

BILAN TOURISTIQUE SAISON ESTIVALE 2023



TOURISME
MONTÉRÉGIE

La saison estivale 2023 qui s'est étendue du 1^{er} mai au 5 septembre a apporté un sentiment de normalité avec des statistiques similaires à celles de 2019, l'année précédant la pandémie.

La reprise des voyages à l'étranger, les variations météorologiques et la tendance du tourisme lent ont influencé la fréquentation de toutes les attractions touristiques de la Montérégie.

Ce bilan sera basé sur les chiffres de 2023 vs ceux de 2019.



LA SAISON TOURISTIQUE DE LA MONTÉRÉGIE

Pour connaître le pouls de la saison touristique en Montérégie, plus de 25 membres répartis sur l'ensemble du territoire et dans différentes catégories d'adhésion (plein air, hébergement, agrotourisme, divertissement, etc.) ont été interrogés.

- Les attraits extérieurs, tels que les campings, les activités en plein air et les activités nautiques, estiment que leur saison touristique a été positive. Cependant, les nombreuses précipitations et la mauvaise qualité de l'air ont néanmoins eu une incidence sur leur fréquentation.
- Toutefois, les caprices de Dame Nature ont eu des impacts positifs sur les attraits intérieurs qui ont eu une saison généralement occupée. Les familles et les camps de jour ont été bien présents tout au long de la saison!
- Du côté des entreprises agrotouristiques, la saison a été bonne également. Toutefois, leurs récoltes ont été grandement affectées par les précipitations estivales et par les gels du mois de mai.
- Les établissements d'hébergement ont enregistré un taux d'occupation similaire à celui de 2019. La plupart d'entre eux étaient très occupés les fins de semaine, tandis que les semaines présentaient des niveaux de fréquentation comparables à ceux des années précédentes.
- Les attraits interrogés ont aussi constaté une hausse des touristes provenant de l'Ontario et des États-Unis.



Puisqu'un des produits phares de la Montérégie est l'agrotourisme, la saison estivale se prolonge avec la saison des pommes, l'autocueillette de légumes d'automne tels que les courges et les citrouilles ainsi que la dégustation de vins et cidres. Les données estivales de 2023 permettent donc d'être confiants de l'automne à venir.

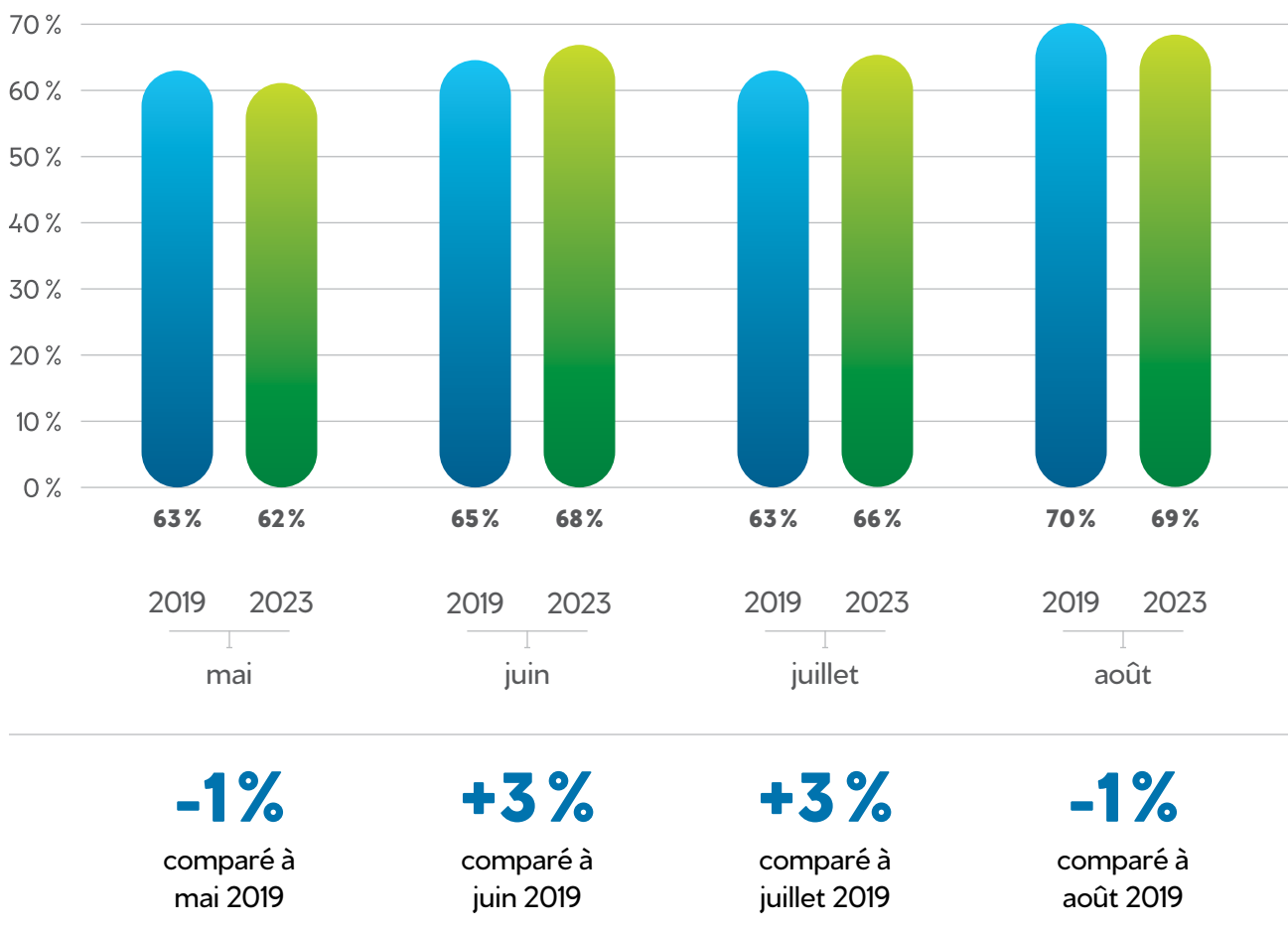
TAUX D'OCCUPATION DES HÉBERGEMENTS

Du côté du taux d'occupation, les chiffres sont très positifs et on remarque une hausse comparativement à 2019. Depuis le début de l'année 2023, on constate une **croissance mensuelle moyenne de 5%** en date du 31 juillet 2023 comparativement à la même période en 2019.

Pour ce qui est du mois de mai, on observe une légère baisse de 1% quant au taux d'occupation. Heureusement, ce même taux pour les mois de juin et de juillet a été positif. On remarque une **hausse de 3%** pour chacun d'entre eux.

Quant au mois d'août, une légère diminution de 1% par rapport à l'année 2019 est aussi constatée.

Taux d'occupation des hébergements



ACTIONS MARKETING

CAMPAGNE DE PROMOTION EN TOURISME D'AGRÉMENT

Pendant cette période, Tourisme Montérégie a lancé sa campagne marketing « **Notre bout du monde** ». Cette campagne visait à démontrer que malgré la proximité de la région, l'offre de la Montérégie n'a rien à envier à l'offre internationale, et qu'il est possible de vivre une multitude d'expériences sans avoir besoin de prendre l'avion. L'idée était de créer un jeu de comparaisons entre les destinations les plus célèbres du monde et leur équivalent en Montérégie.



À partir de cette campagne, plusieurs déclinaisons ont été produites afin d'adapter le concept à travers une campagne marketing 360 comprenant un plan média varié :

- Une présence en marketing de contenu sous plusieurs médias a été utilisée pour cimenter la crédibilité de la Montérégie comme destination aussi surprenante que stimulante et accessible.
- Des placements dynamiques ont été réalisés sur les plateformes sociales et réseaux de sites partenaires.
- Un volet de conversion servant de dernier point de contact a été déployé auprès des utilisateurs en recherche active ou ayant démontré de l'intérêt pour l'offre de la Montérégie.

Les résultats de cette campagne se sont avérés plutôt positifs puisqu'elle a atteint une **portée de 27%**¹, ce qui signifie que plus d'un quart de la population québécoise a été exposée à la campagne via Internet ou la télévision.

Cette campagne promotionnelle réalisée grâce à un budget média de 500 000 \$, a été supportée par une stratégie de contenu organique, différentes actions de communications et une campagne de marketing d'influence.



Tourisme Montérégie a également entrepris des actions visant à accroître sa notoriété auprès de la clientèle de la Montérégie.

- Campagne publicitaire sur les stations de Boom FM;
- Chroniques touristiques hebdomadaires à Boom FM;
- Participation à la nouvelle émission de radio En direct du Parc Safari de FM 103,3.

¹ Communiqué de presse: Sondage Léger: Plus d'un quart des Québécois exposés à la campagne « Notre bout du monde ».

ACTIONS EN AMONT DE LA SAISON

De plus, des actions incitant les Québécois à planifier leurs visites en Montérégie ont permis de rejoindre certaines clientèles cibles plus tôt en saison. Par exemple, la production et la distribution de 35 000 copies du magazine cyclotouristique **Cap sur le vélo 2023** dès le mois de février, et ce, tout au long de l'été. Tourisme Montérégie a également ciblé cette clientèle en participant à différents salons du vélo et en réalisant des placements publicitaires spécialisés.



La reconduite du programme **Passeport Attrait Montérégie** en collaboration avec Événements Attractions Québec est une action de plus. Ce programme a permis à une quarantaine de membres participants de partager plus de 200 000 \$ en subvention et vendre plus de 2 800 passeports, générant plus de 520 000 \$ de revenus.

PARTENARIATS

Des ententes avec plusieurs partenaires ont également permis de poursuivre des efforts de promotion à travers d'autres canaux et auprès de différentes cibles :

- Participation aux plans partenaires de l'**Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ)**;
- Reconduite de l'entente avec Tourisme Montréal pour la commercialisation du **Passeport MTL + Montérégie** ;
- Commandites et soutiens de **plusieurs événements** en Montérégie ;
- Réalisation d'un protocole d'entente avec **La Montérégie, Le Garde-Manger du Québec** pour une promotion conjointe de certaines actions visant à promouvoir l'offre agrotouristique dans la région.



+ MONTÉRÉGIE
**1 passeport,
2 régions**

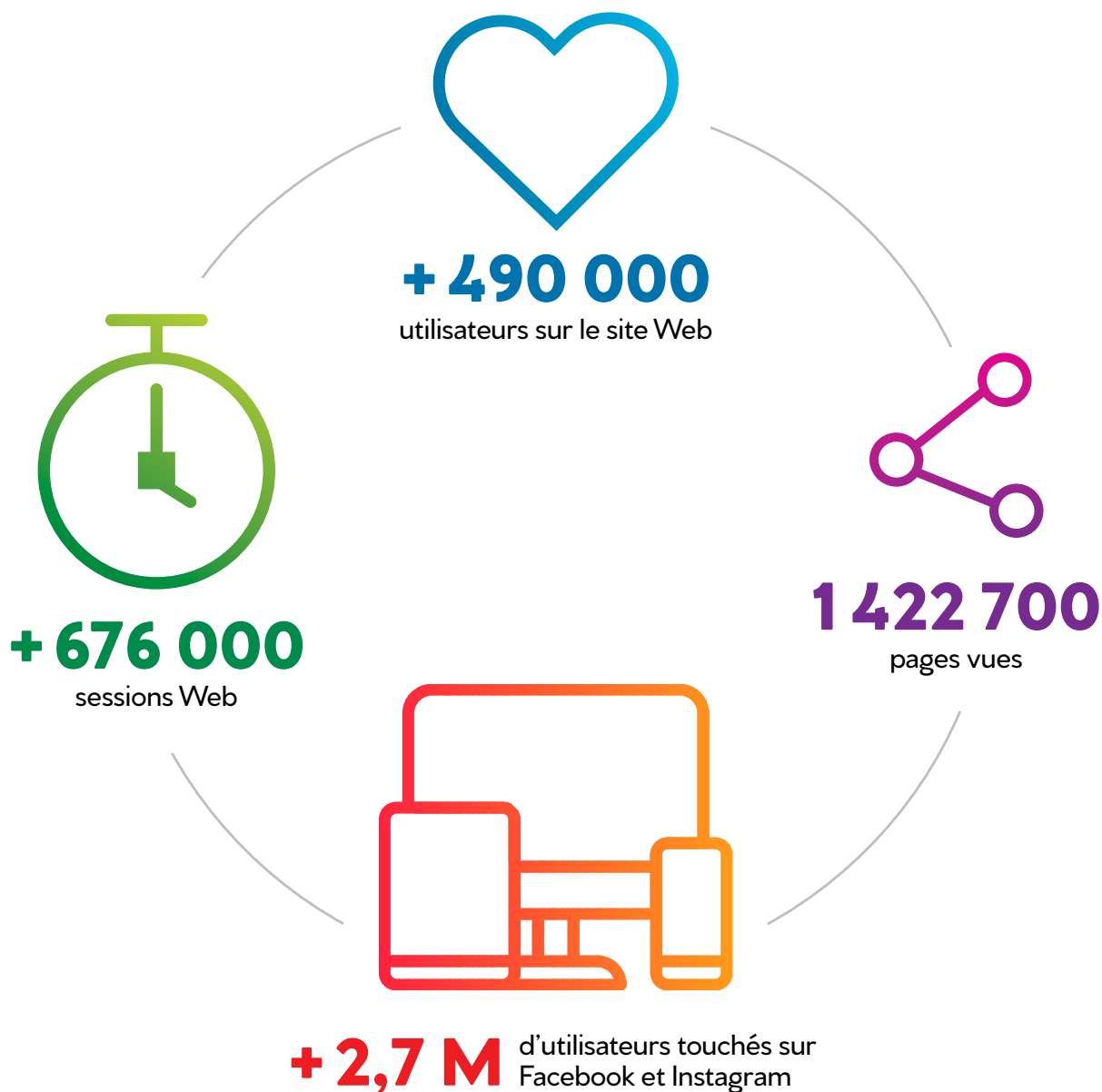
En partenariat avec
**TOURISME
MONTÉRÉGIE**

une initiative de
**TOURISME /
MONTREAL**

RELATIONS MÉDIAS

Tourisme Montérégie a maintenu des relations soutenues avec **une dizaine de médias nationaux et canadiens** afin de promouvoir la région à travers ses différentes expériences phares, soit l'agrotourisme, la culture et le patrimoine, le plein air ou le cyclotourisme. Suite à cela, de nombreux contenus ont été créés et les médias ont acquis une meilleure connaissance de la région.

RÉSULTATS DE LA CAMPAGNE



COLLECTIF QUÉBEC DU SUD

Le Collectif Québec du Sud est un **regroupement des régions touristiques des Cantons-de-l'Est, du Centre-du-Québec et de la Montérégie** qui est destiné à la promotion touristique sur les marchés internationaux, selon les priorités identifiées par l'AITQ, mais aussi par les délégués régionaux des trois Associations Touristiques Régionales.

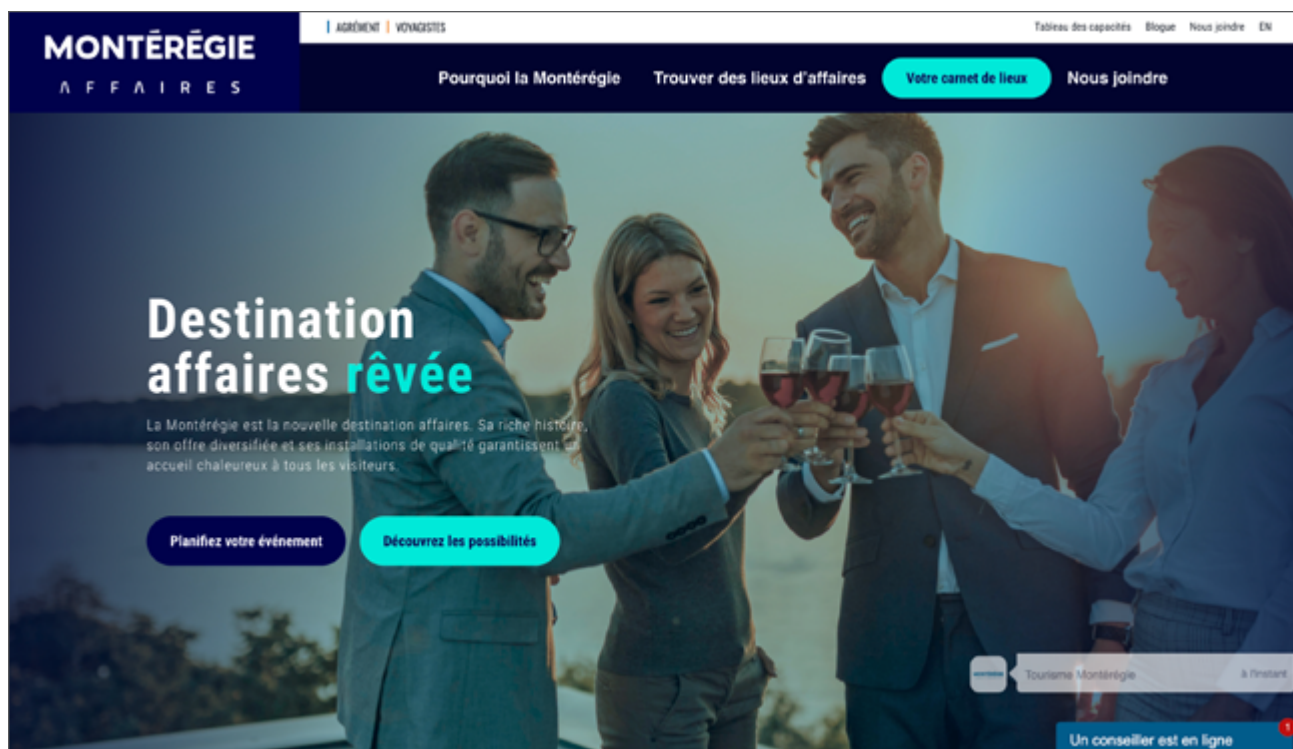


Pendant la saison estivale, Tourisme Montérégie a pris part à des actions de commercialisation au sein du collectif Québec du Sud, en collaborant avec les voyageurs.

- Organisation de **4 tournées de familiarisation** qui ont accueilli **plus de 24 agences**;
- Participation à **plus de 15 tournées de médias** nationaux et internationaux.

CAMPAGNE DE PROMOTION EN TOURISME D'AFFAIRES

Tourisme Montérégie a également poursuivi ses actions auprès du marché d'affaires. Afin de mieux répondre aux besoins de la clientèle et d'arrimer le site Web à la campagne « **Destination affaires rêvée** », la section affaires du site Web a connu un vent de renouveau.



En plus d'un visuel et d'une navigation bonifiés, de nouvelles fonctionnalités ont été développées afin d'aider les planificateurs de réunions, d'événements et de congrès dans leurs recherches de lieux. Cette nouvelle section a été mise en ligne au courant de l'été afin d'être fin prête pour la relance des offensives promotionnelles en tourisme d'affaires dès le début septembre.

Pendant la période estivale, 27 305 utilisateurs ont consulté la section affaires du site Web.

**Maison du tourisme
de la Montérégie**

8940, boul. Leduc, bureau 10,
Brossard (Québec) J4Y 0G4

Téléphone: 450 466-4666
Sans frais: 1 866 469-0069
www.monteregie.ca

TOURISME
MONTÉRÉGIE

Mise à jour : septembre 2023