



DEM

Développement  
Économique  
Matanie

# Rapport de saison 2022

## Bureau d'accueil touristique de La Matanie



Crédit photo : Johany Sergerie

## TABLE DES MATIERES

<b>Soixante ans à inspirer les voyageurs.....</b>	<b>3</b>
<b>Faits saillants .....</b>	<b>4</b>
Formation et qualification .....	4
Nouveautés .....	4
Promotion touristique.....	4
Résultats de la saison 2022 au bureau d'accueil touristique de La Matanie.....	5
<b>L'accueil touristique .....</b>	<b>6</b>
Objectifs et mission.....	6
Réseau d'accueil gaspésien.....	7
Description des tâches du personnel.....	7
<b>Statistiques de la saison au bureau d'accueil touristique .....</b>	<b>8</b>
Portrait des marchés.....	8
Évolution de l'achalandage du bureau d'accueil .....	10
<b>Nouveau service d'accueil et d'information touristique.....</b>	<b>12</b>
<b>Promotion numérique.....</b>	<b>14</b>
Site Web <a href="http://www.tourismematane.com">www.tourismematane.com</a> .....	14
Campagne MatanieXP.....	15
<b>Conclusion .....</b>	<b>17</b>
<b>Annexe 1 .....</b>	<b>18</b>
Résultats des sondages réalisés.....	18
<b>Tableaux</b>	
Tableau 1 - Sommaire et comparatif.....	8
Tableau 2 - Synthèse des données statistiques 2022.....	9
Tableau 3 - Provenance des visiteurs québécois.....	9
Tableau 4 - Sommaire et comparatif.....	11
<b>Figures</b>	
Figure 1 - Provenance de l'ensemble des touristes en 2022.....	8
Figure 2 - Évolution de l'achalandage de 2002 à 2022.....	10
Figure 3 - Provenance des visiteurs de l'accueil du TNO.....	13
Figure 4 - Provenance des visiteurs québécois de l'accueil du TNO.....	13
Figure 5 - Courbe de l'achalandage d'utilisateurs sur le site web <a href="http://www.tourismematane.com">www.tourismematane.com</a> .....	14

## SOIXANTE ANS À INSPIRER LES VOYAGEURS

Notre bureau d'accueil touristique situé dans le phare de Matane depuis maintenant 60 ans, a reçu un total de 13 040 visiteurs entre le 6 juin et le 30 septembre 2022, ce qui démontre une légère baisse générale d'achalandage de 15 % par rapport à 2021. Toutefois, ce nombre est supérieur à 2019 et 2020. Cette baisse se fait surtout ressentir au mois de septembre, mois qui a été particulièrement froid. Bien que nous ayons recommencé à voir un peu plus d'Européens, ceux-ci ne sont pas encore revenus en aussi grand nombre qu'avant la pandémie. Il s'agit d'une forte proportion de la clientèle touristique automnale.

Notre équipe d'agents à l'accueil a constaté une diminution des demandes d'aide à la réservation d'hébergement de dernière minute. Les voyageurs semblent mieux se préparer avant de quitter leur résidence personnelle. Selon les hôteliers de notre région, certains réservent des mois à l'avance, alors que d'autres juste avant de partir. On suppose que les communications dans les médias ainsi que les expériences antérieures des consommateurs les ont conscientisés à effectuer leurs recherches et à réserver avant leur départ.

L'année 2022 est marquée par l'ouverture de plusieurs entreprises touristiques en Matanie. Quelques cafés et restaurants ont ouvert à Matane ainsi que dans les municipalités avoisinantes. De nouvelles expériences d'hébergement touristique témoignent aussi de la relance économique dans notre région. L'allègement des mesures sanitaires a permis le retour de plusieurs de nos festivals et événements dans leur formule originale, pour le plus grand plaisir de tous.

Selon les résultats du sondage effectué auprès des entreprises touristiques de notre région, on remarque une bonne performance de la destination, malgré une légère baisse d'achalandage. La saison 2021 avait mis la barre haute pour cet été, avec des résultats assez exceptionnels.

Nous avons été heureux de souligner le 13 juillet dernier le 60<sup>e</sup> anniversaire d'ouverture du bureau d'accueil touristique de Matane dans le cadre de la Journée québécoise des phares. En collaboration avec la Société d'histoire et de généalogie de Matane et la corporation Lire la mer, différentes activités et animations ont été tenues sur le site. Visites de phare gratuites, dégustation de poissons et de fruits de mer, artisans et artistes en action, ainsi que Pincette, mascotte légendaire de notre ancien festival de la crevette de Matane, étaient au rendez-vous. Sans oublier un parcours historique guidé dans la ville de Matane. En tout, nous estimons que plus de 350 visiteurs, autant locaux que touristes, sont venus célébrer cette journée importante, faisant de cette dernière la plus achalandée de la saison.

La lecture de ce document vous permettra d'en apprendre davantage sur les statistiques de fréquentation du bureau d'accueil touristique de La Matanie pour la saison estivale 2022.

Bonne lecture!



*Marianne Lucas*

Marianne Lucas  
Coordonnatrice du bureau d'accueil touristique de La Matanie  
Développement économique Matanie

*Suzy F. Bergeron*

Suzy F. Bergeron  
Technicienne en récréotourisme  
Développement économique Matanie

## FAITS SAILLANTS

### FORMATION ET QUALIFICATION

- Formations en ligne de **Client Plus** et **Service Complice** offertes par le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT);
- Formation à distance **Connaissance du milieu** offerte par Tourisme Gaspésie;
- Participation d'une dizaine d'intervenants du milieu à la **tournée des attraits** touristiques de La Matanie;
- Découverte des nouveautés estivales lors du **lancement de la saison touristique 2022** au Barachois.

### NOUVEAUTÉS

- Conception d'une **nouvelle page Web** pour le volet touristique sur le nouveau **site de MatanieXP** mettant de l'avant la signature de la nouvelle campagne *Ici, je m'accorde le temps. Tout le temps.*;
- **Refonte de la page d'accueil et rafraîchissement de l'identité visuelle du site Web de Tourisme Matane** afin d'être aux mêmes couleurs de MatanieXP;
- Refonte de la **présentation des expériences incontournables** à vivre en Matanie sur le site Web de Tourisme Matane selon les clientèles cibles de la campagne;
- En collaboration avec les partenaires du comité TNO (territoire non organisé) de Rivière-Bonjour et la MRC de La Matanie, **projet pilote d'un nouveau service d'accueil et d'information touristique en Matanie à l'entrée du TNO Rivière-Bonjour** afin de faire connaître le territoire, les points de vue et les activités offertes aux visiteurs/excursionnistes et citoyens locaux;
- Conception d'un nouvel outil de rétention des visiteurs sur le territoire de La Matanie, la carte touristique de La Matanie 2022;
- Création d'un nouveau poste de coordonnatrice (coordonnateur) du bureau d'accueil touristique de La Matanie pour un mandat de 6 mois par année;
- Participation à la **Journée québécoise des phares** le 13 juillet en collaboration avec la Corporation Lire la mer et soulèvement du **60<sup>e</sup> anniversaire d'ouverture du bureau d'accueil touristique de La Matanie** avec une programmation d'activités diverses offertes à tous;
- Participation aux **Journées de la culture** en collaboration avec la Corporation Lire la mer.

### PROMOTION TOURISTIQUE

- Diffusion de la **campagne numérique du volet Tourisme sous la marque territoriale MatanieXP**, du 25 avril au 22 mai et du 20 juin au 4 juillet, ayant atteint **2 997 508 impressions**;
- Article sur **Narcity**, 7 incontournables en Matanie à ajouter à ta « bucket list » pour rendre ton été magique, 780 415 impressions;
- Collaboration avec le Riôtel Matane pour l'accueil du tournage de **la Grande Tournée Moto 2022**;
- Accueil d'un **séjour de presse** avec deux blogueurs italiens, Silvia Maggioni et Alessandro Coda de Lost in food & Travel;
- Article dans le magazine **Espaces d'automne**, 85 000 exemplaires distribués partout au Québec et le site Web espaces.ca, 330 000 lecteurs en tout;
- Placement publicitaire dans le **magazine Gaspésie Gourmande 2022** distribué à 36 000 copies;
- Partenariat à la **production d'un long métrage** de Tommy Ferlatte sur la Gaspésie pour diffusion en avril 2023;
- Participation au **Mois du tourisme gaspésien** – Campagne de valorisation des initiatives citoyennes qui viennent bonifier l'offre touristique afin de souligner l'impact structurant de cette industrie sur l'économie de la région;

- Production d’une nouvelle carte touristique de La Matanie (bilingue) distribuée à **15 000 copies**;
- **Près de 142 commandes de cartes touristiques** bilingues envoyées par courrier;
- **Modification du nom et de la vocation unique de la page Facebook** de Tourisme Matane pour devenir MatanieXP (volets Attractivité territoriale, Tourisme et Citoyens tous sous une même identité rassembleuse) et augmentation de plus de 700 abonnés (total de **4 491 abonnés**);
- Compte Instagram – MatanieXP : Augmentation de près de 400 abonnés (total de **1 453 abonnés**);
- Nouveaux comptes sur LinkedIn, Twitter et TikTok au nom de MatanieXP et ainsi une présence sur tous les principaux médias sociaux pour le déploiement de nos campagnes numériques;
- Chaîne YouTube – MatanieXP (**31 559 vues**); Le contenu de la chaîne Tourisme Matane migrera bientôt sur la chaîne de MatanieXP;
- Vente de publicités pour les activités de promotion.

---

## RÉSULTATS DE LA SAISON 2022 AU BUREAU D’ACCUEIL TOURISTIQUE DE LA MATANIE

- **13 040 visiteurs** ayant reçu nos services au bureau d’accueil touristique (BAT) du 6 juin au 30 septembre 2022, soit directement au comptoir, par téléphone ou par courriel;
- Diminution de l’achalandage de **15 %** par rapport à 2021;
- **209 personnes** accueillies en moyenne par jour pour les semaines de la construction, entre le 23 juillet et le 7 août. Entre le 8 et le 21 août, en moyenne **182 personnes** accueillies par jour;
- La principale clientèle sont **les Québécois représentant 83 % de nos visiteurs**, provenant de la **Montérégie**, de la grande région de **Montréal**, et de la région de **Québec**, des **Laurentides** et des **Cantons-de-l’Est**;
- Estimation de plus de **5 615 actes de renseignements** effectués au BAT et à l’entrée du TNO générant des **dépenses touristiques supplémentaires de 1 145 460 \$** dans La Matanie.



Crédit photo : Robert Mercier

## L'ACCUEIL TOURISTIQUE

### OBJECTIFS ET MISSION

Situé dans l'ancienne maison du gardien du phare de Matane, le bureau d'accueil touristique (BAT) de La Matanie est géré par l'organisme sans but lucratif Développement économique Matanie. Les visiteurs du BAT apprécient la valeur patrimoniale du bâtiment, l'aménagement des lieux, la vente des produits d'artistes et artisans locaux, la qualité de l'accueil, les informations données et les services offerts par l'équipe en place.

La mission du BAT consiste à accueillir, diriger et renseigner les visiteurs sur les produits et services touristiques de La Matanie et de la région touristique de la Gaspésie, dans un esprit de générosité et d'objectivité.

Nos objectifs :

- Permettre aux visiteurs d'en savoir davantage sur La Matanie et la région touristique de la Gaspésie afin de faciliter leur séjour et de les inciter à le prolonger;
- Promouvoir La Matanie à l'aide d'outils touristiques à jour;
- Permettre aux intervenants membres de Tourisme Gaspésie, secteur de la Côte (Mitis, Matane), de la Haute-Gaspésie et de la Vallée de La Matapédia de faire connaître leurs produits et services;
- Favoriser la rétention des touristes dans La Matanie en leur proposant des activités de tous genres;
- Faciliter le séjour du touriste avec la possibilité d'acheter la carte routière du Québec et des cartes topographiques et outils pour les randonneurs du Sentier international des Appalaches (SIA), etc.



### PÉRIODE ET HEURES D'OUVERTURE SAISON 2022

Du lundi 6 juin au dimanche 19 juin, de 9 h à 18 h

Du lundi 20 juin au samedi 13 août, de 8 h à 19 h

Du dimanche 14 août au dimanche 21 août, de 9 h à 17 h

Du lundi 22 août au vendredi 30 septembre, de 9 h à 16 h

**Nombre de jours d'ouverture : 110 jours**

**Nombre d'heures d'ouverture : 1 030 heures**

### SERVICES OFFERTS SUR PLACE

- Aide à la planification de séjour;
- Documentation sur les fournisseurs de produits et services touristiques de la Gaspésie;
- Utilisation gratuite du service Internet;
- Réception et suivi des commentaires ou plaintes des voyageurs s'il y a lieu;
- Disponibilité des établissements d'hébergement de La Matanie et possibilité d'aide à la réservation;
- Menus des restaurants de la région en consultation;
- Visites guidées du phare-musée maritime de Matane;
- Siège social du Sentier international des Appalaches – Québec;
- Boutique Am'art - Regroupement des artistes et artisans de la région de Matane;
- Parc extérieur avec tables à pique-nique, bacs pour les déchets et belle vue sur le Saint-Laurent;
- Toilette publique accessible.

---

## RÉSEAU D'ACCUEIL GASPÉSIEN

En étant membre du réseau d'accueil gaspésien, les gestionnaires et le personnel des lieux d'accueil de la Gaspésie promettent :

- D'accueillir la clientèle avec enthousiasme et courtoisie;
- D'être en contact avec du personnel compétent qui se comporte de façon professionnelle;
- D'être à l'écoute des besoins de la clientèle afin d'offrir de l'information personnalisée adaptée (français et anglais);
- De transmettre de l'information précise, récente, complète et objective;
- De maintenir un environnement accessible, propre, bien rangé et sécuritaire;
- D'assurer la continuité du service en référant efficacement vers le prochain lieu d'accueil.

---

## DESCRIPTION DES TÂCHES DU PERSONNEL

Supervisés par la coordonnatrice du bureau d'accueil touristique, les agents d'accueil touristique assument les principales tâches suivantes :

- Déterminer l'information susceptible d'être demandée (informations routières, taux de change, informations sur la communauté, etc.) et s'assurer de posséder la documentation nécessaire;
- Se tenir informés des principales activités et attractions du territoire desservi par le bureau d'accueil touristique de la région de La Matanie ainsi que de la Gaspésie;
- Répondre aux questions des visiteurs (directement au comptoir, par téléphone, par courriel, par clavardage en direct, via les réseaux sociaux ou par la poste) et leur fournir l'information et la documentation nécessaires sur les produits touristiques locaux, services, commodités, activités disponibles, etc.;
- Aider les visiteurs à planifier leur voyage et encourager la prolongation des séjours;
- Tenir le matériel d'information à jour et maintenir les inventaires de la documentation;
- Compiler les statistiques relatives au nombre et à la nature des demandes;
- Tenir un registre des divers renseignements, plaintes ou demandes de la clientèle;
- Percevoir le paiement des visiteurs pour l'achat de certains articles promotionnels ou d'information en vente au bureau d'accueil touristique de la région de Matane;
- Veiller à la propreté générale des lieux (installations intérieures et extérieures);
- Présenter l'exposition du musée maritime et offrir des visites guidées pour se rendre au sommet du phare.

Nous partageons toujours les locaux du phare de Matane et la main-d'œuvre avec différents organismes de La Matanie : la Corporation Lire la mer, le Regroupement des artistes et artisans de La Matanie (Am'art) et le Sentier international des Appalaches – Québec (SIA-QC). Les agents d'accueil sont, en plus d'informer les touristes, responsables de la vente de produits d'artisanat via la boutique et des visites d'interprétation de la tour du phare.

La pénurie de main-d'œuvre est toujours une réalité à laquelle l'industrie touristique doit faire face. Malgré l'entrée tardive de réponses à l'offre d'emploi, nous avons pu compléter notre équipe au phare pour la saison 2022. En plus, d'un retour en force de trois employés antérieurs, 2 nouvelles employées sont entrées en poste. Merci à Flavie Durette (4<sup>e</sup> saison), Maud Gagné (2<sup>e</sup> saison), Tiffany Nguyen (2<sup>e</sup> saison), Mariane Gagné et Noémi Carpinteri pour avoir été présentes tout l'été avec énergie et dynamisme, pour offrir un service accueillant et personnalisé aux visiteurs.

## STATISTIQUES DE LA SAISON AU BUREAU D'ACCUEIL TOURISTIQUE

### PORTRAIT DES MARCHÉS

Bien que la proportion de visiteurs québécois demeure plus élevée qu'avant la pandémie, nous avons observé à l'été 2022 un retour progressif des marchés hors-Québec, dès l'ouverture du bureau d'accueil en juin. On note une forte présence européenne, principalement française. Nous avons aussi remarqué une présence plus accrue de visiteurs provenant des États-Unis. Les proportions ne sont pas encore tout à fait revenues aux chiffres pré-pandémiques, mais on s'attend à ce que les chiffres de 2023 reviennent à la normale. On remarque également une légère augmentation des touristes en provenance des autres provinces canadiennes. En somme, l'ouverture des frontières ainsi que l'allègement des restrictions de voyage lié à la COVID-19 avant le début de la saison estivale ont probablement aidé à cette augmentation de voyageurs hors-Québec.

Figure 1 - Provenance de l'ensemble des touristes en 2022

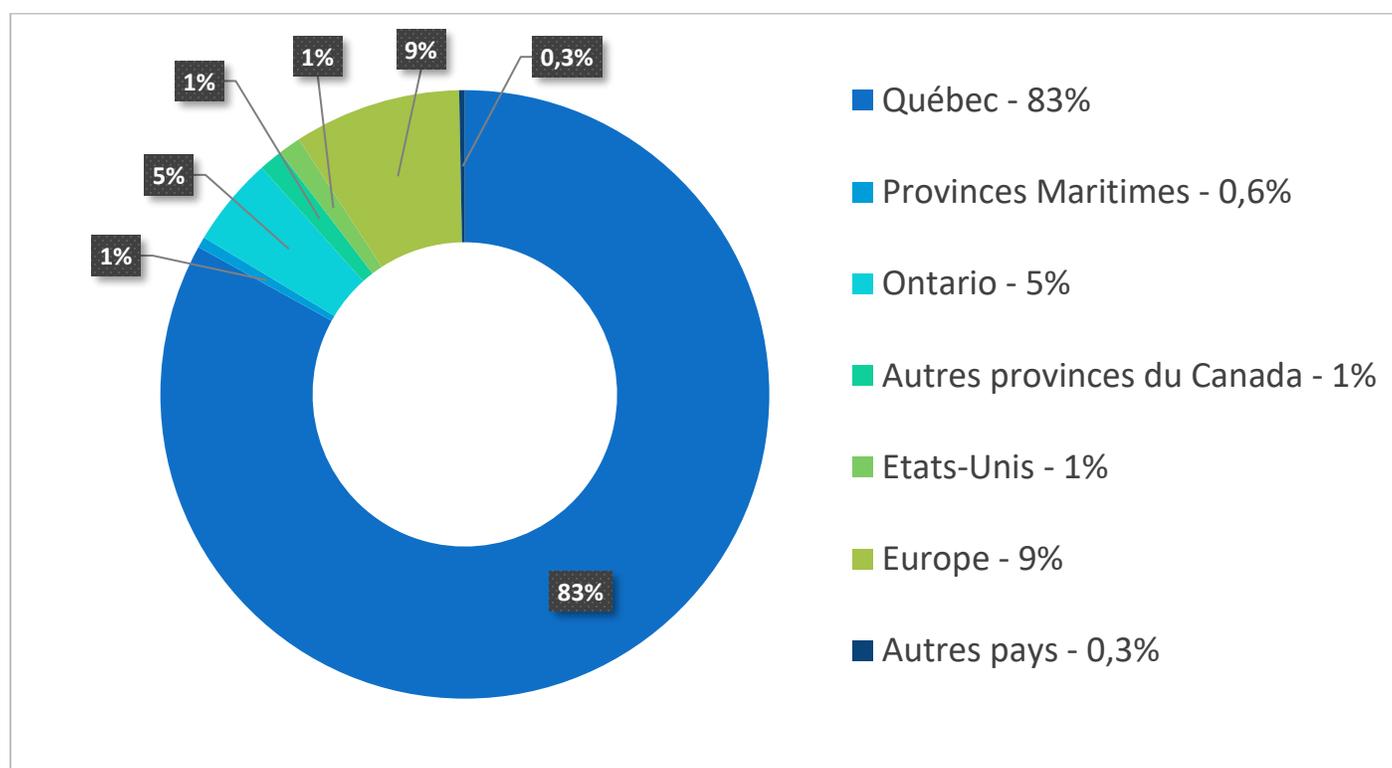


Tableau 1 - Sommaire et comparatif

Provenance – B.A.T. de La Matanie	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Total Canada incluant le Québec</b>	81 %	86 %	84 %	85 %	83 %	99,9 %	99 %	90 %
<b>Québec</b>	72 %	78 %	72 %	70 %	77 %	97 %	95 %	83 %
<b>États-Unis</b>	3 %	2 %	2 %	3 %	2 %	0 %	0,1 %	1 %
<b>Europe</b>	15 %	12 %	12 %	12 %	15 %	0,1 %	0,6 %	9 %
<b>Autres</b>	1 %	1 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0,3 %

Voici le tableau récapitulatif de l'achalandage et de la provenance des visiteurs du bureau d'accueil touristique de La Matanie.

**Tableau 2 - Synthèse des données statistiques 2022**

Provenance		Juin	Juillet	Août	Sept.	Total
Canada	Québec	1 284	4 543	4 365	641	10 833
	Maritimes	13	27	19	17	76
	Ontario	72	264	232	52	620
	Canada (autres)	53	44	37	30	164
<b>Total du Canada</b>		<b>1 421</b>	<b>4 877</b>	<b>4 653</b>	<b>740</b>	<b>11 691</b>
	Etats-Unis	25	53	46	31	155
<b>Total des Etats-Unis</b>		<b>25</b>	<b>53</b>	<b>46</b>	<b>31</b>	<b>155</b>
	Mexique	0	0	0	0	0
	Amérique centrale	0	0	0	0	0
	Amérique du sud	0	0	0	0	0
<b>Total Autres Amériques</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Europe	France	107	195	366	175	843
	Royaume-Uni	4	0	0	6	9
	Allemagne	8	49	31	27	114
	Italie	4	22	26	0	52
	Suisse	0	29	0	11	40
	Belgique	4	22	24	18	69
	Autre pays d'Europe	19	0	11	0	30
<b>Total Europe</b>		<b>145</b>	<b>317</b>	<b>458</b>	<b>238</b>	<b>1 158</b>
Autres	Japon	0	0	0	0	0
	Autres pays d'Asie	0	0	0	7	7
	Afrique	0	9	0	0	9
	Océanie	15	0	5	0	20
<b>Total Autres continents</b>		<b>15</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>36</b>
<b>GRAND TOTAL</b>		<b>1 606</b>	<b>5 256</b>	<b>5 162</b>	<b>1 016</b>	<b>13 040</b>

**Tableau 3 - Provenance des visiteurs québécois**

Provenance	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Abitibi-Témiscamingue	1,1 %	1,3 %	1,3 %	1,1 %	1,2 %	0,6 %	0,8 %	1 %
Bas-Saint-Laurent	2,9 %	2,7 %	2,0 %	3,2 %	1,8 %	1,7 %	1,3 %	1,8 %
<b>Cantons-de-l'Est</b>	<b>7,6 %</b>	<b>7,7 %</b>	<b>6,9 %</b>	<b>8,0 %</b>	<b>6,7 %</b>	<b>7,4 %</b>	<b>8,2 %</b>	<b>9 %</b>
Centre-du-Québec	5,1 %	5,2 %	4,8 %	4,1 %	3,7 %	4,5 %	4,4 %	5,1 %
Charlevoix	0,2 %	0,4 %	0,4 %	0,1 %	0,3 %	0,5 %	0,4 %	0,3 %
Chaudière-Appalaches	6,3 %	6,3 %	6,2 %	6,9 %	6,1 %	6,6 %	6,7 %	6,7 %
Duplessis	1,0 %	1,0 %	0,8 %	0,8 %	0,7 %	0,4 %	0,4 %	1 %
Gaspésie	7,5 %	5,9 %	6,3 %	5,7 %	7,3 %	3,1 %	4,6 %	8,1 %
Îles-de-la-Madeleine	0,0 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %	0,3 %	0,1 %	0,1 %	0,1 %
Lanaudière	6,4 %	6,8 %	6,7 %	5,9 %	6,9 %	6,8 %	7 %	5,6 %
<b>Laurentides</b>	<b>7,2 %</b>	<b>7,0 %</b>	<b>7,0 %</b>	<b>7,8 %</b>	<b>8,5 %</b>	<b>7,5 %</b>	<b>9,1 %</b>	<b>9,1 %</b>
Laval	3,7 %	2,8 %	3,1 %	3,8 %	4 %	3,8 %	4,9 %	3,4 %
Manicouagan	0,9 %	0,8 %	0,6 %	0,8 %	2,4 %	0,6 %	0,3 %	0,7 %
Mauricie	4,0 %	3,5 %	4,2 %	4,5 %	5,4 %	3,7 %	4 %	3,7 %
<b>Montérégie</b>	<b>16,3 %</b>	<b>16,6 %</b>	<b>14,4 %</b>	<b>16,6 %</b>	<b>12,9 %</b>	<b>17 %</b>	<b>17,2 %</b>	<b>17,9 %</b>

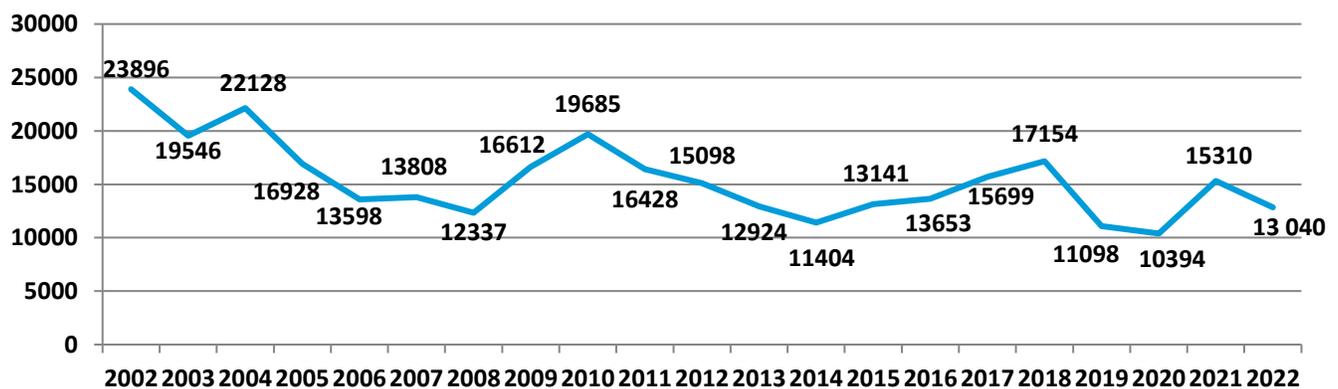
<b>Montréal</b>	<b>13,0 %</b>	<b>13,9 %</b>	<b>14,2 %</b>	<b>12,6 %</b>	<b>13,7 %</b>	<b>18,7 %</b>	<b>16,3 %</b>	<b>11,8 %</b>
Nord-du-Québec/Baie-James	0,2 %	0,2 %	0,2 %	0,3 %	0,8 %	0,2 %	0,6 %	0 %
Outaouais	3,0 %	3,4 %	2,8 %	2,3 %	3,1 %	3 %	2,5 %	2,8 %
<b>Québec</b>	<b>10,2 %</b>	<b>11,2 %</b>	<b>11,2 %</b>	<b>10,5 %</b>	<b>9,8 %</b>	<b>11,2 %</b>	<b>9,8 %</b>	<b>9,4 %</b>
Saguenay Lac Saint-Jean	3,2 %	2,0 %	3,0 %	3,4 %	2,6 %	2,3 %	1,8 %	2,4 %

Le bureau d'accueil touristique de La Matanie a connu une baisse d'achalandage de 15 % par rapport à 2021. Les semaines de la construction du 23 juillet au 7 août ont été les 2 semaines fortes de l'été avec une moyenne de 209 personnes accueillies au bureau par jour. La période de fort achalandage s'est échelonnée de la mi-juillet à la mi-août. Sachant que la saison estivale 2021 a été plutôt exceptionnelle au niveau de l'achalandage touristique en Gaspésie considérant le contexte pandémique, nous étions préparés à voir une baisse pour l'été 2022. Ajoutez à cela le contexte socioéconomique des Québécois à l'amorce de la période des vacances, soit l'ouverture des voyages internationaux, l'inflation et l'augmentation du prix de l'essence. Nous sommes tout de même satisfaits des résultats obtenus cette saison, bien que le nombre de visiteurs ait légèrement diminué. Le nombre de touristes reçus au bureau d'accueil touristique en 2022 reste tout de même plus élevé qu'à l'été 2019.

- En 2022, **13 040 visiteurs**;
- Estimation de plus de **5 128 actes** de renseignements effectués;
- La taille moyenne des groupes de visiteurs est de **2,54 personnes**;
- Québécois principalement en provenance de la **Montérégie**, de la grande région de **Montréal**, de la région de **Québec**, des **Laurentides** et des **Cantons-de-l'Est**.

## ÉVOLUTION DE L'ACHALANDAGE DU BUREAU D'ACCUEIL

Figure 2 - Évolution de l'achalandage de 2002 à 2022



Le tableau qui suit illustre la variation de l'achalandage au bureau d'accueil touristique en pourcentage entre 2021-2022.

**Tableau 4 – Sommaire et comparatif**

Achalandage BAT de La Matanie	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Variation 2021/2022
Juin	1 004	673	1 361	1 713	794	593	1 815	1 606	-12%
Juillet	4 741	5 490	6 467	6 777	3 952	4 058	6 039	5 256	-13 %
Août	5 714	6 104	6 430	6 772	4 714	4 276	5 973	5 162	-14 %
Septembre	1 682	1 386	1 441	1 892	1 401	1 407	1 446	1 016	-30 %
Octobre	N/A	N/A	N/A	N/A	237	54	37	N/A	N/A
<b>TOTAL :</b>	<b>13 141</b>	<b>13 653</b>	<b>15 699</b>	<b>17 154</b>	<b>11 098</b>	<b>10 388</b>	<b>15 310</b>	<b>13 040</b>	<b>-15 %</b>

Les touristes continuent de venir à notre bureau pour avoir une expérience de la région précise et adaptée à leurs besoins. Bien que la majorité de l'information se retrouve sur Internet, les gens se réfèrent encore aux lieux de renseignement touristique pour obtenir de la documentation et pour avoir des réponses à leurs questions.

La justesse des informations trouvées en ligne, comme les horaires des entreprises qui ne sont pas toujours mis à jour, souvent dû au manque de personnel, peut créer du désarroi chez les visiteurs. Ceux-ci se tournent alors vers les services de notre bureau d'accueil touristique afin d'être réorientés et obtenir les plus récentes informations. Avec notre équipe formée et outillée pour trouver les renseignements demandés, on permet aux visiteurs de découvrir les particularités de la région et même de leur faire connaître des activités ou restaurants auxquels ils n'auraient pas pensé. À plusieurs reprises cet été, l'utilité du BAT nous a été démontrée avec le résultat positif du taux de satisfaction des voyageurs lors de leur passage dans notre région.

Il n'en demeure pas moins que l'on doit aussi multiplier les efforts pour se démarquer sur les réseaux sociaux avec des campagnes marketing pour faire connaître davantage notre territoire. Les visiteurs connaissent peu les atouts de La Matanie sur le plan touristique et sont souvent surpris d'apprendre sur place toutes les activités offertes. Nous nous devons aussi d'avoir un site Web maintenu constamment à jour et facile d'utilisation pour tous les visiteurs de passage dans notre région qui ne se rendent pas au BAT de La Matanie, préférant utiliser leur téléphone intelligent pour savoir ce qu'il y a à faire dans les environs. Il faut donc savoir saisir les opportunités pour leur donner envie de rester une nuitée supplémentaire en Matanie.

Selon une enquête réalisée par Tourisme Québec en 2010 sur le profil et le comportement de la clientèle des lieux d'accueil au Québec, **les résultats révèlent qu'un acte de renseignement auprès de visiteurs engendre des dépenses touristiques supplémentaires de 204 \$**. Selon cette donnée, le bureau d'accueil touristique aurait donc généré des dépenses supplémentaires de **1 046 112 \$** dans La Matanie en 2022. Nous devons cependant tenir compte que cette enquête date d'il y a maintenant 12 ans. Considérant le taux d'inflation qui a fortement augmenté depuis ce temps, nous pouvons facilement déduire que les retombées d'un acte d'information génèrent davantage de dépenses supplémentaires en Matanie que ce qui est soulevé ici.



Crédit photo : Robert Mercier

## NOUVEAU SERVICE D'ACCUEIL ET D'INFORMATION TOURISTIQUE

En collaboration avec les partenaires du comité TNO (territoire non organisé) de Rivière-Bonjour et la MRC de La Matanie, Développement économique Matanie (DEM) a offert un nouveau service d'accueil et d'information touristique pour la saison estivale 2022.

Porte d'entrée du territoire non organisé de Rivière-Bonjour, l'accueil John, situé à l'entrée de la Réserve faunique de Matane, a été l'endroit visé pour accueillir, informer et conseiller les visiteurs sur les activités à faire dans le secteur et pour encourager la prolongation des séjours et visites en Matanie.

Le projet pilote a permis de documenter le nombre et la nature des actes de renseignements réalisés en cours d'été. L'objectif était de répondre à un besoin identifié dû à la forte croissance des randonneurs d'un jour et visiteurs fréquentant l'accueil John de la Réserve faunique de Matane. Les touristes veulent connaître le territoire, les points de vue et les activités offertes.

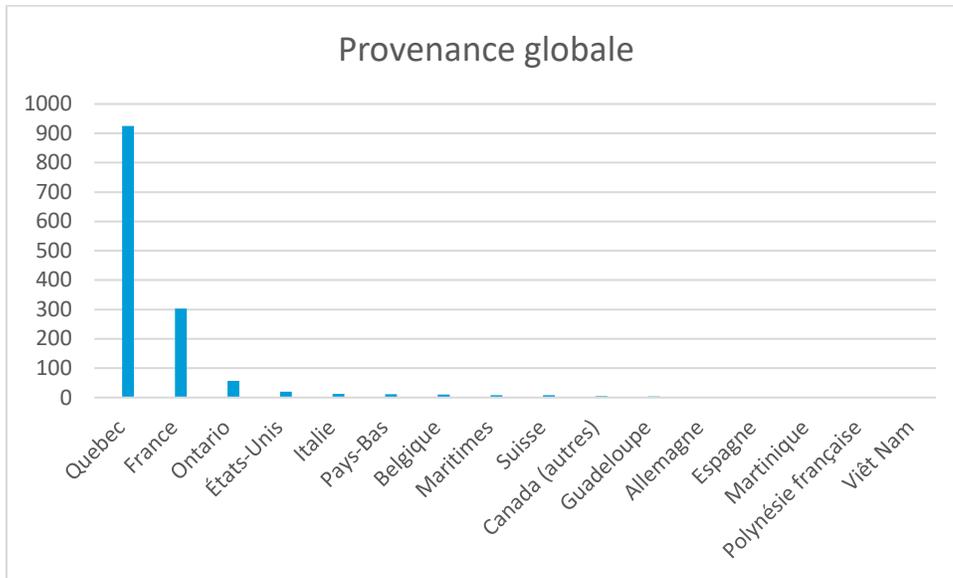
L'agente d'accueil touristique, Brigitte Thibault, a accueilli **1 373 visiteurs** au cours de la période du 25 juillet au 16 septembre, soit pendant 8 semaines d'opération. Le retour de la clientèle française souhaitant découvrir nos parcs et réserves fauniques représente **22 %** des visiteurs accueillis. La randonnée pédestre et l'observation faunique sont des activités très prisées par les Européens. Les statistiques de fréquentation du territoire nous permettent de dresser un bilan positif du projet pilote. L'engagement et l'implication de l'agente d'accueil touristique ont grandement contribué au succès de ce nouveau service offert. Plusieurs observations et recommandations quant à l'amélioration du produit de courte randonnée vont nous permettre de mieux répondre aux attentes et besoins de la clientèle, de favoriser la rétention des visiteurs sur le territoire et d'assurer une cohabitation harmonieuse entre randonneurs et chasseurs au cours de l'automne.

Cette nouvelle ressource basée à l'entrée du territoire du TNO, a également offert un support terrain aux agents présents au bureau d'accueil touristique de La Matanie.

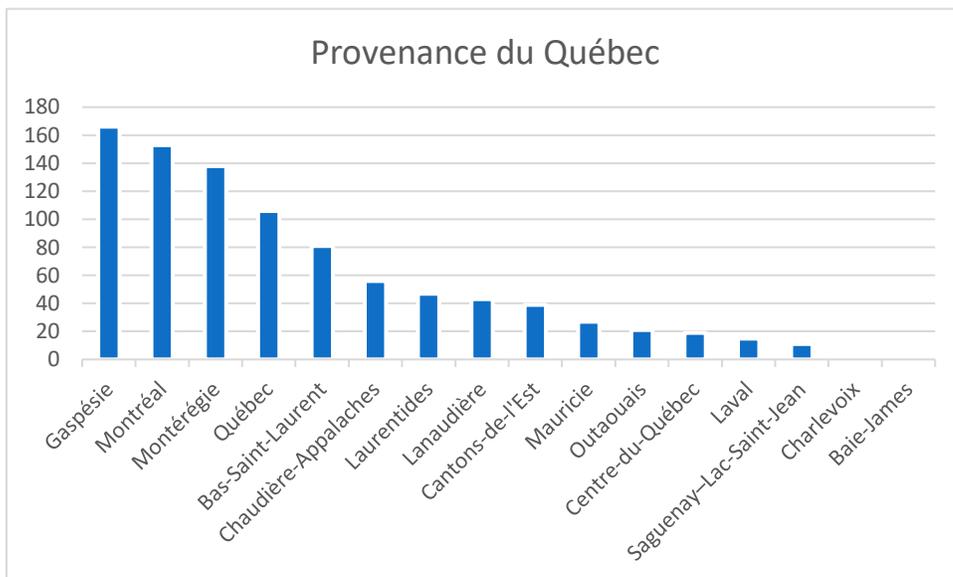
### Kiosque extérieur d'accueil et d'information touristique



**Figure 4 – Provenance des visiteurs de l'accueil du TNO**



**Figure 5 – Provenance des visiteurs québécois de l'accueil du TNO**



- Du 25 juillet au 16 septembre, **1 373 visiteurs**;
- Estimation de plus de **487 actes** de renseignements effectués;
- La taille moyenne des groupes de visiteurs est de **2,82 personnes**;
- Estimation de **99 348 \$** de dépenses touristiques supplémentaires dans La Matanie.

### SITE WEB WWW.TOURISMEMATANE.COM

Outil de prédilection pour la planification de voyage et la recherche d'information, le site Web de Tourisme Matane est un véhicule de promotion touristique et récréotouristique incontournable de La Matanie.

Son référencement organique est excellent avec ses pages très fréquentées telles que Quoi faire?, Où dormir? et Où manger?. Près de 84 % des utilisateurs ayant visité notre site Web en 2022 l'ont trouvé via une recherche Google.

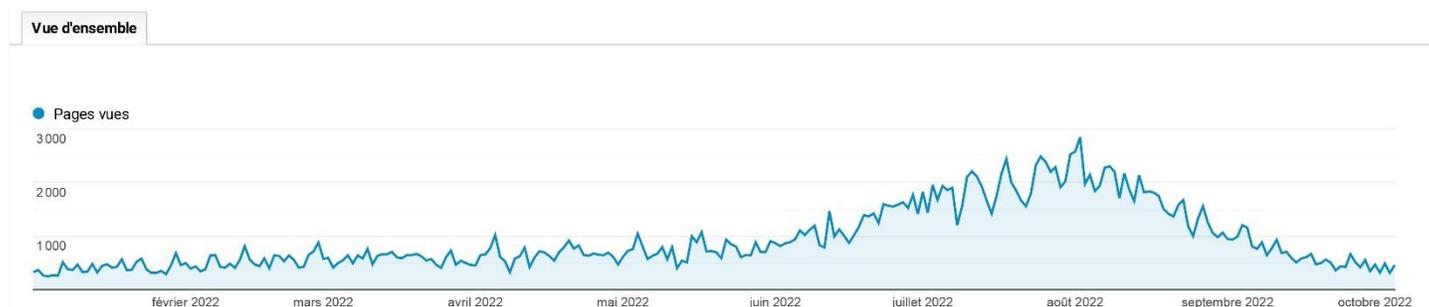


Au printemps 2022, nous avons réalisé une refonte complète du graphisme de la page d'accueil du site de Tourisme Matane ainsi que de l'identité visuelle de l'entièreté du site pour le mettre aux mêmes couleurs que celui de mataniexp.com. Le site Web de MatanieXP a lui aussi eu des changements au même moment avec l'arrivée d'une page de contenu touristique sur La Matanie. Cette nouvelle page permet à de prochains visiteurs de s'imprégner des éléments incontournables d'un voyage dans notre région et fait ensuite des ponts avec les contenus sur le site Web de Tourisme Matane. Le tout se fait de façon intuitive pour les utilisateurs sans nécessairement remarquer le changement de site Web.

En 2020 et 2021, nous avons observé une forte augmentation des visites sur notre site Web (2020 : ↑59 % | 2021 : ↑21 %). Cette année, en corrélation avec la baisse d'achalandage de notre bureau d'accueil touristique, nous observons une légère baisse de 12 % au niveau de la fréquentation de notre site Web avec 89 004 sessions. Le nombre de sessions de 2022 demeure tout de même plus élevé qu'en 2020 et 2019. Voici quelques données intéressantes de la fréquentation de notre site Web entre le 1<sup>er</sup> janvier et le 5 octobre 2022 pour compléter :

- 260 020 pages vues;
- 67 859 utilisateurs;
- 66 847 nouveaux utilisateurs;
- 2,92 pages vues par session en moyenne;
- 2,08 minutes par session en moyenne;
- Taux de rebond de 62 % et taux de sorties de 34 %.

Figure 3 - Courbe de l'achalandage d'utilisateurs sur le site Web www.tourismematane.com de 2022



### Provenance des utilisateurs :

1. Montréal – 24 %
2. Matane – 16 %
3. Québec – 4 %
4. Rimouski – 3 %
5. Inconnu – 2 %

### Systèmes d'exploitation utilisés :

1. IOS – 51 %
2. Android – 28 %
3. Windows – 19 %

### Pages les plus consultées :

1. Quoi faire? Attraites et activités
2. Page d'accueil
3. Où dormir? Hébergement
4. Hôtellerie
5. Les fous du plein air terre mer  
(nouvelle page dans la section Quoi faire?)
6. Restaurants

### Acquisitions Web :

1. Recherche organique – 84 %
2. Direct – 10,5 %
3. Référence venant d'un autre site web – 2,9 %
4. Réseaux sociaux – 2 %

### Référencement - Visiteurs qui consultent notre site à partir de liens se trouvant sur d'autres sites web :

1. MatanieXP – 17,74 %
2. Tourisme Gaspésie – 13,10 %
3. Ville de Matane – 10,86 %
4. Société des traversiers du Québec – 7,67 %
5. Narcity – 7,22 %

### Référencement - Visiteurs qui consultent notre site à partir de liens se trouvant sur des réseaux sociaux :

1. Facebook – 91 %
2. TripAdvisor – 7 %
3. Instagram Stories – 0,3 %
4. LinkedIn – 0,3 %
5. Pinterest – 1 %

## CAMPAGNE MATANIEXP

En 2021, Développement économique Matanie a investi plus de 48 000 \$ dans le développement d'une stratégie de campagne promotionnelle et d'un plan de communication pour le tourisme d'agrément et d'affaires. Ces investissements ont également servi à la production, au tournage et au montage des différents clips vidéo, chacun dédié à une expérience dépaysante, génératrice d'émotions et de sensations à vivre sur le territoire.

Au printemps 2022, avec l'accompagnement de l'agence Hula Hoop, nous avons déployé la campagne promotionnelle « Ici, je m'accorde le temps. Tout le temps. » entre le 25 avril et le 22 mai et entre le 20 juin et le 4 juillet afin d'attirer des touristes et leur donner envie de visiter la région, et ce, sur les 4 saisons. Entièrement numérique, la campagne a eu pour stratégie l'utilisation des médias visuels afin de véhiculer toute l'émotion du message et a permis un bon « drive-to-web » afin d'informer la clientèle des différents sites et attraits de la région. Notre objectif était de réussir à se démarquer de l'offre touristique en créant de la fréquence et en utilisant des formats publicitaires d'impact. Voici ici les résultats détaillés de cette première campagne d'envergure :

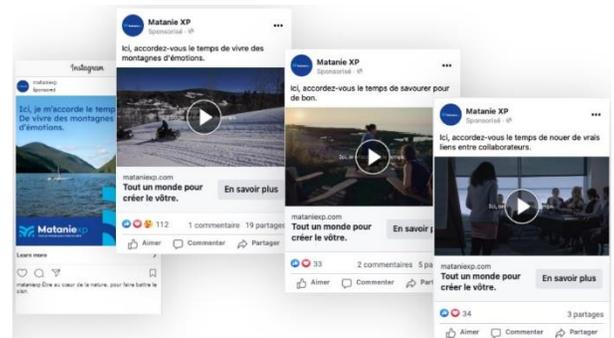


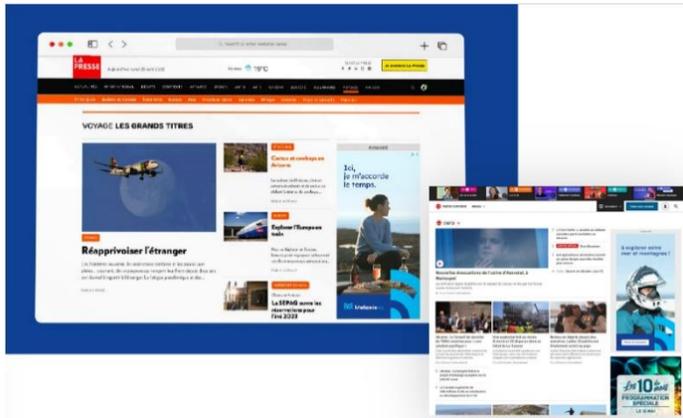
### Vidéos pré-roll

- 468 869 impressions
- 690 clics
- 66 % des gens exposés à la vidéo l'ont écoutée en entier sans passer outre (skipper) ou fermer le navigateur. La moyenne de taux de complétion est à 70 %. Nous sommes donc tout près de la moyenne.

### Réseaux sociaux (Facebook et Instagram)

- 806 557 impressions;
- 11 764 clics;
- Le taux de clics de Facebook/ Instagram est plus élevé que le benchmark\* (1,46 % vs. 0,50 %) \*Taux standard;
- La qualité des créatifs a permis d'atteindre plus de personnes ayant été favorisées par les algorithmes.



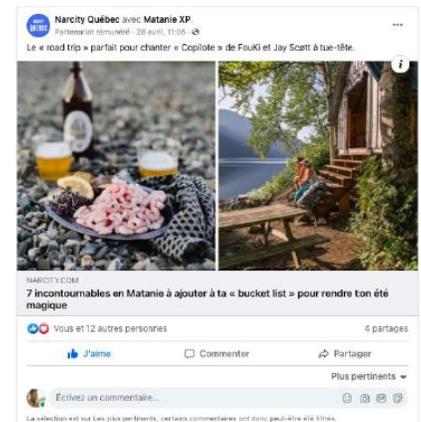
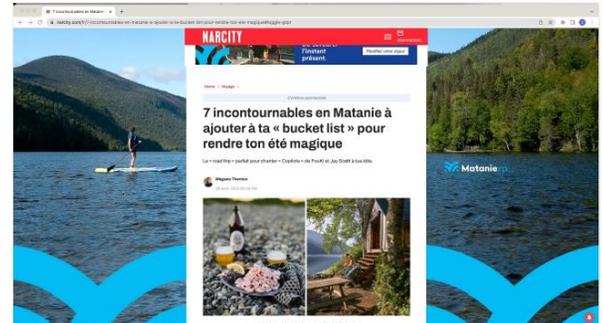


## Bannières programmatiques

- 893 877 impressions;
- 988 clics;
- Taux de visibilité de 63 %.

## Campagne sur Narcity

- Article :
  - 8 534 pages vues sur l'article de Narcity;
  - Temps de lecture moyen de 3 min 9 sec;
  - 746 clics sur l'article.
- Display :
  - 780 415 impressions;
  - 1729 clics.
- Facebook :
  - 24 081 impressions;
  - 593 clics.
- Instagram :
  - 5 245 impressions du post;
  - 9 930 impressions sur la story.



## Résultats globaux

- 2 997 508 impressions;
- 16 510 clics;
- 7 034 nouveaux visiteurs grâce aux placements;
- 9 000 visites sur le site Web de mataniexp.com dans la section Tourisme.

## Constats et recommandations de l'agence

Les placements sur les réseaux sociaux (Facebook / Instagram) ont été très performants. L'agence a pu livrer un plus grand nombre d'impressions que prévu. Également, la réponse de la cible a été excellente. Les taux de clics ont dépassé les moyennes, ce qui démontre également la qualité de la création ayant su attirer la cible vers le site Web. Il est recommandé de reconduire ces placements pour une campagne similaire.

L'article publié sur Narcity a permis de rejoindre une cible jeune, qui aime voyager. L'aspect touristique du contenu et les photos qui donnent envie de visiter La Matanie ont permis d'aller chercher un excellent temps de lecture moyen de plus de 3 minutes! Narcity est donc un partenaire à reconduire afin d'engager une cible plus jeune.

## CONCLUSION

En conclusion, il nous apparaît essentiel de souligner le travail remarquable de tous les propriétaires, gestionnaires et employés de première ligne qui contribuent au rayonnement et au dynamisme de la destination touristique de La Matanie. Le développement de notre industrie repose en grande partie sur notre capacité à livrer des prestations touristiques à la hauteur des besoins et attentes de la clientèle et de leur faire vivre une expérience unique et authentique. Dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre, il est plus que nécessaire d'utiliser toute sa créativité pour innover dans le recrutement et la rétention de nos travailleurs. Nous avons de nombreux défis à relever pour se démarquer de la concurrence, favoriser la prolongation des séjours en Matanie et valoriser la profession en tourisme.

Dans une perspective de développement concertée, nous vous invitons à mettre à votre agenda la date du **16 novembre** pour venir enrichir la réflexion stratégique de notre secteur d'activité. En vue de se doter d'un plan d'action commun, Développement économique Matanie (DEM) souhaite mobiliser l'industrie touristique de la région pour stimuler la concertation, l'engagement et favoriser les échanges entre les acteurs et les actrices du milieu. En adéquation avec les autres planifications stratégiques locales, régionales et nationales, la consultation permettra d'établir les fondements et objectifs communs du prochain plan d'action touristique 2023-2027.

En espérant compter sur vous en grand nombre!

À très bientôt,



Crédit photo : Aegir médias

## ANNEXE 1

### RÉSULTATS DES SONDAGES RÉALISÉS

Les sondages ont été réalisés entre le 6 juin et 30 septembre 2022 inclusivement. Un total de 128 personnes ont répondu aux différentes questions lors de leur passage au bureau d'accueil touristique de La Matanie.

#### Données démographiques :

<b>En couple</b>	<b>65</b>
En famille	51
Avec amis	18
Seul	4
En groupe	1

Moins de 24 ans	24
25-44 ans	29
<b>45-64 ans</b>	<b>48</b>
65 ans et plus	41

<b>Québec</b>	<b>101</b>
Europe	19
Canada	6
Autres	3

#### Précision des provenances :

<b>Montréal</b>	<b>19</b>
Montérégie	14
Laurentides	12
Cantons-de l'Est	8
Québec	7
Chaudière-Appalaches	6
Lanaudière	4
Mauricie	3
Abitibi-Témiscamingue	2
Bas-Saint-Laurent	2
Côte-Nord	2
Gaspésie	2
Centre-du-Québec	1
Laval	1
Outaouais	1
Saguenay-Lac-Saint-Jean	1

<b>Québec</b>	<b>6</b>
Ontario	3
Colombie-Britannique	2
Manitoba	1
Nouvelle-Écosse	1

<b>France</b>	<b>14</b>
Italie	2
Canada	7
États-Unis	2
Suisse	1
Congo	1

#### Questions posées :

Comptez-vous rester une nuitée dans la Matanie?

<b>Oui</b>	<b>103</b>
Non	25

### Qu'est-ce qui vous ferait rester 1 nuitée dans la région ou une nuitée de plus?

- Diversité et augmentation d'attraits et activités :
  - o Pêche en haute mer;
  - o Visite guidée;
  - o Cidrerie;
  - o Sentier pédestre;
  - o Observation d'originaux.
- Avoir plus de temps (pressé par le tour de la Gaspésie);
- Disponibilité et réservation d'hébergement :
  - o Avoir des sites Terego (stationnement pour VR chez des producteurs du terroir).
- Avoir une meilleure connaissance de La Matanie avant le voyage;
- Avoir une plus grande diversité en restauration.

### Quel mode d'hébergement privilégieriez-vous au cours de votre séjour dans La Matanie?

<b>Hôtel/Motel</b>	<b>66</b>
Camping/prêt à camper	32
Gîte	19
Chalet	16
Parents ou amis	16
Autres	3
- Airbnb	

### Comment avez-vous entendu parler de la région de La Matanie?

<b>Parents et amis</b>	<b>69</b>
Guide touristique de la Gaspésie	26
Internet	25
Carte touristique de La Matanie	11
Autres	20
- Seconde visite et plus	
- Originaire de la région	
- Études	
- Télévision	
- Radio	
- Voyage organisé	
- Le routard (guide français)	

### Qu'est-ce qui vous a motivé à effectuer ce voyage dans La Matanie?

<b>Paysage</b>	<b>70</b>
Mer et plage	56
Visite Parents et amis	36
Randonnée pédestre	30
Produits locaux	23
Lieux culturels	18
Jardins	17

Observation de l'original	10
Réserve faunique de Matane	10
Événements et spectacles	8
Golf	6
Pêche au saumon	5
Kayak/ Canoë	4
Autres :	20
- Tour de la Gaspésie	
- Crevettes	
- Vignoble Carpinteri	
- Cyclotourisme	
- Cours d'été/Études	
- Courses	
- Ornithologie	
- Microbrasserie La Fabrique	
- Passe aux saumons	
- Phare de Matane	
- Restaurants	

Quelle est votre appréciation générale de l'accueil et des informations reçues au bureau d'accueil touristique ?

<b>Très satisfait</b>	<b>104</b>
Satisfait	23
Peu satisfait	0
Insatisfait	0