

TOURISME
CHARLEVOIX

Une année à se raconter

Rapport annuel 2024

Table des matières

01	Portrait de l'organisation	5
02	Portrait de l'adhésion	11
03	Bilan des performances touristiques	13
04	Marketing et commercialisation	15
05	Structuration et développement de l'offre touristique régionale	28
06	Développement durable	35
07	Planification stratégique de la destination	39
08	Réseau d'accueil et d'information touristique	42
09	Communication, services aux membres et implications	47

Mot du président



A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Martin Dufour'. The signature is fluid and cursive.

Martin Dufour
Président

Chers membres et partenaires,

C'est avec fierté que nous dressons le bilan de 2024, une autre année riche en projets et portée par la volonté de notre association touristique régionale d'innover et de soutenir ses membres. Elle a été notamment marquée par des enjeux d'affaires publiques. Plus que jamais, nous avons dû nous mobiliser pour la protection de notre environnement et le soutien de nos entreprises au fil de l'actualité qui fut chargée. Tourisme Charlevoix s'est impliqué dans plusieurs dossiers liés au développement durable de la destination, notamment ceux susceptibles d'avoir un impact sur le territoire, comme l'implantation d'une mine, ainsi que dans le suivi de certaines décisions politiques, dont les seuils d'immigration et leurs effets sur les entreprises. En mars, lors de la visite du ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie, Pierre Fitzgibbon, nous avons facilité une rencontre entre lui et des dirigeants d'entreprises touristiques.

Nous avons également échangé avec le ministre de la Culture et des Communications, Mathieu Lacombe, lors d'une annonce dans Charlevoix. Nos liens demeurent en outre solides avec les élus locaux tout comme notre collaboration étroite avec le ministère du Tourisme. Nos membres peuvent avoir l'assurance que nous continuons à bien les représenter et à faire valoir leurs préoccupations auprès des autorités compétentes. Au niveau de l'achalandage touristique, l'année 2024 a été très bonne, avec un taux d'occupation de 49,5 % dans le parc hôtelier, un léger recul sur l'année précédente, mais en augmentation sur 2022. Comme le veut la tradition, je terminerai ce mot en adressant mes remerciements aux entreprises touristiques pour leur travail remarquable, ainsi qu'à nos nombreux partenaires qui contribuent au développement de Charlevoix.

Mot du directeur général



A handwritten signature in black ink that reads "Mitchell Dion".

Mitchell Dion
Directeur général

L'année 2024 a été marquée par l'innovation, l'adaptabilité et une volonté affirmée de notre organisation de voir évoluer la région de Charlevoix en phase avec les nouvelles réalités du tourisme. Notre association touristique régionale a poursuivi son engagement en intégrant des pratiques avant-gardistes et en renforçant son implication en matière de développement durable. Nous avons d'abord annoncé devenir la première ATR à verser 5 % de notre taxe sur l'hébergement au développement durable, un engagement concret qui témoigne de notre volonté d'assurer un avenir responsable à notre industrie. Puis, le lancement des travaux pour l'obtention d'une certification Biosphere pour la destination, appuyé par un projet pilote avec des entreprises souhaitant également obtenir la certification, est venu s'inscrire dans cette même vision, tout en permettant d'accompagner nos acteurs touristiques vers des pratiques plus durables. Notre planification stratégique n'a jamais été aussi essentielle.

Elle guide nos actions et stimule l'innovation, comme en témoigne la nouvelle formule de nos assemblées générales annuelles, conçues pour mieux outiller nos entreprises. Dans cette même optique, notre équipe s'est perfectionnée en intelligence artificielle, une avancée qui renforce notre capacité à accompagner efficacement nos membres et partenaires. Toujours avec la volonté d'innover et de mettre en lumière nos attraits touristiques, nous avons officiellement repris la gestion de la Route des Saveurs et embauché une ressource dédiée, qui veillera à renforcer son développement et son attractivité. Grâce à l'engagement de notre équipe, de nos partenaires et de nos membres, 2024 a été une année importante, marquée par des actions qui contribueront à façonner le tourisme de demain. Ensemble, nous poursuivons notre mission avec ambition et détermination, pour une destination toujours plus innovante, responsable et dynamique.

01

Portrait de
l'organisation



Mission

Mettre en valeur la destination de Charlevoix tout en influençant et soutenant son développement dans le respect du vivre ensemble et de sa transition durable.

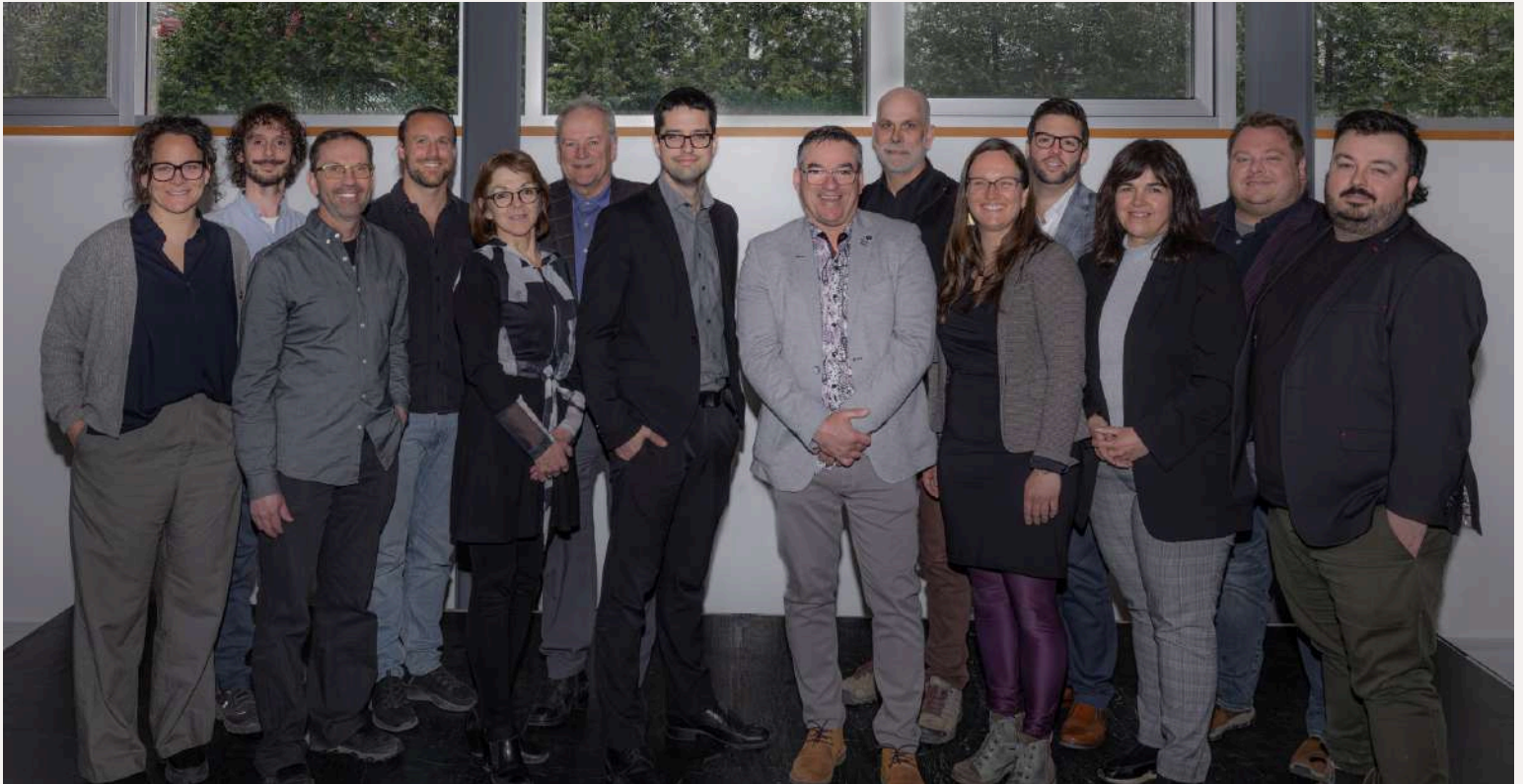
Vision

S'illustrer comme une destination quatre saisons inspirante et engagée dans un virage durable par la synergie de ses forces vives et de ses façons de faire innovantes.

Conseil d'administration

Toutes les actions présentées dans ce rapport annuel ont pu être réalisées grâce à la collaboration et au travail des forces vives de Tourisme Charlevoix, toujours engagées pour la région.

Le conseil d'administration était composé, au 31 décembre 2024, de treize membres administrateurs bénévoles, représentant chacune des sept catégories d'activités ainsi que chacun des six secteurs géographiques.



Composition du conseil d'administration au 31 décembre 2024

Martin Dufour	Président, Pourvoirie Club Bataram Pourvoirie, camping et ZEC
Jonathan Galarneau	1er vice-président, Repère Boréal Secteur Cratère et marées
Daniel Groleau	2e vice-président, Sépaq Secteur des Montagnes
Ginette Gauthier	Secrétaire-trésorière, Domaine Forget de Charlevoix Attrait art et culture
Benoît Provencher	Héli-Charlevoix Secteur Baie-Saint-Paul, Petite-Rivière-Saint-François
Sophie Brisson	Hôtel Cap-aux-Pierres Secteur Isle-aux-Coudres
Paul-Philippe Nadeau	Hôtel-Motel Castel de la Mer Secteur La Malbaie
Nathaël Bergeron	Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent Secteur Saint-Siméon, Baie-Sainte-Catherine
Simon Vadnais	Le Petit Manoir Du Casino Hôtellerie
Josée Gauthier	Domaine Frais Air Résidence de tourisme, gîte et autres établissements d'hébergement
Claude Miville	Ultra-Trail Harricana du Canada (UTHC) Événement et divertissement
Justin Verville Alarie	La Traversée de Charlevoix Attrait nature et plein air
Alexandre Dufour	La Famille Migneron de Charlevoix Restauration, agrotourisme et autres services

Les comités

Comité marketing

- Jonathan Galarneau, responsable du comité
- Martin Dufour
- Josée Gauthier
- Alexandre Dufour
- Paul-Philippe Nadeau
- Nathaël Bergeron

Comité audit

- Ginette Gauthier, responsable du comité
- Martin Dufour
- Justin Verville Alarie

Comité ressources humaines

- Sophie Brisson, responsable du comité
- Martin Dufour
- Benoit Provencher

Comité éthique et déontologie

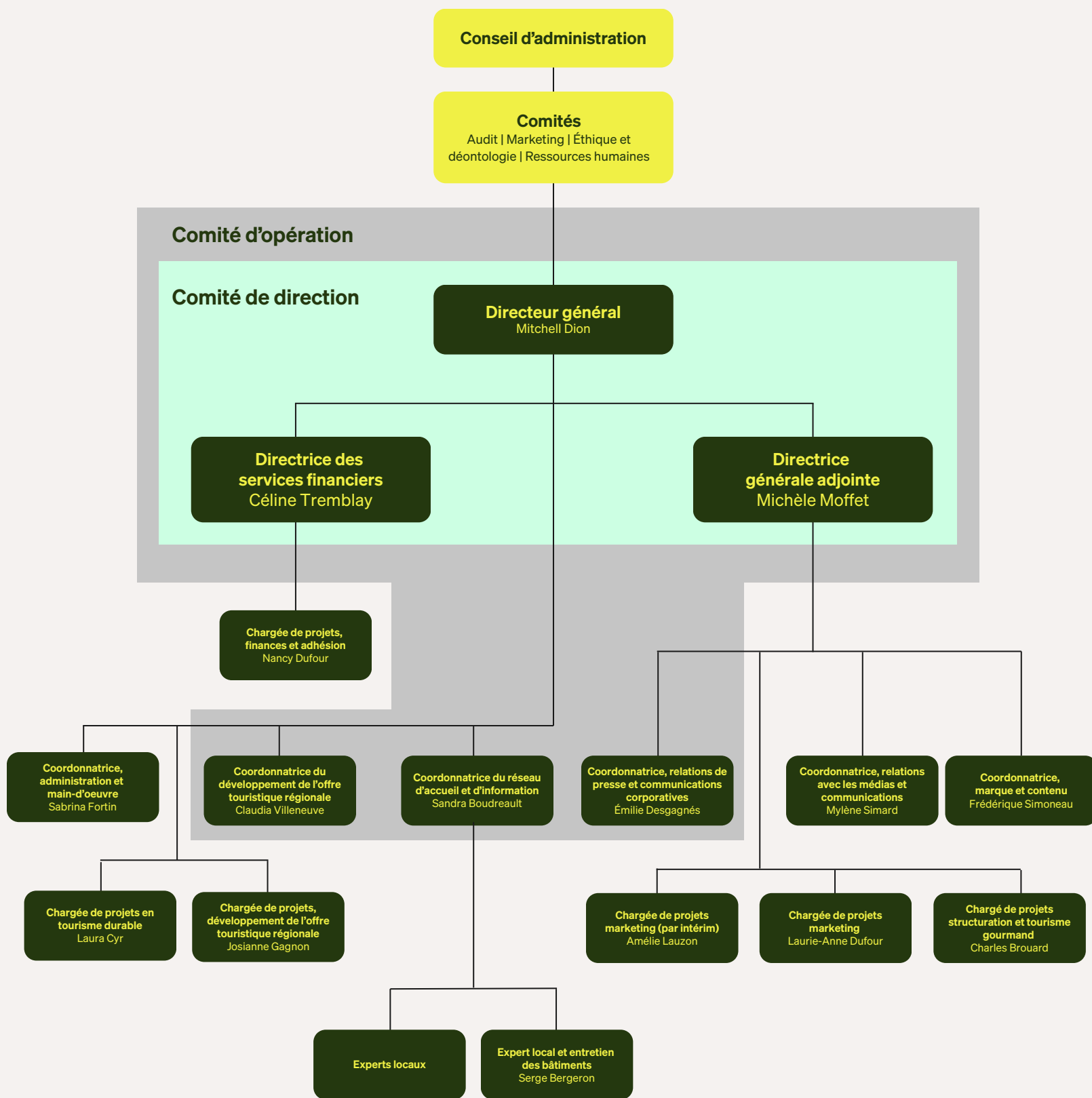
- Claude Miville, responsable du comité
- Martin Dufour
- Daniel Groleau

L'équipe

Pour réaliser son mandat, Tourisme Charlevoix comptait seize employés à temps plein au 31 décembre 2024 ainsi que dix-neuf employés occasionnels et saisonniers dans le réseau d'accueil et d'information.



Organigramme



02

Portrait de l'adhésion

L'adhésion en 2024

Tourisme Charlevoix était composé, en 2024, de 467 membres, soit une augmentation de six par rapport à l'année précédente. L'ensemble des membres se répartit en sept catégories d'activités.

Analyse de l'adhésion par catégorie d'activité en 2024

Catégorie d'activité	Nombre d'adhérents
Art & culture	45
Nature & plein air	49
Événement & divertissement	30
Hôtellerie	49
Gîte, résidence de tourisme et autres établissements d'hébergement	111
Pourvoirie, camping et ZEC	39
Restauration, agrotourisme et autres services	144

Analyse de l'adhésion par secteur géographique en 2024

Secteur géographique	Nombre d'adhérents
La Malbaie	128
Baie-Saint-Paul, Petite-Rivière-Saint-François	138
Cratère et marées	64
Isle-aux-Coudres	35
Saint-Siméon, Baie-Sainte-Catherine	46
Secteur des Montagnes	56

03

Bilan des
performances
touristiques

Taux d'occupation de l'hébergement

L'année 2024 a été marquée par une légère baisse du taux d'occupation dans les établissements d'hébergement de quatre unités et plus. Il se situe à 49,5 %, un recul de 2,3 points de pourcentage sur l'année précédente, mais en augmentation de 3 points de pourcentage sur 2022.

Selon les données de l'Institut de la statistique du Québec, dans les établissements d'hébergement de quatre unités et plus, le mois de juin a été le meilleur historiquement – hormis celui de 2018 qui avait été exceptionnel en raison du G7 – avec un taux d'occupation de 50,4 %, en hausse de 0,2 % sur le mois de juin de l'année dernière, qui détenait le record à ce jour. Le mois d'octobre a également atteint un nouveau sommet, se situant à 54,4 %, en hausse de 0,3 point de pourcentage sur le même mois de l'année précédente.

Selon un sondage que nous avons mené du 10 au 25 octobre auprès de nos membres, plus de la moitié des entreprises répondantes, provenant de tous les secteurs d'activités (hébergement, agrotourisme, plein air, culture et divertissement), disaient avoir connu un très bon ou un excellent été, meilleur qu'en 2023. Le prix moyen d'une unité en 2024 était de 157,95 \$, soit 8,32 \$ de moins que l'année précédente.



Taux d'occupation
49,5%

Variation vs 2023
-2,3%

Coût moyen par unité
157,95\$

04

Marketing et commercialisation



En 2024, la promotion et la commercialisation de la destination ont été marquées par de nombreux partenariats et un rayonnement important. Des stratégies marketing modernes et audacieuses ont permis à Charlevoix de bénéficier d'une visibilité à l'échelle internationale. La participation active de nos déléguées à divers événements a également renforcé notre positionnement et stimulé l'intérêt sur nos marchés cibles.

L'année a aussi été ponctuée par le déploiement de la nouvelle identité de marque, en collaboration avec l'agence Cossette, ainsi que par le lancement de notre nouveau site Web, conçu pour faciliter l'accès à l'information pour les visiteurs et les partenaires.

Campagne promotionnelle directement au consommateur (B2C)

Les campagnes promotionnelles visant directement le consommateur ont totalisé des investissements de plus de 1 715 000 \$, dont la valeur média est évaluée à près de 4 000 000 \$.

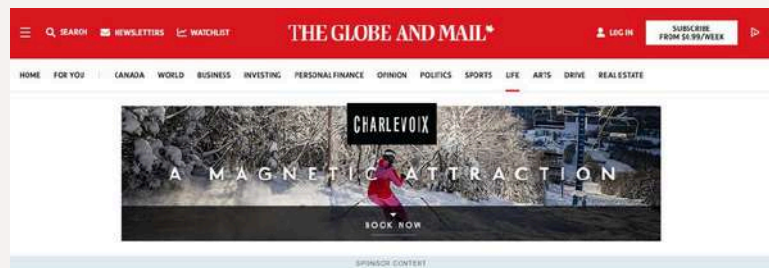
Les Grands Rendez-Vous Tourisme Charlevoix ont généré 46 partenariats médias dans l'année dont les contenus numériques ont été vus plus de 400 000 fois:

- Québec : 23
- Ontario et Québec anglophone : 22
- France : 1

Près d'une trentaine d'entreprises membres, ainsi que neuf regroupements de secteurs, ont investi dans les différentes opportunités de surpositionnement.



Excitante, relaxante, grisante : en automne, la région de Charlevoix se pare de couleurs flamboyantes qui donnent envie de savourer tous ses attraits. Découvrez-en quelques-uns en répondant à ce jeu-questionnaire – et obtenez l'indice du concours Votre séjour de rêve.



La Malbaie, Charlevoix region: Québec's winter playground for more than a century

CONTENT FROM GLOBE CONTENT STUDIO PUBLISHED YESTERDAY



A skier enjoys a spectacular view at Mont Grand Forts in La Malbaie, Québec. TOURISME CHARLEVOIX, ANDRÉ-OLIVIER LYVA

SHARE

Welcome to La Malbaie, where the landscapes are painted with natural splendour. Nestled between the majestic rivers, vast forests and scenic mountains, seventy seekers and adventure hunters alike will find something unforgettable in this alluring region, located only an hour from Québec City.

Tourism is cherished in La Malbaie, a popular vacation spot for Ontarians and Americans since the '800s. Known as the birthplace of resorts in Canada, the warmth and hospitality of the locals go hand in hand with pride in the region's rich history. Plead on for a look at the remarkable sights and experiences awaiting you in a place where the vibes are as beautiful as the landscapes:

Trending from the newsroom

As Trump threatens tariffs against Canada and Mexico, here are five things we know so far

NBP, Bloc Québécois urge Liberals to extend \$250 payouts to retirees

Trump and his tariff threat now have to be Trudeau's top priority

Trump vows to impose 25-per-cent tariffs on all products from Canada, Mexico

Canada Post strike enters 12th day as negotiations continue

Campagnes produits

Dix campagnes groupées avec d'autres régions et/ou l'Alliance de l'industrie touristique du Québec ont été déployées :

QUÉBEC

- Baleines
- Vélo de montagne
- Ski alpin (x2)
- Motoneige

ONTARIO

- Saveurs locales
- Aventure en nature
- Famille
- Courts séjours (automne et hiver)

Ces campagnes ont totalisé près de 125 000 clics de redirection vers la plateforme Web.



Tournées de presse et de familiarisation

Près de 180 invités ont été accueillis (journalistes, influenceurs, créateurs de contenu et professionnels du voyage) lors de 57 tournées (dont 16 tournées de groupe) en 2024.



Tournée post-événement en lien avec Bienvenue Québec (multimarchés)



Tournée de presse de groupe à thématique Route des Saveurs (intra-Québec)



Tournée de familiarisation sur les expériences hivernales de montagne au Québec (Mexique)

Relations médias

46 tournées de presse, totalisant plus de 60 journalistes, ont été accueillies :

- Québec : 14
- Canada : 12
- États-Unis : 5
- Marchés autres : 15

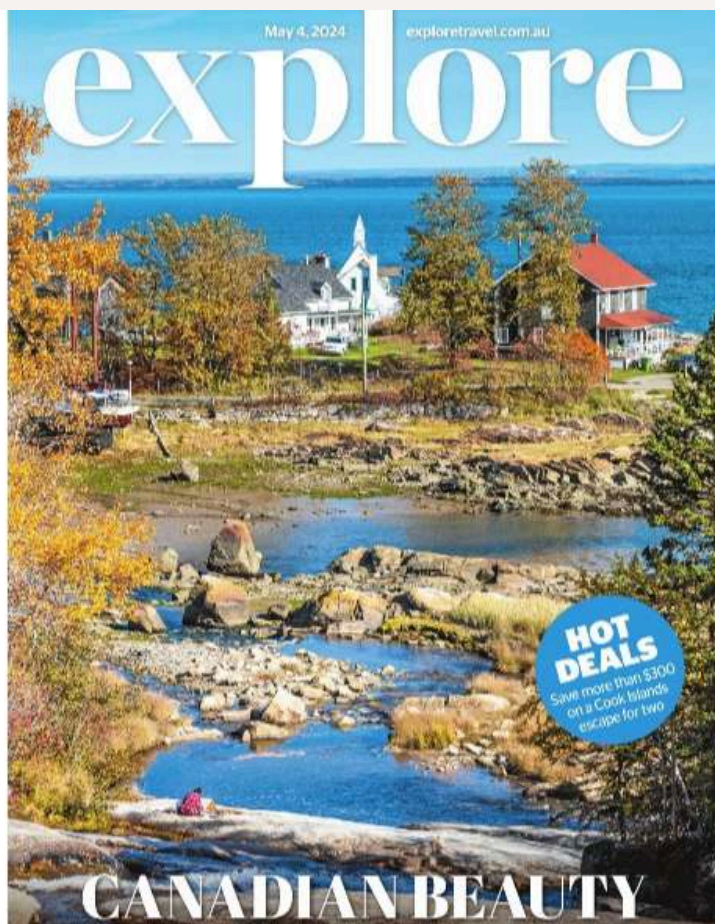
Plus de 50 articles sont parus découlant de ces tournées sur les marchés du Québec, de l'Ontario, des États-Unis et de l'Europe, notamment, dans des médias comme :

- La Presse
- Le Devoir
- National Post
- Forbes
- CTV
- Cosmopolitan
- National Geographic
- Paris Match
- Et plusieurs autres

Cinq tournées ont été organisées en partenariat avec la firme Fever Pitch sur le marché de l'Ontario dans les médias suivants:

- Elle Gourmet
- National Post
- Canadian Geographic
- Toronto Sun
- Toronto Star

18 influenceurs et créateurs de contenu ont aussi été accueillis dans le cadre de 15 tournées.



 NATIONAL GEOGRAPHIC



Drive along Quebec's St. Lawrence River to experience the Charlevoix Flavour Trail, dotted with more than 30 farms, mills, and breweries open for tastings and tours.

PHOTOGRAPH BY WALTER BIBIKOW, GETTY IMAGES

TRAVEL

Visit this little known culinary region outside of Québec City

La Route Des Saveurs in Charlevoix, Québec, offers visitors a taste of one of the oldest agricultural regions in North America with flavors to rival France.

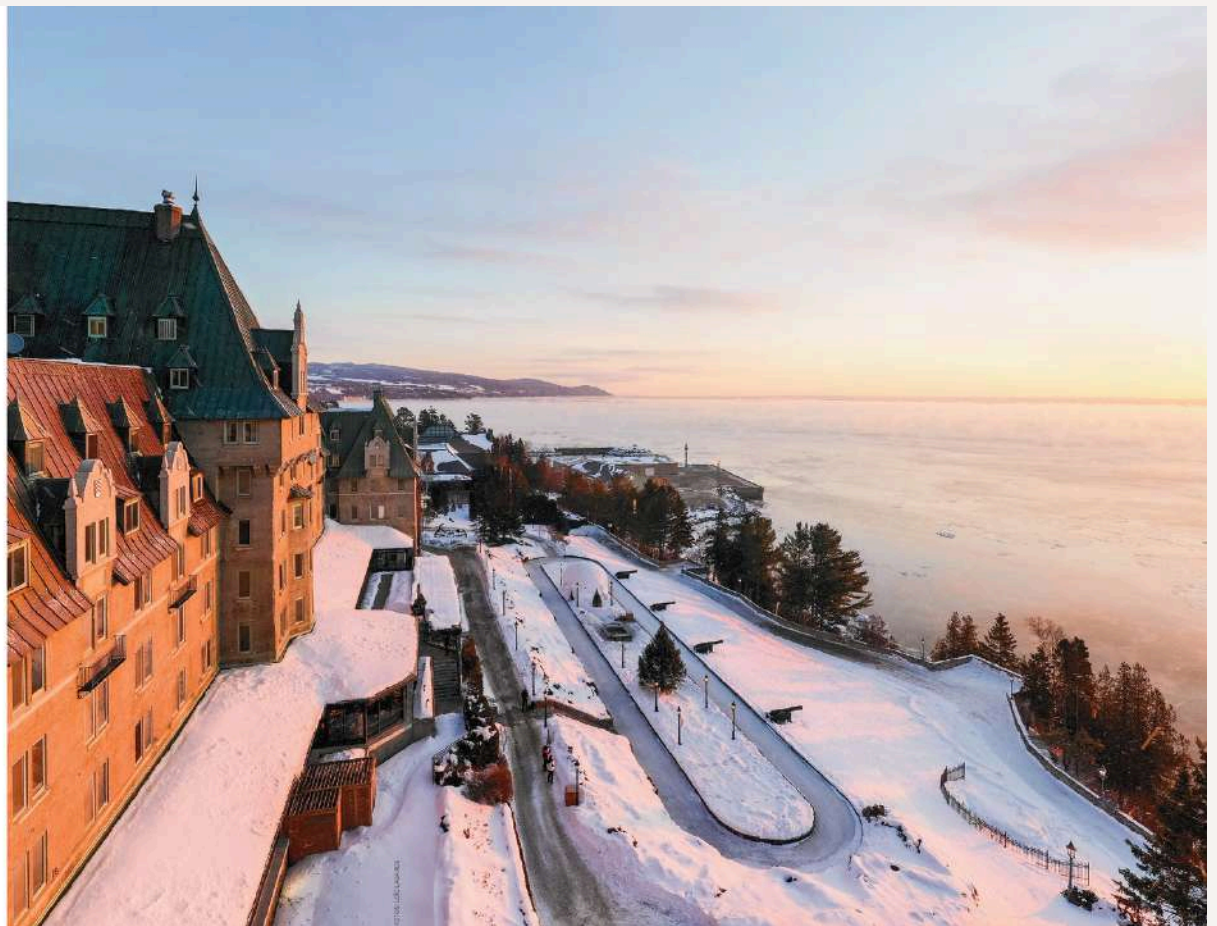
CRÓNICAS DEL FRÍO, LA NIEVE Y EL HIELO

Una cosa es cierta en Quebec: sus habitantes saben cómo divertirse en cualquier época del año, incluso en los días más fríos. Basta cubrirse con la ropa más abrigadora para vivir todas esas experiencias que las bajas temperaturas ponen al alcance de la mano. Viajamos hasta allí para comprobarlo.

TEXTO: PEDRO AGUILAR RICALDE

La ciudad de Quebec, con sus influencias francesas y británicas, es una de las más pintorescas de todo Canadá. El famoso Fairmont Le Château Frontenac es uno de los puntos de referencia para todo viajero que la visita y también uno de los hoteles con más encanto en los que se pueden hospedar. Con sus suites temáticas —inspiradas por personajes que han tenido vínculos con la propiedad a lo largo de su historia como la reina Isabel II, Winston Churchill, Alfred Hitchcock, Grace Kelly y Céline Dion—, restaurantes con vistas panorámicas y el famoso Bar 1608, es un excelente punto de partida para explorar los alrededores.

Las posibilidades van desde caminar por la Rue Petit Champlain para descubrir y adquirir productos de la región exhibidos en tiendas altamente instagramables, hasta deslizarse cuesta abajo a 70 km/h en la icónica resbaladilla construida en 1884, localizada a pocos metros del hotel. Incluso, si la visita se planea en las fechas correctas, se puede participar en las actividades del Carnaval de Invierno, que van desde visitar un castillo hecho con bloques de hielo hasta presenciar los desfiles nocturnos que



LEDEVOIR

[Accueil] / [Cahiers spéciaux] / [Plaisirs]



Charlevoix «on the beach»

Sophie Ginoux
Collaboration spéciale
22 juin 2024



Photo: Tourisme Charlevoix. La région charlevoisienne, qui s'étend de Bale-Saint-Paul jusqu'à La Malbaie, offre 78 kilomètres de pur plaisir pour les yeux.

Ce texte fait partie du cahier spécial [Plaisirs](#)

Le soleil, la plage, la mer, le far niente, la découverte. Tout cela est-il seulement accessible par avion ? Pas du tout ! Oubliez un instant les destinations tropicales et fixez votre objectif vers l'une des plus belles régions du Québec, où le Saint-Laurent dévoile son spectaculaire décor maritime et champêtre. C'est donc décidé, cet été, vamos a la playa... à Charlevoix.

A Food Guide to Charlevoix Through its Unique Geology

SHARE

FACEBOOK X INSTAGRAM LINKEDIN

TRAVEL & DRINKS | GEOLOGY | QUEBEC | CHARLEVOIX

By Jordan Todd-Pagan
Photo by Florence Chaboyon

MAY 24, 2024

Dive into the Quebec region's rich culinary scene by staying grounded in its past.

An astronomical observatory isn't the typical place to start a food quest, but in Charlevoix, the area located in the 54-kilometre-wide impact site of a meteor that hit over 400 million years ago, geologic history and cuisine are inseparable. A guide at the observatory explains that it wasn't until 1995 that French geologist Jehan Roméo discovered this region's unique ground composition, filled with impactites: rocks modified by heat and pressure from the blast that had the strength of approximately 425 million atomic bombs. Along with sedimentary rock, hypothesized to have formed during millennia of water flowing into the impact zone's earth, soil here is more mineral-rich and varied than in the rest of the

Représentation en marché

Plus de 100 professionnels du voyage ont été accueillis dans le cadre de 11 tournées de familiarisation :

- États-Unis : 3
- Europe : 5
- Autres (incluant les réceptifs) : 3

Par ailleurs, nous avons renforcé nos actions de relations de presse en mandatant des agences spécialisées sur les marchés de l'Ontario et du nord-est des États-Unis. Nous avons également implanté le logiciel Travefy pour l'organisation et la gestion des tournées, en collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.

Salons, bourses et foires

Nos délégués ont participé à plusieurs événements de représentation au courant de l'année, soit six événements ciblant les médias et influenceurs:

- Bourse des médias (2) – Montréal et virtuelle
- Bonjour Québec (3) – New York, Toronto et Paris
- TMAC – Saint John's, Terre-Neuve

Trois événements ciblant le réseau de distribution:

- Bienvenue Québec – Québec
- Rendez-Vous Canada – Edmonton
- Canada Showcase Europe (marchés prioritaires) – Paris

Trois webinaires et formations enregistrées:

- Anderson Vacation Canada
- Jonview multi-marchés - réceptif
- TourMaG France

Quatre envois dédiés sous formule d'infolettres portées sur les nouveautés ont aussi été faits.



Mylène Simard à Bienvenue Québec qui avait lieu à Québec en octobre



Émilie Desgagnés à la Bourse des médias, à Montréal, en mars

Tourisme d'affaires

Nos déléguées ont participé à trois événements ciblant le tourisme d'affaires :

- Convention & events expo (CMEE), en collaboration avec Club Med Québec Charlevoix, Fairmont Le Manoir Richelieu et l'Hôtel & Spa Le Germain Charlevoix - Toronto
- Salon Expérience les Affaires - Montréal
- Comme nouveauté, une activité réseautage via la Chambre de commerce et d'industrie Saguenay-Le Fjord a été organisée en collaboration avec deux entreprises de la région.



Sylvie Allard de Fairmont, Amélie Lauzon de Tourisme Charlevoix, Samantha Gillingham de Club Med Canada, Olivier Couette d'Agrotours Charlevoix et Claudine Deblois de Germain Hôtels au CMEE

Motoneige

Nous avons effectué un retour au populaire Salon de la motoneige et du quad de Québec du 8 au 10 novembre 2024 au Centre de foires de Québec. La délégation charlevoisienne était composée de Serge Bergeron de Tourisme Charlevoix, Anne Palardy du Fairmont Le Manoir Richelieu, Julian Frezet du Petit Manoir du Casino et Adrien Philippon du Domaine du Lac Brouillard. Une nouvelle version de la carte motoneige a également été produite.



La délégation charlevoisienne au Salon de la motoneige et du quad de Québec



Nouvelle identité de marque

Tourisme Charlevoix a élaboré sa nouvelle identité de marque en collaboration avec l'agence Cossette. Avec une image de marque modernisée et une stratégie de contenu actualisée, c'est un Charlevoix plus moderne, actif et coloré qui est mis de l'avant dans les actions de visibilité visant à faire la promotion de la destination.

La nouvelle identité reflète l'énergie et l'effervescence qui caractérisent la région, accentuant l'emphase sur sa personnalité animée, attentionnée et envoûtante. Caractérisée par des couleurs plus vives, des typographies plus actuelles et des visuels renouvelés, elle illustre un Charlevoix moderne et accessible, tout en gardant son côté raffiné.



Nouveau site Web

Le nouveau site Web de Tourisme Charlevoix a été lancé à l'été 2024. Élaborée avec l'agence Cossette, la plateforme a été entièrement revue et modernisée, proposant des itinéraires pour les visiteurs, des outils de recherche et des blogues intégrés.

Nombre de pages vues

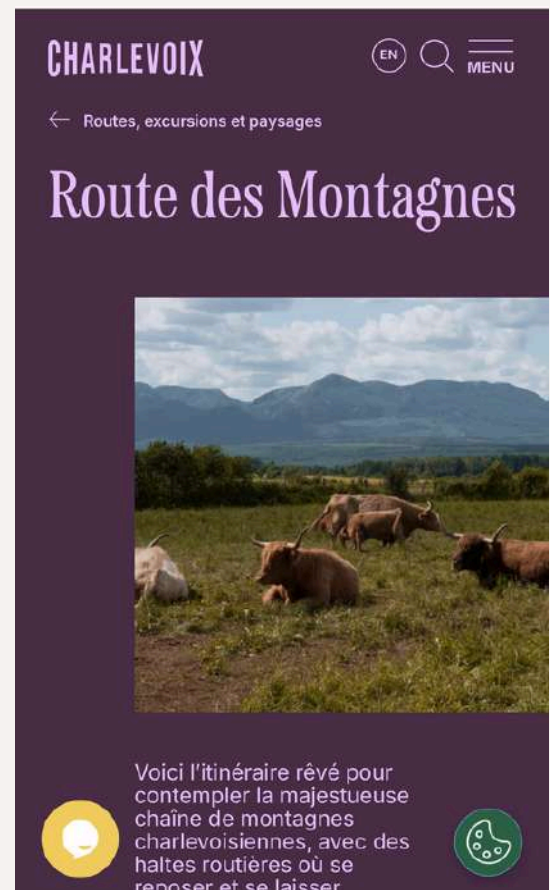
3 millions

Nombre de sessions

1,5 million

Nombre de clics de redirection vers des sites d'entreprises touristiques

265 000



Contenu

45 articles de blogue ont été publiés, tous en format adapté au nouveau site Web. Huit articles ACTEURS DE CHANGEMENT ont été produits, visant à souligner les démarches de nos entreprises en matière de tourisme durable. De nouveaux articles « Quoi faire » mensuels ont aussi vu le jour.

30 infolettres aux consommateurs ont été envoyées pendant l'année:

Taux
d'ouverture
moyen
32,81%

Taux de
clics moyen
2,71%



05

Structuration et développement de l'offre touristique régionale



À ce chapitre, l'année a été marquée par le lancement de deux appels à solutions pour le Plan Montagnes qui a rendu disponible de l'argent neuf pour le développement quatre saisons de la destination. L'organisation de plusieurs Rencontres tourisme et innovation a aussi fait partie des moments forts des derniers mois. Grâce aux différentes enveloppes disponibles en collaboration avec nos partenaires comme le

ministère du Tourisme ainsi que les MRC de Charlevoix et Charlevoix-Est, de nombreux projets ont été appuyés selon nos critères d'analyse demeurant très axés sur le développement durable. La reprise officielle de la gestion de la Route des Saveurs est aussi un fait marquant de la dernière année, de même que de multiples nouveautés et initiatives porteuses en développement durable.

Aides financières

Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT)

Nombre de projets reçus	14
Nombre de projets retenus	14
Total de l'aide annoncée	789 400 \$

Entente pour le développement touristique et événementiel de Charlevoix (EDTEC)

Nombre de projets Festivals et événements reçus	22
Nombre de projets Festivals et événements retenus	20
Total de l'aide annoncée pour les projets Festivals et événements	239 800 \$

Plan Montagnes

Nombre de projets reçus	4
Nombre de projets retenus	4
Total de l'aide annoncée pour les projets du Plan Montagnes	361 500 \$

Rencontres tourisme et innovation

En marge de la planification stratégique, les Rencontres tourisme et innovation ont pris leur essor en 2024. Cette nouvelle initiative vise à permettre aux acteurs de l'industrie touristique de prendre un moment collectif pour s'inspirer, partager et collaborer. Une rencontre annuelle par secteur d'activités est organisée, soit hébergement, agrotourisme et restauration, gestionnaires de sentiers pédestres et culture. Ces événements ont connu du succès avec plus de 150 participants et 16 conférenciers invités au total.



La Rencontre tourisme et innovation - culture à l'église de Saint-Iréné

Portrait de la participation

Secteur d'activité	Nombre de participants
Hébergement	50
Agrotourisme et restauration	56
Gestionnaires de sentiers pédestres	23
Culture	24

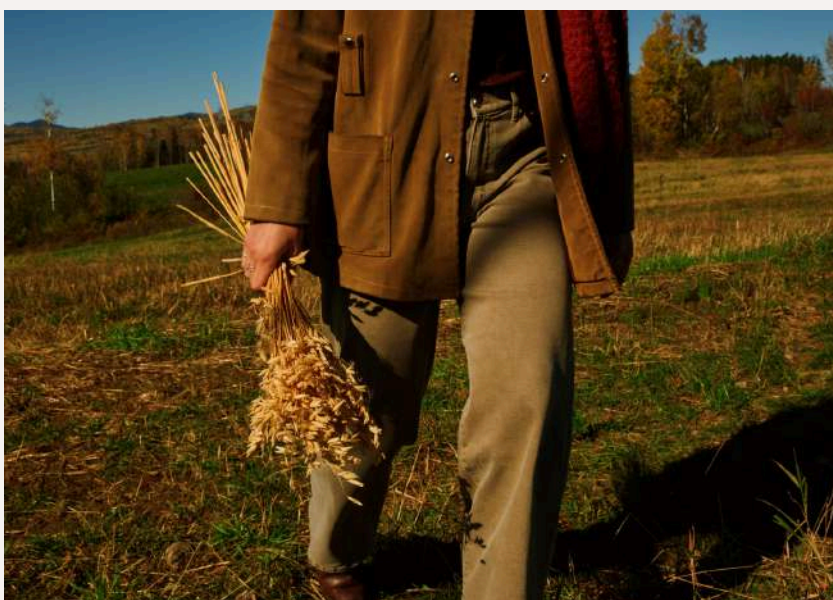


La Rencontre tourisme et innovation - agrotourisme chez Menaud

Route des Saveurs

Tourisme Charlevoix a officiellement repris la gestion de la Route des Saveurs de Charlevoix et a embauché une ressource dédiée. Cette dernière a coordonné des rencontres avec le comité consultatif et différents acteurs du milieu touristique afin de dresser un portrait de l'état actuel du produit. Ces démarches ont permis de mettre en lumière les différents points de vue liés à l'adhésion, la structuration et les enjeux rencontrés par les membres de Tourisme Charlevoix oeuvrant dans le secteur agrotouristique.

Ces consultations, combinées à l'analyse d'outils développés par la Table Agro-Touristique de Charlevoix, ont mené à l'élaboration de la mécanique d'adhésion à la Route des Saveurs. Une nouvelle image de marque, arrimée à celle de Tourisme Charlevoix, a également été déployée pour la promotion du circuit gourmand. Ce travail s'inscrit dans une démarche plus large, soutenue par un plan d'action, qui définira les prochains chantiers à venir, dont un microsite, une nouvelle stratégie de contenu dédiée et des opportunités de visibilité pour les entreprises membres.





Délégations des Maritimes

En février, nous accueillions une délégation de la Nouvelle-Écosse venue s'inspirer de nos bonnes pratiques de développement touristique hivernal. Tourisme Charlevoix avait organisé la visite et animé des présentations sur la destination. La délégation comptait dix acteurs touristiques, dont des propriétaires d'entreprises et des représentants d'organismes de développement de la Nouvelle-Écosse. Ils avaient choisi Charlevoix pour les similarités avec leur territoire au niveau des défis et enjeux liés au développement.

Les participants avaient visité près d'une vingtaine d'entreprises et organisations de développement économique de la région. En septembre, une autre délégation des Maritimes, cette fois-ci de Memramcook au Nouveau-Brunswick, était aussi de passage dans la région. Le groupe de six personnes, composé du maire, de conseillers, de personnel municipal et de propriétaires d'entreprises touristiques, est venu s'inspirer de notre développement agrotouristique et de nos bonnes pratiques.



Une partie de l'équipe de Tourisme Charlevoix en compagnie de la délégation de la Nouvelle-Écosse

06

Développement durable



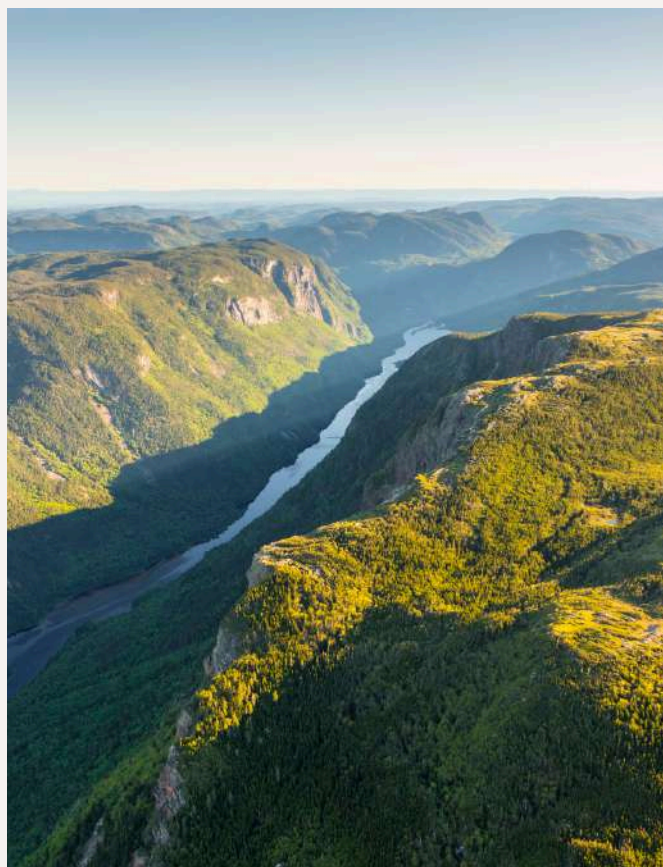


Tourisme Charlevoix a confirmé plus que jamais son rôle de leader en développement durable grâce à de nombreuses initiatives, menées en complément des chantiers déjà en cours. Les démarches entreprises pour l'obtention de la certification Biosphere, les

positions réfléchies adoptées par l'organisation face à certains projets susceptibles d'avoir un impact environnemental ainsi que son engagement actif au sein de diverses instances en développement durable en sont des témoignages concrets.

5% de la taxe sur l'hébergement pour le développement durable

Lors du Sommet annuel du tourisme en avril, Tourisme Charlevoix a annoncé devenir la première association touristique régionale du Québec à accorder une part de la taxe sur l'hébergement au développement touristique durable et à l'adaptation aux changements climatiques. 5 % y seront dédiés à compter de 2025, ce qui aidera l'atteinte des objectifs de développement touristique durable et responsable de la destination.



Certification Biosphere

C'est en octobre que nous annonçons démarrer les travaux pour l'obtention de la certification Biosphere, reconnue comme étant l'un des meilleurs outils de certification de durabilité au monde, comptant parmi les destinations touristiques certifiées des lieux emblématiques tels que Barcelone, l'île de Vancouver et Tenerife. Un an de travail sera nécessaire pour l'obtention de la certification pour la destination, avec, notamment, la création et la mise en œuvre d'un plan de développement durable. Nous travaillons en collaboration avec la Région de biosphère de Charlevoix pour l'accompagnement d'entreprises qui elles aussi visent une certification.



BIOSPHERE

Formations

Soucieuse de rester à l'avant-garde, notre organisation a suivi deux parcours en développement durable avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec et Ouranos. Ces formations mettaient l'accent sur l'adaptation aux changements climatiques et le tourisme durable. Nos experts locaux ont aussi pu bénéficier d'une formation en développement

durable au début de l'été. Ils ont obtenu des conseils et outils permettant de recommander de bonnes pratiques aux visiteurs. Finalement, notre conseillère en tourisme durable, Laura Cyr, a obtenu, à la suite d'une formation, un certificat professionnel en tourisme durable du Global Sustainable Tourism Council (GSTC) visant à reconnaître les connaissances en normes et pratiques de tourisme durable.

Événements

Rendez-vous Biosphères Québec

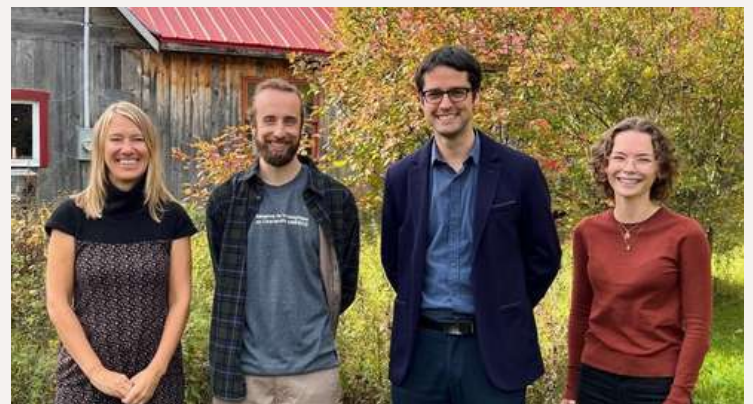
Tourisme Charlevoix et la Région de biosphère de Charlevoix ont présenté les démarches en développement durable de la destination en août lors du Rendez-vous Biosphères Québec 2024, organisé par le Comité ZIP du lac Saint-Pierre à Trois-Rivières.

Conférence Sisimiut

Nous avons aussi participé à l'automne à la conférence Sisimiut II qui a réuni, à Petite-Rivière-Saint-François, plusieurs gestionnaires de sites UNESCO des régions de l'Atlantique Nord et de l'Arctique. L'événement était l'occasion pour les participants d'échanger principalement autour de la question du tourisme durable et responsable. Tourisme Charlevoix a ainsi pu partager ses actions et projets avec des experts provenant de l'Islande, de la Norvège et de l'Écosse, entre autres.



Laura Cyr de Tourisme Charlevoix et Julie Campeau, de la Région de biosphère de Charlevoix



Julie Campeau et Victor-Olivier Bois de la Région de biosphère de Charlevoix ainsi que Mitchell Dion et Laura Cyr de Tourisme Charlevoix

07

Planification
stratégique de
la destination

Bilan de la deuxième année

La planification stratégique 2023-2027 de la destination progresse à bon rythme. 37 % des objectifs sont maintenant réalisés (19 % en 2023) et 40 % sont en cours de réalisation (62 % en 2023).

Chantiers réalisés en 2024	Actions posées
Travailler de concert avec les différentes parties prenantes pour rehausser la qualité de la présence numérique des entreprises touristiques	Lancement du nouveau site Web de Tourisme Charlevoix proposant des fiches membres optimisées
Poursuivre les efforts concertés via les Rencontres tourisme et innovation permettant d'adresser les enjeux communs	Organisation de quatre Rencontres tourisme et innovation en 2024 totalisant plus de 150 participants
Stimuler et renforcer le rayonnement d'un ADN agrotouristique charlevoisien fort, vivant et durable	Embauche d'une ressource dédiée à la Route des Saveurs et mise en œuvre du plan d'action, incluant la définition du processus d'adhésion à la suite d'une démarche de consultations, ainsi que le déploiement de la nouvelle image de marque. Un microsite et une nouvelle stratégie de contenu sont attendus en 2025
Appuyer le développement événementiel et veiller à la concertation des promoteurs sur certains enjeux (ex. : capacité d'accueil de la région, positionnement de la région, etc.)	Veille maintenue sur les enjeux collectifs du milieu et présentation d'une programmation adaptée à ceux-ci lors des Rencontres tourisme et innovation
Revoir et bonifier l'offre de services à l'industrie touristique afin de s'assurer que celle-ci facilite la transition durable des entreprises et l'adoption de pratiques en matière d'économie circulaire (ex. : formation, conseil, programme d'accompagnement en lien avec l'adaptation des changements climatiques, etc.)	Enclenchement du projet de certification Biosphere pour la destination et auprès des entreprises en collaboration avec la Région de biosphère de Charlevoix
Supporter des projets qui favorisent le bien-être de la collectivité et rehaussent la qualité de Charlevoix comme milieu de vie	Implication et positionnement sur des projets susceptibles d'impacter la population locale et emphase sur les critères en matière d'acceptabilité sociale au niveau de l'EPRTNT

Bilan de la deuxième année (suite)

Chantiers réalisés en 2024	Actions posées
Bonifier les efforts de structuration visant à allonger les séjours en automne, en hiver et au printemps	Thème récurrent et important des Rencontres tourisme et innovation et priorisation de projets plus annualisés via nos différents fonds, dont le Plan Montagnes
Revaloriser et favoriser la transformation numérique au sein de Tourisme Charlevoix	Formation de l'équipe en intelligence artificielle
Œuvrer à la mise en place d'outils d'accompagnement pour accroître la culture ainsi que les processus d'innovation dans Charlevoix au sein de Tourisme Charlevoix	Formation de l'équipe en intelligence artificielle et formation en culture d'innovation du côté de la direction générale
Renforcer le positionnement de Charlevoix comme destination automnale, hivernale et printanière	Nombreux partenariats de contenus et tournées de presse de même que banques de photos et vidéos renouvelées mettant en valeur la destination, ses attraits et ses entreprises en dehors de la période estivale
Faire preuve d'agilité en monitorant les tendances et en adaptant en continu les actions stratégiques de la destination en matière de marketing, d'accueil et de développement	Suivi rigoureux des retombées et analyse des rapports de performance. Stratégie de contenu actuelle et agile
Revoir la stratégie de commercialisation de la région sur les marchés hors Québec afin d'en maximiser les retombées et de renforcer le positionnement de Charlevoix comme destination de calibre international	Nombreuses actions en relations de presse et en contenu sur les marchés hors Québec de même qu'une participation active aux événements de représentation visant nos marchés cibles
Appuyer et soutenir différentes mesures visant à lutter contre certains enjeux de l'industrie	Plusieurs sorties publiques et communications diverses sur des enjeux comme la protection et la préservation du territoire de même qu'un dialogue maintenu avec les entreprises pour porter leur voix dans les hautes sphères
Renforcer les communications corporatives de l'organisation	Positionnement plus actif sur différents projets d'envergure ou décisions gouvernementales touchant l'industrie touristique

08

Réseau d'accueil
et d'information
touristique



Le réseau d'accueil et d'information touristique, composé de 20 experts locaux, a de nouveau été bien occupé en 2024. Les cinq bureaux d'information touristique (BIT) du territoire (Charlevoix, Baie-Saint-Paul, l'Isle-aux-Coudres, La Malbaie et Saint-Siméon) demeurent des endroits très fréquentés par la clientèle touristique. Ils ont accueilli 111 634 visiteurs en 2024, une légère baisse de 3 241 sur l'année précédente.

Portrait de la fréquentation

Nombre de visiteurs dans les bureaux d'accueil et d'information touristique

La Malbaie		Charlevoix		Baie-Saint-Paul		Saint-Siméon		Isle-aux-Coudres	
2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
22 423	22 703	27 588	28 042	50 579	50 205	4 429	4 596	7 216	6 088

Nombre de visiteurs

111 634

Variation vs 2023

- 3 241

Nombre d'actes de renseignement

28 091

Variation vs 2023

- 426

Provenance des personnes touchées par un acte de renseignement en 2024

Secteur géographique	Nombre de personnes	Variation
Québec	46 266	+ 918
Ontario	3 124	+ 454
Ailleurs au Canada	931	- 105
Europe francophone (France-Suisse-Belgique)	11 127	- 1 005
États-Unis	2 952	+ 929
Autres pays	3 344	+ 374
TOTAL	67 744	+ 1 565

Formations attraits touristiques

Les formations attraits touristiques, volets estival et hivernal, ont de nouveau été populaires avec un total de 53 entreprises visitées par plus d'une cinquantaine d'employés de l'industrie touristique de Charlevoix. Ces formations organisées deux fois par année par Tourisme Charlevoix en collaboration avec Formation Continue Charlevoix (FCC) et Agrotours, sous forme d'une tournée de la région en autobus, invitent les professionnels du tourisme à découvrir les attraits de Charlevoix afin d'approfondir leurs connaissances sur la région et ses attraits et ainsi mieux les promouvoir à leur clientèle respective.



Les participants à la formation attraits touristiques hivernale

Guide touristique

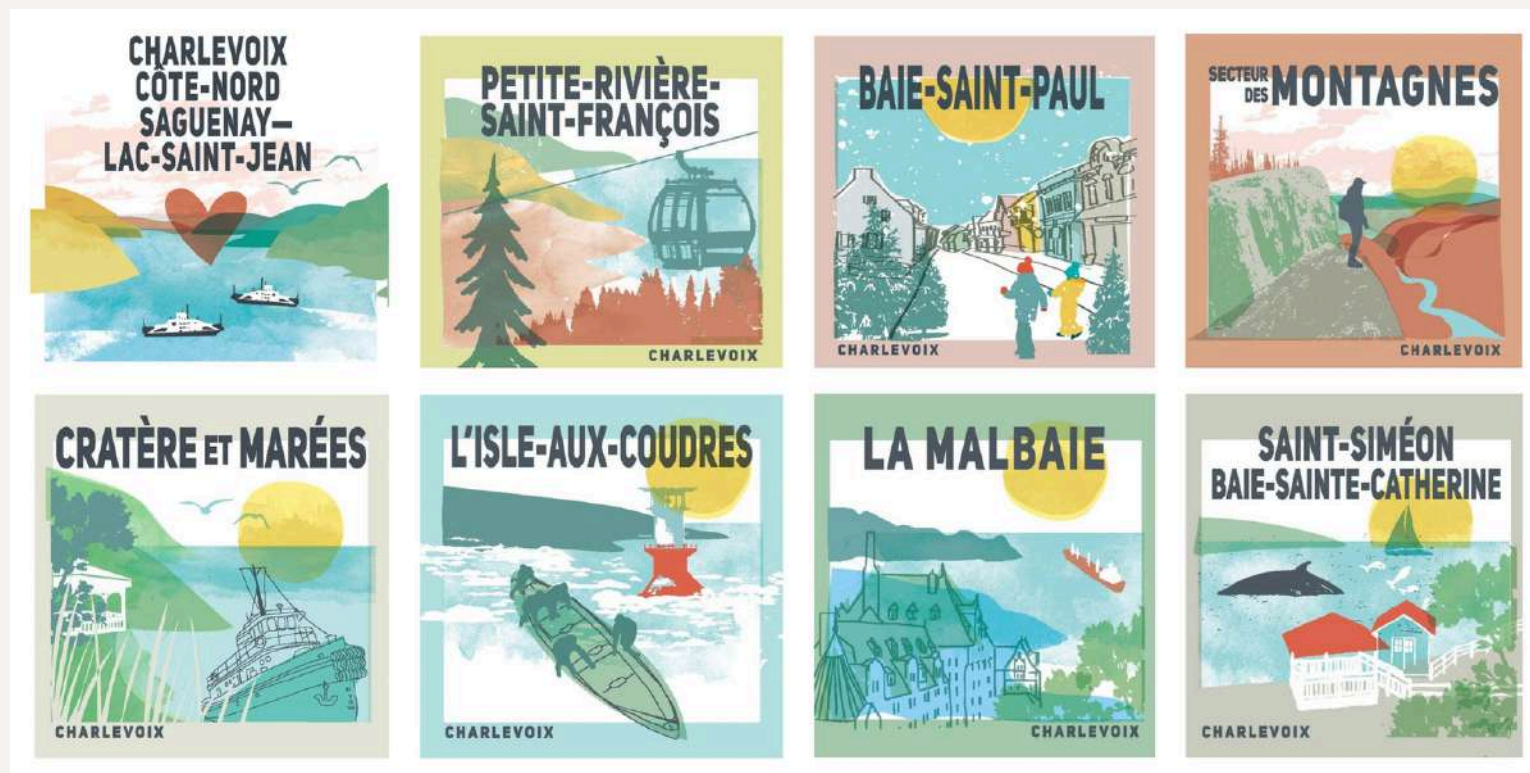
Le guide touristique officiel de Charlevoix en était à sa seconde année sous sa nouvelle forme, soit bilingue et plus concis. Il demeure l'outil imprimé le plus en demande par la clientèle et il a été imprimé à 80 000 copies.



Retour des autocollants

La collection d'autocollants originaux, distribués dans les bureaux d'information touristique, était offerte aux visiteurs pour une deuxième année, un projet réalisé en collaboration avec Tourisme Côte-Nord et Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean.

L'objectif est d'inciter les visiteurs à compléter la collection d'autocollants en parcourant l'étendue de ces territoires tout en générant de l'achalandage dans les bureaux d'accueil et d'information touristique.



09

Communications,
services aux membres
et implications



Dans un souci de transparence, le département des communications demeure proactif pour faire connaître les projets et initiatives de Tourisme Charlevoix aux membres, partenaires et à la population. La défense des intérêts de nos entreprises, jumelée à des communications

soutenues avec les différents paliers de gouvernement et nos partenaires, a permis à l'industrie touristique de Charlevoix de faire entendre sa voix tout au long d'une actualité chargée, notamment en ce qui concerne les enjeux liés à la protection de notre territoire.

Communiqués de presse et entrevues médiatiques

Notre organisation a émis 18 communiqués de presse et a été nommée plus de 140 fois dans les médias. Plus d'une soixantaine d'entrevues ont été réalisées au courant de l'année. D'ailleurs, avec le désir constant d'acquérir de bonnes pratiques en relations publiques, la direction et la direction générale adjointe se sont perfectionnées en prise de parole grâce à une formation offerte par la firme TACT en collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.



Le Charlevoisien

Economie | Tourisme

Tourisme Charlevoix met le cap sur l'été avec optimisme

Par Dave Kidd 5:00 AM - 4 juin 2024

Temps de lecture : 3 minutes

A large, dark wooden boat with a white and black striped funnel is parked on a grassy field. Several people are walking around the boat. The background shows a body of water and a cloudy sky.

CIHQ CHARLEVOIX 95.0

Nouvelles | Entrevues | Programmation | Équipe

Plan Montagnes : Tourisme Charlevoix lance un premier appel à solutions

Écrit par Emma Dupont Date : 29 jan. (14-14)

A snowy mountain landscape with a waterfall in the background. Several people are walking on the snow, and some are riding bicycles. The scene is bright and clear.

Affaires publiques

Plus que jamais, l'association touristique de Charlevoix s'est impliquée dans des dossiers d'actualité et d'affaires publiques visant à assurer une voix à l'industrie touristique, à défendre ses intérêts et à assurer la protection du territoire.

En effet, nous avons pris position sur des sujets importants, comme sur les traverses et le projet d'implantation d'une mine, en plus de cosigner un mémoire d'appui au projet d'agrandissement du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent. Nous avons participé aux consultations sur le parc éolien et avons eu des échanges avec des ministères sur des enjeux comme la tordeuse des bourgeons de l'épinette. Bien sûr, nous suivons également de près le projet de troisième parc national.

Inquiets par la situation de la motoneige à La Malbaie à la suite de la fermeture d'un sentier important, nous avons organisé une rencontre avec tous les partenaires impliqués afin d'analyser des pistes de solution. Nous avons décuplé nos efforts pour la pérennité de ce produit dans la région.

Certaines décisions politiques dont les seuils d'immigration et d'autres initiatives soulevant des préoccupations au sein de la communauté ont également occupé nos équipes.

CJHO
CHARLEVOIX # 96.3

Nouvelles Entrevues Programmation Équipe Nous joindre

Grève à la STQ : Tourisme Charlevoix se prononce pour un retour à la normale

Crité par [Suzanne Gagnon](#) Date : 4 juil. 2023



À la une

Après la lettre transmise au bureau du premier ministre François Legault, signée par les acteurs économiques de l'Île-aux-Coudres, Tourisme Charlevoix joint sa voix au mouvement en réclamant un retour à la normale « sans tarder » aux traverses de l'Île-aux-Coudres-Saint-Joseph-de-la-Rive et Tadoussac-Baie-Sainte-Catherine.

Le directeur général, Mitchell Dion, se désolé que les commerçants « paient encore pour un enjeu de traversier », s'appuyant sur les pertes importantes engendrées lors de la première grève du 21 au 22 juin.

TVA
NOUVELLES
CIMT/CHAU

Projet minier à Saint-Urbain : une table de concertation est créée

Publié le 4 novembre 2024 à 17:04, modifié le 4 novembre 2024 à 17:14

Par: [Jérôme Gagnon](#)



CH 04 Nov. TOPO Comité contre Niobay

DAILYMOTION

NDV Géomatics

☰ **INFO** À la une En continu En bref Vidéos ➕ Mon fil

Québec veut créer le parc national de la Côte-de-Charlevoix



Affaires publiques (suite)

Lors de la visite à La Malbaie du ministre de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie, Pierre Fitzgibbon au printemps, nous avons facilité une rencontre entre lui et des dirigeants d'entreprises touristiques en plus d'avoir eu l'opportunité de rencontrer le ministre de la Culture et des Communications, Mathieu Lacombe, lors d'une annonce dans Charlevoix.

Ces rencontres s'ajoutent à nos relations soutenues avec les élus locaux et partenaires d'ici et d'ailleurs, comme les municipalités, MRC, l'Alliance de l'industrie touristique du Québec et le ministère du Tourisme. Nous avons d'ailleurs accueilli, en juillet, la nouvelle Présidente-directrice générale de l'Alliance, Geneviève Cantin, qui avait choisi Charlevoix pour débiter sa tournée de la province.

Finalement, faisant suite à notre gestion efficace de la crise lors des inondations de mai 2023, nous avons été invités par la Société du réseau ÉCONOMUSÉE (SRÉ) lors de la réunion annuelle de ses membres tenue sous le thème de « L'adaptation aux changements ». À cette occasion, nous avons présenté notre réflexion et les actions mises en place après les inondations, tout en partageant de bonnes pratiques en communication. Nous avons également abordé l'adaptation aux changements climatiques ainsi que les grandes orientations de la planification stratégique 2023-2027 de la destination.



Le ministre Pierre Fitzgibbon à La Malbaie



Mitchell Dion, le ministre Mathieu Lacombe et la députée Kariane Bourassa



La PDG de l'Alliance, Geneviève Cantin, une partie de son équipe ainsi que Claudia Villeneuve et Mitchell Dion de Tourisme Charlevoix et un représentant d'Héli-Charlevoix

Services aux membres

47 infolettres ont été envoyées à nos membres de janvier à décembre 2024 et le taux d'ouverture a atteint un sommet de 54,1 %. Nous nous réjouissons de l'intérêt manifesté par nos membres pour nos communications. Les interactions sont aussi très régulières dans le groupe Facebook privé des membres de Tourisme Charlevoix (390 membres) ainsi que sur notre page LinkedIn.

Le site Web corporatif www.atrcharlevoix.com est aussi bonifié régulièrement pour offrir une plateforme utile et à jour aux membres qui peuvent y retrouver tous nos outils, comme les aides financières, opportunités de surpositionnement et accompagnements offerts.

Par ailleurs, plusieurs dizaines d'entreprises ont été mises en valeur dans nos guides des nouveautés de l'été et de l'hiver.

Finalement, en plus des Rencontres tourisme et innovation, Tourisme Charlevoix organise chaque année le Sommet annuel du tourisme, un événement entièrement gratuit ouvert à tous ses membres. Ce sommet intègre l'assemblée générale annuelle, enrichie pour prendre la forme d'un rendez-vous innovant favorisant l'inspiration, le réseautage et l'échange avec des conférenciers de renom. L'édition 2024, placée sous le thème de l'intelligence artificielle (IA), a connu un franc succès en rassemblant plus d'une centaine de participants.

Intelligence artificielle

Notre équipe s'est d'ailleurs perfectionnée en intelligence artificielle au cours de la dernière année. Grâce à des formations animées par une firme spécialisée en marketing numérique, le personnel de Tourisme Charlevoix a pu mieux comprendre l'utilisation de ChatGPT dans un contexte professionnel et se tenir à jour sur les avancées technologiques. L'intelligence artificielle peut assurément jouer un rôle clé dans la modernisation et la croissance de l'industrie touristique.



Le Sommet annuel du tourisme 2024 sous le thème de l'intelligence artificielle

Représentations

Nous avons assuré plus de 40 représentations à des inaugurations et conférences de presse, en plus de prendre part à des événements, comme le Salon Emploi Charlevoix, le gala Charlevoix reconnaît et le Rendez-vous en gestion des ressources humaines (RVGRH) de Charlevoix. Comme chaque année, nous avons également participé aux Assises du tourisme organisées par le ministère du Tourisme en collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.

En 2024, Tourisme Charlevoix a aussi été présent sur plus d'une vingtaine de comités de travail, dont plusieurs conseils d'administration, comités directeurs et tables, comme les comités consultatifs régionaux des traverses, le conseil d'administration de la Chambre de commerce de Charlevoix, la Table de concertation sur la protection et la mise en valeur des paysages des MRC de la Côte-de-Beaupré, Charlevoix et Charlevoix-Est et le Comité développement durable de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, notamment.



Sabrina Fortin et Alexia Loret au Salon Emploi Charlevoix



Sabrina Fortin et Sandra Boudreault au RVGRH



Mitchell Dion, le maire de La Malbaie Michel Couturier, la ministre du Tourisme Caroline Proulx et Martin Dufour, président du conseil d'administration de Tourisme Charlevoix aux Assises du tourisme

Implications scolaires

Dessine-moi Charlevoix!

Tourisme Charlevoix a lancé à l'automne la troisième édition du projet Dessine-moi Charlevoix! en collaboration avec le Centre de services scolaire de Charlevoix. Comme pour les deux premières éditions, les jeunes de 4^e, 5^e et 6^e année des écoles primaires étaient invités à illustrer leur région, sur une base volontaire. L'initiative a de nouveau rencontré beaucoup de succès avec plus de 313 dessins reçus, soit plus que l'année précédente.

À la suite d'un tirage au sort, six dessins ont été sélectionnés pour être reproduits sur des cartes postales en distribution gratuitement dans nos bureaux d'information touristique et servant d'objets promotionnels lors de représentations à l'international. Neuf entreprises touristiques généreuses ont donné des prix totalisant plus de 4 000 \$. Ce projet, qui est né de la planification stratégique, vise à éveiller la jeunesse charlevoisienne au rôle essentiel que joue l'industrie touristique et aux enjeux qu'elle rencontre.



Le dessin de Widad Malouli, élève de 6^e année à l'école des Eaux-Vives de La Malbaie

Implications scolaires (suite)

Rencontre avec des étudiants

Tourisme Charlevoix se donne également comme mission d'inspirer la relève. Nous avons accueilli l'an dernier à nos bureaux de La Malbaie un groupe d'étudiants du programme Techniques administratives, gestion de commerce, du Centre d'études collégiales en Charlevoix (CECC) pour une activité en orientation de carrière.



TOURISME

CHARLEVOIX

Crédits photo: Go-Xplore, Magalie Massey, Mickaël A. Bandassak,
Normand Huberdeau, André-Olivier Lyra, Média Mauricie,
Alexis Pageau, Francis Gagnon