteur touristique face aux crises**

La Rochelle les lundi 9, mardi 10 et mercredi 11 octobre 2023

- Thème: Destinations d'excellence à l'ère post-covid ou la nécessité d'une reconfiguration à partir de la base : analyse comparative de la MRC du Granit (Québec-Canada) et de la Région de l'Ouest-Cameroun
- L'analyse fait un lien avec les crises qui ont traversées la région de Mégantic, notamment la crise post-tragédie et la crise de la Covid19, avec un regard sur comment la MRC s'y est prise à chaque fois.
- Dans le même temps l'analyse interroge la réalité dans la région de l'Ouest du Cameroun pour faire une comparaison.
- La communication capitalise la MATDEL-CANADA en cours pour une mobilisation des données primaires à cet effet.

RETOMBES POTENTIELLES POUR LA REGION DE MEGANTIC

- Positionnement stratégique au niveau institutionnel comme une région qui accompagne les efforts du Québec dans le développement de la recherche sur le tourisme .
- Visibilité de la Région de Mégantic auprès de la communauté scientifique francophone comme:
 - Laboratoire ou terrain d'investigation pour comprendre comment se relever des crises et se reconstruire.
 - Modèle de gouvernance territoriale résilient, pour une transposition adaptée aux autres localités
- Mise en lumière des savoir-faire accumulés au niveau stratégique, organisationnel, décisionnel, relationnel et informationnel.
- Contribution à l'attractivité de la région de Mégantic grâce aux publications et actes des Rendez-vous Champlain.