



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2021

RÉSEAU DES LIEUX D'ACCUEIL TOURISTIQUE
MRC DE LA VALLÉE-DE-LA-GATINEAU

DÉCEMBRE 2021

Préparé par
Jamila Ketwan

MRC
VALLÉE-DE-LA-GATINEAU

DÉVELOPPER SERVIR REPRÉSENTER

La situation actuelle

Ce rapport présente un sommaire des activités touristiques 2021.

La MRC Vallée-de-la-Gatineau, soutenue par ses 17 municipalités, a mis en place plusieurs initiatives afin de promouvoir le secteur touristique de la région. Cette année, les visiteurs ainsi que les habitants ont pu bénéficier d'un nouveau kiosque touristique à Gracefield. Ce kiosque est situé devant le siège social de la MRCVG sur la rue Saint-Joseph et devient maintenant le quatrième lieu d'accueil et de renseignements touristiques dans la région. L'immeuble permet de dispenser un service gratuit de renseignements aux visiteurs afin qu'ils profitent d'un endroit pour se ressourcer et s'informer.



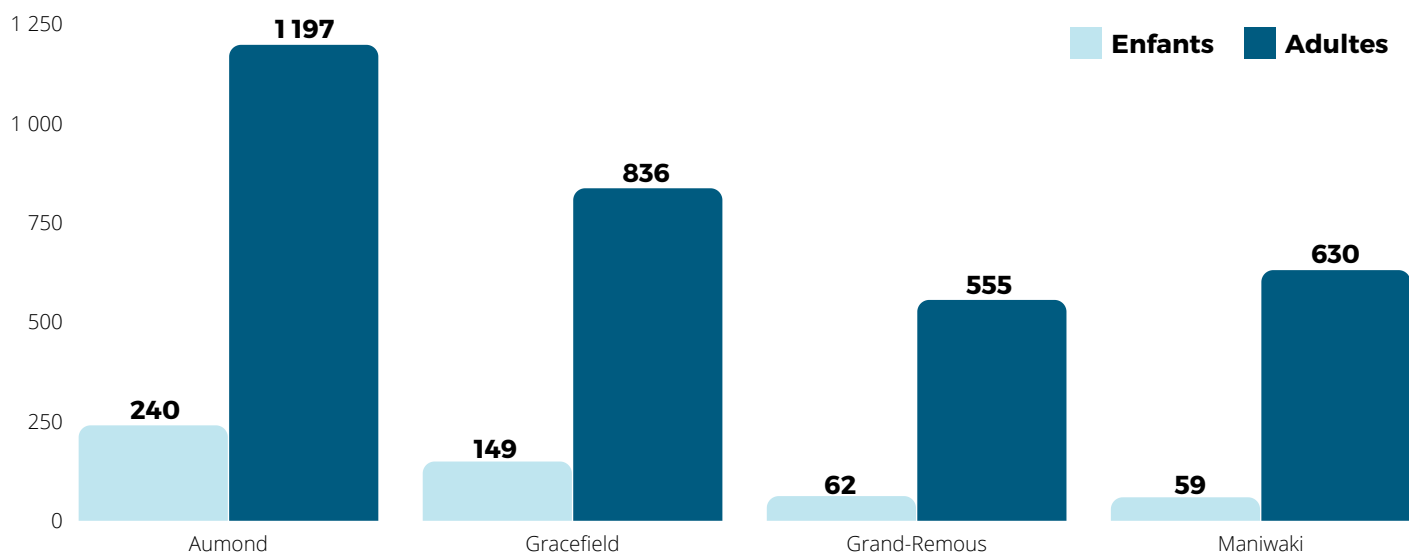
Kiosque d'information touristique - Gracefield

- Ouvert 24/7
- Sécuritaire
- Accessible
- Information sur les destinations touristiques du Québec
- Connectivité internet
- Borne d'information
- Cartes de localisation
- Toilettes
- Eau potable
- Tables de pique-nique
- Support à bicyclettes
- Stationnement
- Produits 100% locaux



LES VISITEURS

Nombre approximatif de visiteurs*



Les quatre lieux touristiques ont accueilli plus de 3 728 visiteurs : 65 % étaient francophones, 12 % anglophones. Parmi ceux-ci, 3 706 étaient résidents canadiens (99,4 %), 14 provenaient des États-Unis (0,003 %), 4 provenaient de la France (0,001 %) et 3 provenaient du Royaume-Uni (0,001 %).

Canada

Les Québécois étaient majoritairement les visiteurs de la Vallée-de-la-Gatineau. Ils étaient 3 131 (84,48 %) à fréquenter nos lieux touristiques. Il y a eu 547 Ontariens (14,76 %), 15 Britanno-Colombiens (0,40 %), 7 Albertains (0,18 %), 2 Manitobains (0,05 %), 2 Néo-Écossais (0,05 %) et 2 Saskatchewanais (0,05 %).

Québec

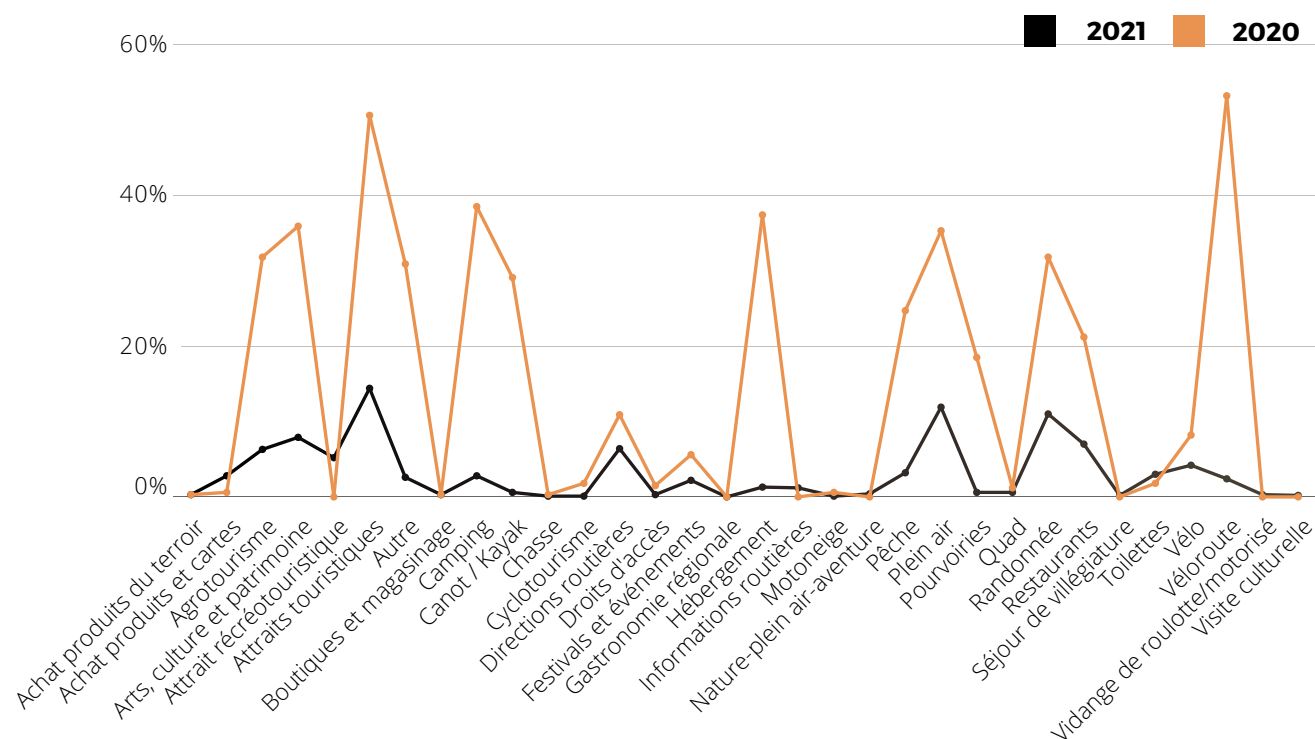
Malheureusement, 19,06 % des visiteurs Québécois n'ont pas été identifiés selon leur région de résidence. Les résidents de l'Outaouais furent les plus nombreux à visiter le territoire de la Vallée-de-la-Gatineau (52,19 %) suivi des Laurentides (13,06 %), Montréal (8,4 %), Montérégie (6,77 %) et finalement l'Abitibi-Témiscamingue (3,90 %).

États-Unis

Les 14 visiteurs des États-Unis provenaient de l'état de la Floride, Louisiane, Michigan, New-York et la Pennsylvanie.

*Les données présentées sont basées sur les résultats enregistrés par les préposés à l'information touristique. Il est possible que certaines données n'aient pas été reportées dans ce rapport. Il est donc probable que les données présentées sont sous représentées.

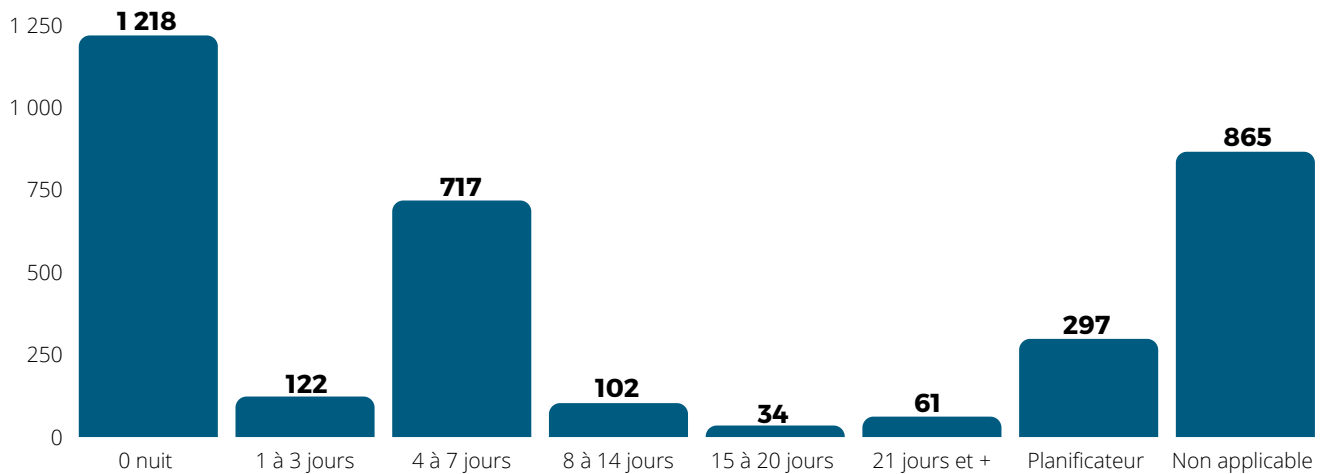
Nature du besoin comblé



Ce tableau compare les sujets de demandes d'information des visiteurs en 2021 (total de 3728) de celles des visiteurs en 2020 (total de 340).

Les préposés à l'information touristique avaient trois différents canaux d'interaction avec les touristes : l'aire d'accueil, courriels et téléphone. 65% des touristes ont interagi avec les préposés pour de l'information touristique incluant des demandes générales, demandes de guides touristiques, dépliants, indications routières et cartes routières. 2 % des visiteurs achetèrent des produits et des droits d'accès, 4 % s'arrêtaient uniquement pour se rafraîchir dans les salles de toilettes et 5 % pour des raisons autres que mentionnées ci-haut. Le tourisme d'affaires ainsi que la visite des parents et amis s'élèvent à 1,4 %. Les touristes qui visitèrent les lieux d'accueil pour planifier leurs vacances représentent 1,3 %.

Séjours dans la Vallée-de-la-Gatineau



Selon l'UNWTO, un visiteur est un voyageur qui fait un voyage vers une destination principale située en dehors de son environnement habituel, pour une durée inférieure à un an et pour un motif principal (affaires, loisirs ou autre motif personnel) non lié à l'emploi par une entité résidente dans le pays ou le lieu visité. Un visiteur est classé touriste si son voyage comprend un séjour d'une nuit. Si le visiteur ne séjourne pas, il est donc considéré comme visiteur de la journée ou excursionniste.

Bien que la majorité des visiteurs sont excursionnistes, il y aurait intérêt à déterminer les opportunités de convoiter davantage les séjours de 1-3 jour ainsi que 4-7 jours afin de pouvoir bénéficier d'une part de marché économique plus important. Prolonger la durée des séjours dans la Vallée-de-la-Gatineau vers une moyenne de sept jours serait avantageux pour la croissance de ce secteur économique.



Choix d'hébergement 2020-2021

Type d'hébergement opté	Nombres de visiteurs 2021	Pourcentage de visiteurs 2021	Nombre de visiteurs 2020	Pourcentage de visiteurs 2020
Autre	10	0,3 %	-	-
Camping	686	18 %	46	14 %
Chalets, appartements, résidence de tourisme	561	15 %	19	6 %
Gîte touristique	112	3 %	9	3 %
Hôtel	135	4 %	5	1 %
Parents / amis	151	4 %	2	1 %
Pourvoirie	59	2 %	3	1 %
Ne sait pas	338	9 %	102	30 %
Non applicable	1 676	45 %	154	45 %
Total	3 728	100 %	340	100 %

Canal d'entrée d'information

Canal d'entrée	Visiteurs 2021	Pourcentage 2021	Visiteurs 2020	Pourcentage 2020
Comptoir	3 567	97,98 %	4	1,18 %
Courriel	55	1,48 %	153	43,24 %
Courrier*	2	0,05 %	1	0,22 %
Téléphone	104	2,79 %	1 117	26,12 %
Total	3 728	100 %	448	100 %

Influence pour la visite

Référence	Nombres de visiteurs
Aucune	238
Autre	15
Guide touristique	44
Internet	72
Parents / amis	84
Publicité écrite	10
Signalisation touristique	2 244
Site Internet local	108
Non identifié	913
Total	3 728

*Il y a eu plus de 90 demandes d'envoi de guides touristiques par la poste à l'adresse tourisme@mrcvg.qc.ca



OPPORTUNITÉS D'AMÉLIORATION

TENDANCES À SUIVRE DE PRÈS


TRANSFORMATION DIGITALE

Chaque entreprise touristique dans la région devrait avoir une présence digitale (site web, réseaux sociaux, vidéo ou audio promotionnels, applications, etc.) afin d'accroître la valeur perceptible des consommateurs, de permettre un accès à de l'information constante, favoriser la communication et profiter des gains potentiels qu'engendre cet outil. De plus, la présence en ligne permet mieux le partage en ligne ainsi que dans les bornes d'information touristiques, ce qui aura comme avantage d'avoir plus de visibilité.

Pour les entreprises qui ne peuvent se permettre une transformation digitale, il est préférable que ces entreprises se procurent des outils de promotion tels qu'un logo, une carte d'affaires, des dépliants ayant les informations sur les services et produits offerts afin que ceux-ci puissent être présentés dans les kiosques d'information touristique.

TOURISME INCLUSIF

Permettre aux visiteurs ayant une déficience motrice, auditive ou visuelle de profiter de leur séjour dans la Vallée-de-la-Gatineau. Identifier les attraits accessibles et partiellement accessibles, en plus de transformer les attraits qui le sont moins. Encourager les entreprises à acquérir des connaissances sur le sujet ainsi que de prendre des actions pour rendre leurs établissements accessibles à tous.



Sensibiliser les entreprises et organisations touristiques à se familiariser aux différents besoins de marchés potentiels visitant la Vallée-de-la-Gatineau.

BASE DE DONNÉES

Il serait pertinent d'instaurer un système de collection de données à travers la région afin de pouvoir se doter d'informations nécessaires pour développer l'offre et innover. La participation des entreprises touristiques est grandement sollicitée pour cette initiative, car plusieurs points de contact avec les touristes seront à identifier et à exploiter. Chaque entreprise touristique aura dans son profil :

1. Nom
2. Lieux
3. Produits ou services
4. Catégorie de produits ou services
5. Horaire annuel ou saisonnier
6. Contact
7. Courte description

Une fois les entreprises identifiées, la base de données servira à regrouper du contenu promotionnel dans le but de l'utiliser à des fins touristiques.



L'ÉQUIPE TOURISTIQUE

JAMILA KETWAN

**AGENTE DE DÉVELOPPEMENT EN
TOURISME**

PRÉPOSÉ À L'INFORMATION TOURISTIQUE 2021

AUMOND

- JENNIFER-ANN LABELLE
- LYNE BELISLE

GRACEFIELD

- ANAÏS GALIPEAU
- ROBERT JUNIOR PETRIN

MANIWAKI

- CASSANDRA NOËL
- PAUL MONTPETIT

GRAND-REMOUS

- CHRISTIANE CLOUTIER
- JIMIE LANGEVIN

Annexe 1

Ce que les visiteurs recherchaient

Nature de la demande d'information	Nombre de demande
Achat produits du terroir	14
Achat produits et cartes	120
Agrotourisme	271
Arts, culture et patrimoine	339
Attrait récréotouristique	223
Attraits touristiques	621
Autre	114
Boutiques et magasinage	15
Camping	121
Canot / Kayak	24
Chasse	3
Cyclotourisme	3
Directions routières	278
Droits d'accès	14
Festivals et événements	95
Gastronomie régionale	2
Hébergement	58
Informations routières	52
Motoneige	4
Nature-plein air-aventure	17
Pêche	139
Plein air	515
Pourvoiries	26
Quad	26
Randonnée	474
Restaurants	301
Séjour de villégiature	7
Toilettes	128
Vélo	182
Véloroute	102
Vidange de roulotte/motorisé	13
Visite culturelle	10

Annexe 2
Origine des visiteurs

Provenance	Visiteurs	Pourcentage
Canada	3706	99,41%
Alberta	7	0,19%
Colombie-Britannique	15	0,40%
Manitoba	2	0,05%
Nunavik	5	0,13%
Nouvelle-Écosse	2	0,05%
Ontario	547	14,67%
Québec	3131	83,99%
Abitibi-Témiscamingue	122	3,27%
Baie-James	4	0,11%
Bas-Saint-Laurent	12	0,32%
Cantons-de-l 'Est	70	1,88%
Centre-du-Québec	36	0,97%
Chaudière-Appalaches	32	0,86%
Gaspésie	2	0,05%
Lanaudière	86	2,31%
Laurentides	409	10,97%
Laval	46	1,23%
Manicouagan	1	0,03%
Mauricie	27	0,72%
Montérégie	212	5,69%
Montréal	255	6,84%
Outaouais	1634	43,83%
Québec	92	2,47%
Saguenay-Lac-Saint-Jean	14	0,38%
Ne sait pas	72	1,93%
Saskatchewan	2	0,05%
États-Unis	14	0,38%
Floride	1	0,03%
Louisiane	2	0,05%
Michigan	2	0,05%
New York	4	0,11%
Pennsylvanie	2	0,05%
France	4	0,11%
Grand Est	2	0,05%
Occitanie	2	0,05%
Royaume-Uni	3	0,08%
Non applicable	3	0,08%
Total général	3728	100%

Annexe 3

Hébergement opté par visiteurs et origine

Hébergement par origine des Visiteurs	Visiteurs	Pourcentage
Canada	3706	99,41%
Autre	10	0,27%
Camping	684	18,35%
Chalet, appartement, résidence de tourisme	549	14,73%
Gîte touristique	112	3,00%
Hôtel	133	3,57%
Ne sais pas	338	9,07%
Ne s'applique pas	815	21,86%
Parents / amis	151	4,05%
Pourvoirie	59	1,58%
Non applicable	855	22,93%
États-Unis	14	0,38%
Camping	2	0,05%
Chalet, appartement, résidence de tourisme	6	0,16%
Ne sait pas	1	0,03%
Non applicable	5	0,13%
France	4	0,11%
Chalet, appartement, résidence de tourisme	2	0,05%
Hôtel	2	0,05%
Royaume-Uni	4	0,11%
Chalet, appartement, résidence de tourisme	4	0,11%
Total général	3728	100%

Annexe 4

Visiteurs au fil des années

Année	Aumond	Grand-Remous	Low	Maniwaki	Gracefield	Autre	TOTAL
2014	257	628	585	1368	0	0	2838
2015	396	984	728	1381	0	0	3489
2016	648	709	586	1375	0	0	3318
2017	1168	810	283	1420	0	0	3681
2018	1086	831	33	1346	0	700	3996
2019	1086	1003	0	1251	0	0	3340
2020	0	86	0	362	0	0	448
2021	1437	984	617	659	985	0	3697

Annexe 5

Langue parlée par les visiteurs

Étiquettes de lignes	Visiteurs	Pourcentage
Anglais	429	12%
Français	2435	65%
Italien	2	0,1%
Non applicable	862	23%
Total général	3728	100%