



30
ans

Aventure
Écotourisme
Québec

RAPPORT ANNUEL 2020-2021

Du 1^{er} mars 2020 au 28 février 2021



Table des matières

PORTRAIT DE L'ORGANISATION	2
RAPPORT DE LA DIRECTION 2020-2021	4
UNE ASSOCIATION AU SERVICE DE L'INDUSTRIE DU TOURISME D'AVEVENTURE	7
FAITS SAILLANTS ET RÉALISATIONS	8
UN RÉSEAU D'ENTREPRISES « QUALITÉ-SÉCURITÉ » GRANDISSANT	9
GESTION DE CRISE EN CONTEXTE DE PANDÉMIE	10
La COVID-19 : une pandémie aux impacts sans précédent	10
Impact sur le tourisme de nature	11
Rôle assumé par l'association.....	12
ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES	13
Soutien aux entreprises	13
Des formations adaptées (au contexte)	14
Mesures sanitaires.....	14
Gestion des risques et premiers soins.....	14
Matinées congrès	14
Recrutement et meilleures pratiques RH	15
Google Voyage : soutenir la visibilité	15
Sécurité et encadrement	15
Partenariat dans l'encadrement des entreprises des Laurentides.....	16
Programme d'aide financière pour la formation en santé et sécurité au travail (PAFISST) de la CNESST	16
Améliorer l'approche client	17
Améliorer l'attractivité du secteur	17
PRIX EXCELLENCE PLEIN AIR 2020	18
DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR	19
Comités influents.....	19
Développement numérique	19
Produits dans les parcs nationaux.....	20
Forfaitisation	20
Au nord du 49 ^e parallèle.....	21
Normes spécifiques	21
ENVIRONNEMENT ET ÉCOTOURISME	22
Développement durable.....	22
Fonds plein air 1% pour la planète	22
EXPERTISE SECTORIELLE ET CONNAISSANCES STRATÉGIQUES	23
Plan de développement stratégique 2021-2025	23
Accès aux connaissances stratégiques et veille.....	23
Collecte d'informations auprès des membres.....	24
MISE EN MARCHÉ ET COMMERCIALISATION	25
Campagne de promotion.....	25
Marketing de contenu	27
Événements virtuels et webinaires	27
Site web AventureQuebec.ca	28
Réseaux sociaux.....	Erreur! Signet non défini.

PORTRAIT DE L'ORGANISATION



UNE MÊME MISSION DEPUIS 30 ANS!

“ Défendre, représenter et promouvoir les intérêts des producteurs professionnels en tourisme d’aventure et en écotourisme du Québec, en vue de développer une offre touristique de qualité dans les secteurs du tourisme d’aventure et de l’écotourisme. ”



Créée en 1990, l'Association des producteurs en tourisme d'aventure du Québec (APTAQ) a changé de nom en 2001 pour devenir Aventure Écotourisme Québec. À cette époque, l'association ne regroupait qu'un petit nombre d'entreprises. Depuis, elle travaille à la professionnalisation du secteur du tourisme de nature et d'aventure et à la promotion de la pratique d'activités de plein air sur le territoire québécois afin d'offrir, aux visiteurs d'ici et d'ailleurs, une expérience nature de qualité et sécuritaire des plus enrichissantes, à la grandeur de la province.

UN RÔLE IMPORTANT

Se spécialisant dans le développement du secteur du tourisme d'aventure, de nature et d'écotourisme, Aventure Écotourisme Québec exerce depuis plusieurs années un fort leadership et joue un rôle de concertation auprès des intervenants du milieu afin de favoriser la convergence des actions touristiques régionales et sectorielles.

Aventure Écotourisme Québec propose un accompagnement adapté aux entreprises de tourisme d'aventure et d'écotourisme et favorise la création d'un environnement propice à l'investissement. Afin d'accroître la rentabilité et la compétitivité de ses entreprises membres, elle encourage l'innovation et l'adoption de meilleures pratiques d'affaires.

DES VALEURS FORTES

- Le professionnalisme dans l'industrie
- La sécurité des clients et du personnel dans la pratique des activités
- La reconnaissance légale et professionnelle des producteurs
- La qualité des produits et des services
- Le partenariat
- La mise en valeur et la protection de l'environnement
- La reconnaissance du rôle important joué par le guide



RAPPORT DE LA DIRECTION 2020-2021

Chers membres d'Aventure Écotourisme Québec,

Au 1^{er} avril 2020, le ministère du Tourisme du Québec renouvelait notre entente de partenariat financier pour les cinq prochaines années. Cette entente de 2,2 M\$, qui porte à 140 % l'augmentation de notre enveloppe budgétaire ministérielle, nous permettra de répondre efficacement et de manière harmonisée aux besoins de nos entreprises membres. Trois volets sont ciblés : le développement du secteur du tourisme d'aventure, l'accompagnement de nos membres et l'acquisition de connaissances et d'expertise au profit de notre secteur. Ce montant nous a aidés à affronter la crise sanitaire et à mieux soutenir nos entreprises membres dans cette tempête. Remercions le ministère du Tourisme et sa ministre, Mme Caroline Proulx, pour cette belle reconnaissance de l'importance de notre secteur comme produit prioritaire de la destination touristique québécoise.

L'année 2020-2021 passera à l'histoire et pas nécessairement pour les bonnes raisons, la crise sanitaire ayant durement touché l'économie du Québec, en particulier l'industrie touristique québécoise. Dans notre secteur, la proportion de la clientèle qui provient de l'extérieur du Québec est passée de 40 % à 10 %, ce qui a entraîné des pertes importantes. Plusieurs de nos entreprises membres (48 %) qui reçoivent une grande partie de cette clientèle ont souffert d'une diminution exceptionnelle de leur chiffre d'affaires. Pour les entreprises d'activités hivernales, la situation a été d'autant plus difficile que certaines mesures sanitaires ont pratiquement annulé toute possibilité de mener à plein leurs opérations durant la saison froide. D'autres, comme les entreprises axées principalement sur le produit estival, ont pu tirer profit de la ruée des Québécois(es) vers les activités de plein air.

L'équipe d'Aventure Écotourisme Québec a su maintenir un grand leadership dans cette crise, et comme nos entreprises membres, nous avons innové et fait preuve d'adaptabilité afin de soutenir ces dernières.

Depuis janvier 2020, il est obligatoire de détenir l'attestation ou l'accréditation « Qualité-Sécurité » pour avoir accès aux différents programmes de financement du ministère du Tourisme. Suivant cette nouvelle exigence, nous avons franchi le cap des 142 entreprises membres, un record dans les 30 ans d'existence de notre association. Les demandes continuent d'affluer et une soixantaine d'entreprises poursuivent présentement une démarche d'accréditation ou d'attestation.

Cette année, avec les mesures de confinement et la fermeture des frontières internationales, le chiffre d'affaires de nos entreprises membres a diminué de plus de 27 %. C'est un net recul, mais notre secteur est tout de même l'un des moins touchés par la crise sanitaire.

Grâce à divers programmes de financement, dont ceux du ministère du Tourisme et de Développement économique Canada, ainsi qu'à notre partenariat avec l'Association des parcs régionaux du Québec (PaRQ), le portrait financier de notre association est très bon. Nous concluons cette année financière avec un surplus de plus de 55 000 \$ et un surplus cumulé de près de 140 000 \$.

Du côté du marketing, nous avons orienté nos actions vers la clientèle québécoise et réalisé la campagne de communication « Plein air d'ici », qui a généré de belles retombées médiatiques et engendré une augmentation de plus de 40 % de la fréquentation de notre site web, aventurequebec.ca. Nous avons profité de l'absence d'investissements dans les salons internationaux pour débiter la refonte de cette plateforme.

Le développement durable a aussi été au cœur de nos priorités. Nous sommes fiers des projets novateurs qui ont été réalisés à ce chapitre, notamment un partenariat avec les Pages vertes afin d'établir une cote écoresponsable pour nos entreprises membres et de les outiller d'un plan d'action en développement durable. Nous avons aussi intensifié nos actions dans le dossier du Fonds plein air 1 % pour la planète, en collaboration avec 1% for the Planet. À ce jour, plus d'une quinzaine d'entreprises ont joint le fonds.

En terminant, nous profitons de cette tribune pour souligner l'implication et le dévouement des membres du conseil d'administration. En particulier, l'équipe de la permanence, les administrateurs et les membres d'AEQ désirent remercier Yanick Morin pour sa contribution des quinze dernières années, dont huit années à la barre de la présidence. Yanick a annoncé qu'il laisse maintenant place à la relève et qu'il se retire de la gouvernance de l'association. Remercions également nos bénévoles pour leur travail accompli au sein de nos différents comités dans la dernière année; vous avez contribué à la défense de nos intérêts tout en orientant nos actions vers vos priorités entrepreneuriales. Enfin, saluons le professionnalisme et le dévouement de notre

équipe permanente, en plus de souhaiter la bienvenue à Valérie Bélanger, responsable du développement des parcs régionaux.

Au nom du conseil d'administration, nous désirons souligner les réalisations exceptionnelles de notre secteur au cours de la dernière année. Maintenons le cap afin que le tourisme d'aventure et l'écotourisme maintiennent leur équilibre et puissent passer à travers cette crise sanitaire majeure.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Y. Morin'.

Yanick Morin, président



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pierre Gaudreault'.

Pierre Gaudreault, directeur général

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Nous sommes heureux de pouvoir compter sur les acteurs clés qui forment notre conseil d'administration et qui veillent à la planification et à l'avancement des actions de notre association.

Yanick Morin, président
Ferme 5 Étoiles – Centre de vacances
Activités motorisées

André Heller, vice-président
Descente Malbaie
Randonnées nordiques non motorisées

Mathieu Bergeron, trésorier
OrganisAction – Québec Hors Circuits
Multiactivités

Pierre Challier, secrétaire
Nord Expé
Quelle que soit l'activité

Bernard Dugas
Aventures Archipel
Écotourisme

Elodie Brideau
Cime Aventures
Activités autoguidées

Jean-Michel Hébert
Parcours Aventures
Quelle que soit l'activité

Peter Boutin
Kinadapt
Quelle que soit l'activité

Philippe Cornette
Tyroparc
Écotourisme

Renée-Claude Bastien
Cégep St-Laurent
Maison d'enseignement

Catherine Lefebvre
Navette Nature
Membre associé

VOTRE ÉQUIPE PERMANENTE

Une équipe solide, compétente, passionnée et dévouée, au service du développement de l'association.

- **Pierre Gaudreault**, directeur général
- **Suzanne Rondeau**, adjointe administrative
- **Annie Lévesque**, responsable de la commercialisation
- **Magalie Bernard**, responsable du service aux membres
- **Stéphane Jeannerot**, responsable du développement des entreprises
- **Sandrine Castonguay**, agente au service aux membres et à la commercialisation
- **Valérie Bélanger**, responsable du développement des parcs régionaux (depuis octobre 2020)
- **Aurégane Bahloul**, stagiaire (janvier-août 2020)

DES COMITÉS ACTIFS

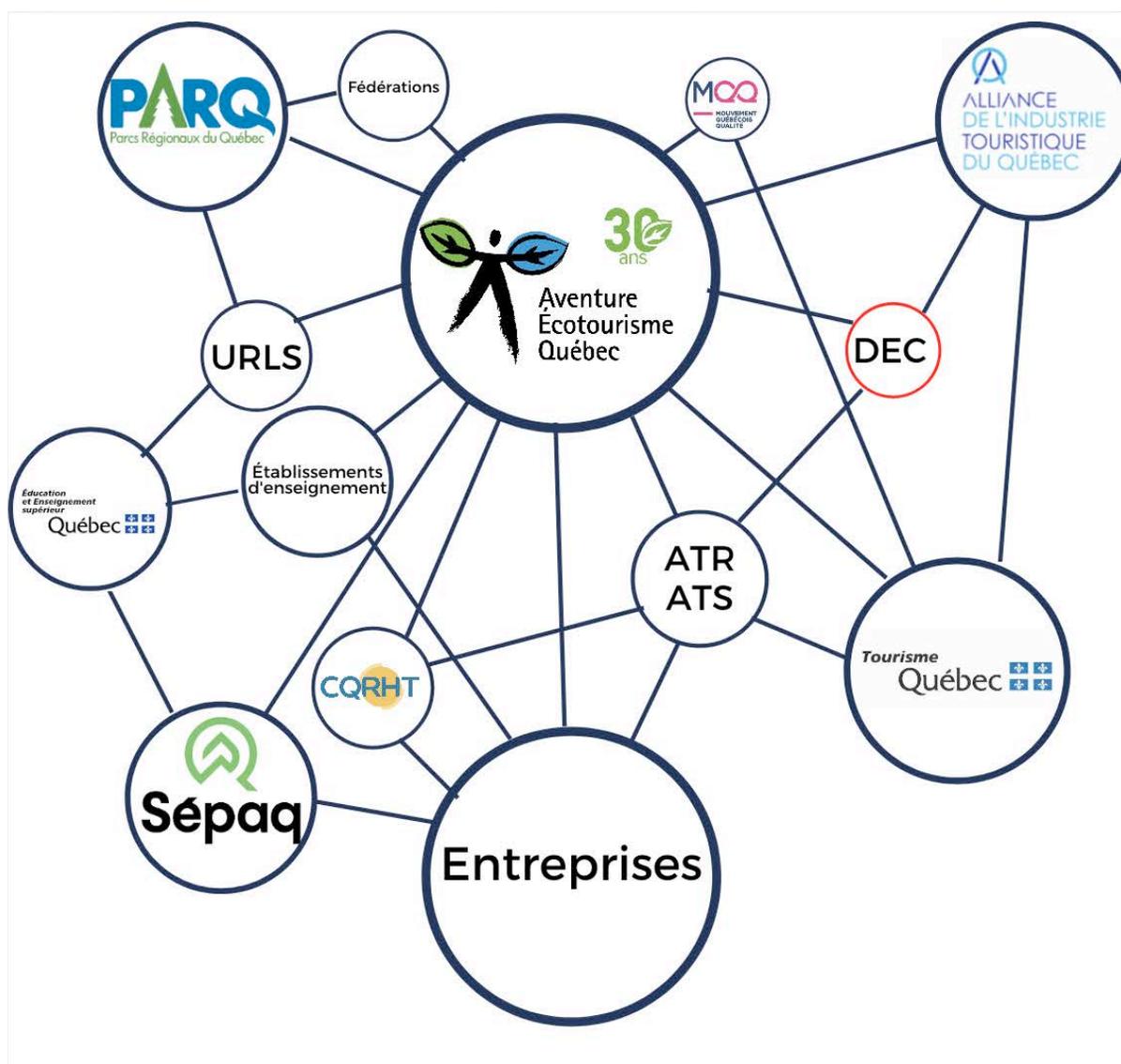
Épine dorsale de l'association, les comités formulent au conseil d'administration des recommandations sur les dossiers touchant notre industrie.

- Comité Événements
- Comité Prix Excellence
- Comité Sépaq
- Comité Commercialisation
- Comité Traîneau à chiens
- Comité VHR
- Comité Visite accréditation
- Comité Mesures sanitaires COVID-19
- Comité Sommet canadien du plein air (CDPPA)
- Comité Environnement 1% pour la planète

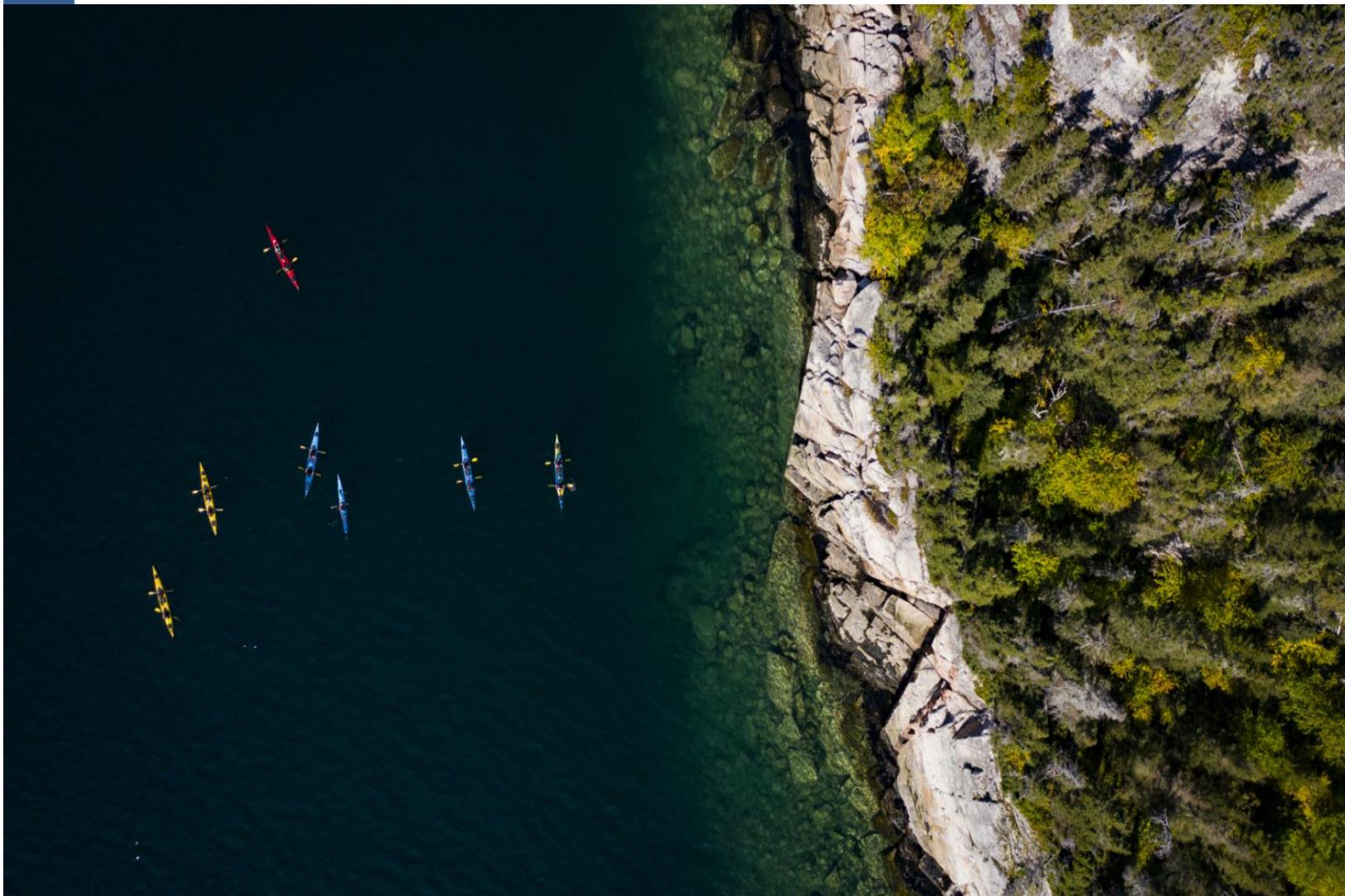
UNE ASSOCIATION AU SERVICE DE L'INDUSTRIE DU TOURISME D'AVEVENTURE

Aventure Écotourisme Québec est une organisation dynamique qui met son expertise au service des intérêts des entreprises de tourisme de nature et d'aventure qui en sont membres.

Évoluant dans le grand écosystème touristique québécois, l'association s'allie à plusieurs partenaires et s'implique au sein de nombreux comités influents afin de faire avancer la cause du tourisme d'aventure et de l'écotourisme au Québec, tout en faisant valoir une expertise unique.



FAITS SAILLANTS ET RÉALISATIONS



UN RÉSEAU D'ENTREPRISES « QUALITÉ-SÉCURITÉ » GRANDISSANT

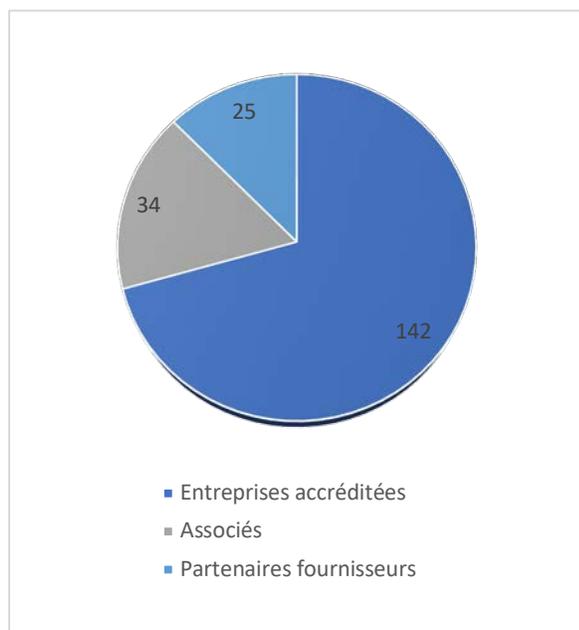
Année après année, la force de notre réseau se fait sentir et attire de nouvelles entreprises. Encore plus depuis l'annonce de la ministre du Tourisme de janvier 2020. En effet, afin de répondre à la volonté collective de faire du Québec une destination sécuritaire de calibre international, l'aide financière du ministère du Tourisme est maintenant réservée aux entreprises de tourisme de nature et d'aventure ayant entamé ou terminé la démarche d'accréditation ou d'attestation « Qualité-Sécurité ».



Membres accrédités Qualité-Sécurité

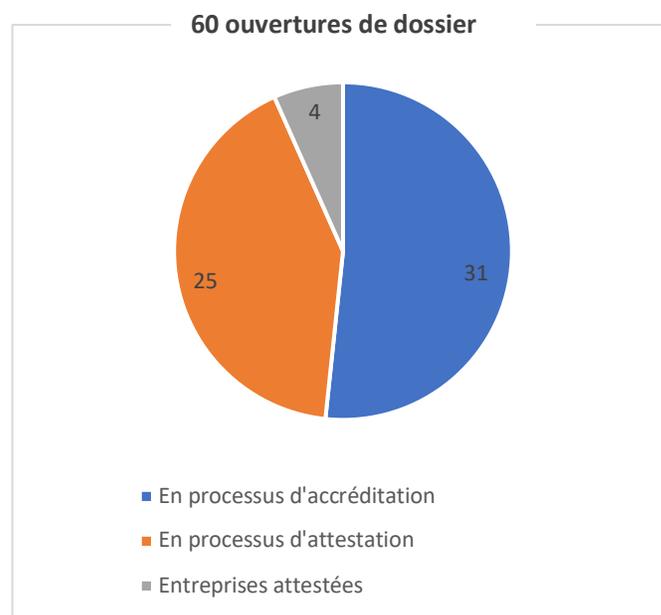
Même si l'association compte **près d'une vingtaine de nouvelles entreprises membres**, la pandémie de COVID-19 a malheureusement poussé certains gestionnaires à se réorienter.

Néanmoins, notre réseau reste relativement stable.



Entreprises attestées Qualité-Sécurité

Avec les nouvelles exigences du ministère du Tourisme, **un très grand nombre d'entreprises**, dont certaines qui ne répondaient pas à nos critères, ont entrepris la démarche d'attestation « Qualité-Sécurité » ou ont demandé de l'information sur le processus. Voici le portrait de la démarche « Qualité-Sécurité » depuis janvier 2020 :



Nous sommes donc très heureux de constater la grande volonté de professionnalisation des entreprises de tourisme d'aventure et de nature.

GESTION DE CRISE EN CONTEXTE DE PANDÉMIE

La COVID-19 : une pandémie aux impacts sans précédent

L'industrie du plein air a été l'une des premières à se relever lors de la relance touristique. Il n'en reste pas moins que certaines entreprises ont été plus durement touchées.

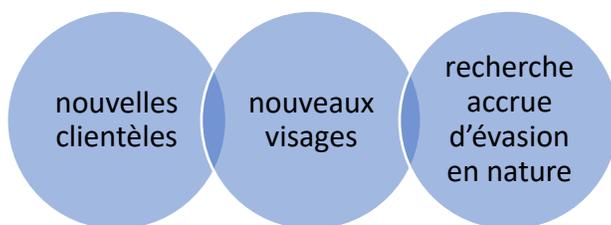
Concrètement, six grands facteurs ont eu un impact majeur sur la capacité des entreprises à générer des revenus et à fonctionner à leur plein potentiel, et ce, pour une période indéterminée :

1. **La fermeture des frontières** avec les marchés extérieurs a provoqué une perte importante de clientèles.
2. **La limitation des déplacements** entre les régions a privé les entreprises de l'apport des plus importants bassins de clientèle dans le marché domestique (grands centres urbains) en plus de contraindre les visiteurs à se déplacer en cellules familiales.
3. **La distanciation physique**, qui sera encore la norme pour plusieurs mois.
4. **La limitation des regroupements**, qui restreint les rassemblements de toutes tailles.
5. **Le couvre-feu et la limitation des activités « guidées »**, qui obligent les entreprises à renouveler leur offre pour se conformer aux exigences gouvernementales.
6. **L'implantation de mesures sanitaires** qui rassurent les clientèles. La crise sanitaire mondiale aura des répercussions sans précédent sur notre secteur. Les entreprises doivent rebâtir le lien de confiance avec les voyageurs d'ici et d'ailleurs.



Impact sur le tourisme de nature

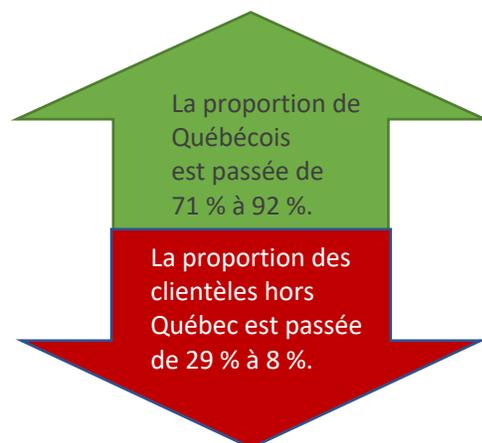
Sans surprise, nous constatons que dans plusieurs régions et organisations, le secteur « aventure-nature » en contexte de COVID-19 a vécu une forme d'achalandage assez atypique.



Le contexte de pandémie a toutefois favorisé le secteur du tourisme d'aventure et de l'écotourisme par rapport aux autres secteurs de l'industrie touristique. Plusieurs entreprises ont vécu un achalandage record durant la saison estivale 2020. Cependant, l'absence de tourisme international a eu un gros impact sur plusieurs entreprises, qui n'ont pas pu compenser cette perte avec la clientèle québécoise, ce qui explique un recul de 27,5 % du chiffre d'affaires de nos entreprises membres (87 M\$ en 2020 contre 120 M\$ en 2019). En revanche, les mesures d'aide gouvernementales, notamment la subvention salariale, ont permis à plusieurs de limiter les impacts financiers de la crise et les risques de faillite.

Les mesures sanitaires ayant complexifié les opérations, les entreprises ont été forcées d'adapter leurs processus et d'accélérer leur virage numérique.

Le sondage sur la performance de nos membres en 2020 révèle que beaucoup de nouvelles façons de faire sont là pour rester et que nos producteurs ont su profiter de la crise pour se réinventer. Voilà une belle preuve de l'agilité et de la capacité d'adaptation de nos entrepreneurs, qui sont de grands habitués de la gestion des risques.



Rôle assumé par l'association

Tout au long de la crise, Aventure Écotourisme Québec a travaillé en étroite collaboration avec les instances gouvernementales et les partenaires de l'industrie pour défendre les intérêts de ses membres.

Devant cette crise sanitaire mondiale, nous avons participé activement, en collaboration avec tous les partenaires touristiques, au déploiement du **plan de gestion de crise établi par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ)** :

- en prenant part aux travaux de la cellule associative et de la cellule de marketing de l'AITQ;
- en assurant une veille des impacts de la crise et des actions de relance entreprises par les autres destinations à travers le monde;
- en assurant une communication fluide et constante entre les organisations touristiques et nos entreprises membres;
- en coordonnant les relations médias et les messages publics, afin de réagir de façon mesurée et rassurante;
- en diffusant, auprès des entreprises, les coffres à outils et les guides pratiques disponibles pour appuyer la gestion de crise;
- en identifiant et en recommandant à l'AITQ et au gouvernement des mesures financières pour soutenir les entreprises et les travailleurs du secteur;
- en adaptant nos actions de marketing pour miser sur les marchés local, régional et intra-Québec.

Bien que ce virus ait mis un frein complet aux activités touristiques durant quelques mois, il a aussi mis en lumière la force, la créativité et l'agilité qui habitent notre association.

Nous nous sommes montrés forts et résilients, et nous avons retroussé nos manches pour **offrir le meilleur accompagnement possible à nos membres** au moyen d'actions concrètes :

- Création d'un comité de relance formé d'entreprises et d'experts de notre secteur et de l'industrie.
- Participation au sous-comité de gestion de crise formé par Tourisme Québec.
- Offre de soutien spécifique aux membres.
- Création des *Rendez-vous des entrepreneurs*, une quinzaine d'événements virtuels qui ont facilité les échanges avec les membres.
- Formation de premiers soins en contexte de pandémie.
- Participation à l'élaboration des normes sanitaires spécifiques à notre secteur et au tourisme (mesures communes).
- Soutien de nos membres lors de la mise en œuvre du plan de sécurité sanitaire.
- Webinaires
- Infolettre spéciale COVID-19 aux deux semaines.
- Création d'outils de communication pour former et sensibiliser les clientèles aux bonnes pratiques de plein air en contexte de pandémie (capsule vidéo).

ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES

L'accompagnement des entreprises dans leur développement et l'optimisation de leurs opérations est au cœur de nos priorités.

Un nombre incalculable d'interventions directes d'accompagnement ont été répertoriées auprès de gestionnaires membres et non membres pour : exercer un rôle-conseil, les encourager, les aider à prendre du recul, leur donner de la rétroaction, les informer, les féliciter, etc.

Nous privilégions une **approche bienveillante visant à former un réseau d'entreprises performantes.**



Soutien aux entreprises

En contexte de pandémie, nous avons consacré beaucoup d'efforts au soutien de nos entreprises membres en offrant de **l'accompagnement personnalisé**, tant à l'interne que par le biais de consultants externes.

Grâce à la mise en oeuvre d'un **service de consultation**, nous avons ouvert un **canal de communication** pour offrir une **aide personnalisée**. Des **cellules d'accompagnement** ont d'ailleurs été formées en début de pandémie afin d'aider les entreprises, notamment les agences de tourisme d'aventure, à adapter leurs produits aux nouvelles réalités québécoises.

Nous avons **renforcé l'ensemble de nos communications dédiées à l'industrie** afin de transmettre toute l'information essentielle à l'encadrement de la relance en contexte de pandémie. Dans un premier temps, nous avons créé une **page web** qui rassemble tous les renseignements et les références au sujet de la COVID-19, y compris les programmes de financement, les bonnes pratiques et les outils de gestion. Chaque ajout à cette page a régulièrement été partagé dans une infolettre spéciale publiée aux deux semaines.

44 infolettres envoyées à +750 contacts
(55 % ouverture)

24 infolettres COVID-19

15 infolettres mensuelles

+ 5 communiqués de presse

Enfin, pour contrecarrer les pertes de revenus et l'augmentation des coûts opérationnels liés à la relance, nous avons collaboré étroitement avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec et le ministère du Tourisme pour la **mise en oeuvre de programmes de financement à court terme et de pérennisation de nos entreprises membres.**

Des formations adaptées (au contexte)

Mesures sanitaires

Suivant le confinement, avant même la réouverture des activités de plein air, **des formations et des présentations en ligne et des rencontres virtuelles entre entrepreneurs** ont permis à nos membres et à leurs employés de se **préparer à l'application des mesures sanitaires** et de **développer leurs habiletés à communiquer de façon inspirante et sécuritaire**.

Gestion des risques et premiers soins

Obtention d'une aide financière de **85 000 \$** dans le cadre du Programme d'actions concertées pour le maintien en emploi (PACME-COVID-19) afin d'**offrir aux guides un accès gratuit aux formations en ligne** développées par SIRIUSMEDx : *Recertification hybride – Secourisme en régions isolées* et *Secourir en contexte de COVID-19*.

Résultat : **54 guides ont profité du programme.**

De plus, nous avons sollicité nos gestionnaires membres et diffusé de l'information sur les formations offertes par le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT) afin d'accompagner les entreprises de l'industrie touristique dans leur adaptation au contexte de pandémie :

- Mesures préventives en contexte de pandémie
- Organiser le travail en contexte de pandémie
- Faire vivre autrement l'expérience client en contexte de pandémie

Matinées congrès

Chaque année, Aventure Écotourisme Québec et l'Association des parcs régionaux du Québec organisent un événement conjoint (congrès ou séminaire) afin de présenter des conférences et des formations axées sur le tourisme d'aventure et de nature et l'écotourisme. En situation de pandémie, c'est en mode virtuel que nous avons invité nos membres à se réunir lors des « Matinées congrès », une série de cinq ateliers en ligne portant sur :

- le **développement durable** et l'harmonisation des pratiques dans ce domaine (changements climatiques, Fonds plein air 1% pour la planète);
- **les marchés, les clientèles et les bonnes pratiques de gestion dans le milieu du plein air québécois.**



Recrutement et meilleures pratiques RH

Notre équipe a coordonné la création d'une **cohorte de sept entreprises** dans le cadre du programme de **formation « Positionnement employeur et marketing RH »**, développé par le CQRHT.

Google Voyage : soutenir la visibilité

Dans la préparation d'un voyage, la recherche sur Google est devenue presque aussi essentielle que la valise et la brosse à dents. Les voyageurs utilisent constamment cette plateforme pour choisir une destination et des activités.

En collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, nous avons offert à nos entreprises et à nos parcs régionaux membres une **formation (webinaire de 90 minutes)** sur les possibilités qu'offrent les outils de Google, afin de les rendre autonomes dans la gestion et l'optimisation de leur présence sur Google. Grâce à cette formation, **10 entreprises** ont maintenant en main les outils nécessaires pour bien utiliser les fonctions de base de leur fiche d'entreprise sur Google et figurer en tête des résultats de recherche.

Des formations individuelles en ligne sont offertes au cours de l'année afin de permettre au plus grand nombre de membres d'améliorer leurs fiches sur « Google Mon Entreprise ».



93%

des recherches Internet sont effectuées sur Google au Canada

<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/canada>

Sécurité et encadrement

Appuyés par la volonté du ministère du Tourisme, nous accordons une grande priorité à l'encadrement et à la sécurité des clientèles par le biais de notre programme « Qualité-Sécurité », qui propose une **accréditation** aux entreprises membres de notre association et une **attestation** à celles qui ne sont pas membres.

En jouant un rôle d'expert-conseil pour l'ensemble de l'industrie du tourisme de nature, **nous accompagnons les entreprises dans leur démarche « Qualité-Sécurité »**, notamment dans la mise en œuvre de procédures de gestion de la sécurité et l'implantation d'outils de gestion.

Même une fois le processus terminé, nous restons à l'écoute des entreprises afin de les aider dans l'amélioration de leurs processus internes ou encore en intervenant auprès des acteurs clés si nécessaire.

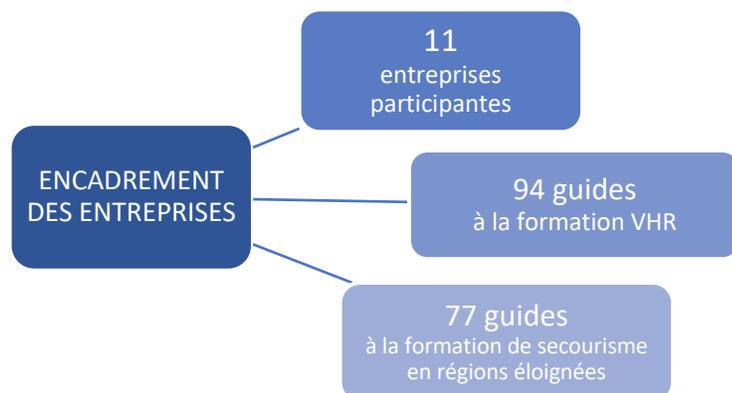
Également, notre équipe d'experts terrain, **nos conseillers à l'accréditation**, veille au maintien de la qualité et de la sécurité des activités de nos entreprises membres.



Partenariat pour l'encadrement des entreprises des Laurentides

En partenariat avec Tourisme Laurentides, nous avons aidé les entreprises de nature et d'aventure de la région dans leur démarche d'attestation « Qualité-Sécurité ». Ce **projet de 90 000 \$** coordonné par AEQ et financé par Tourisme Laurentides visait à **accompagner les entreprises offrant des activités en véhicule hors route** dans leur démarche d'accréditation et la formation des guides. Les entreprises participantes avaient aussi accès à des heures **d'accompagnement personnalisé** avec nos conseillers à l'accréditation afin d'obtenir de l'aide dans cette démarche.

Dans le cadre d'une deuxième phase, du soutien sera offert aux entreprises offrant des activités estivales sur le territoire de la région (réalisation en 2021).



Programme d'aide financière pour la formation en santé et sécurité au travail (PAFISST) de la CNESST

Afin d'informer les gestionnaires de nos entreprises membres sur les normes et les mesures sanitaires entourant la santé et la sécurité au travail dans le domaine touristique, nous avons réalisé plus d'une dizaine de rencontres virtuelles pour différents secteurs d'activité afin de présenter notre Plan de sécurité sanitaire du tourisme d'aventure, validé par la santé publique. Ces échanges nous ont permis de bien faire comprendre l'importance de protéger les travailleurs et les clientèles en contexte de pandémie.



Améliorer l'approche client

En temps de pandémie, l'approche client diffère et doit être adaptée à une nouvelle réalité.

Afin d'aider nos entreprises à **communiquer de façon rassurante avec leurs clients actuels et futurs**, nous avons **créé des outils de communication** pour les accompagner dans la transmission de messages standardisés. Quelques exemples : capsule vidéo sur les bonnes pratiques en plein air, conseils de planification de vacances, uniformisation des spécificités d'encadrement pour chaque activité et partage des codes de conduite que les fédérations de plein air ont produits en contexte de pandémie.

Comme le déconfinement s'est produit par séquence, l'offre d'activités « sécuritaires » a été **réorganisée**, soit par une nouvelle catégorisation, soit par le regroupement de produits coup de cœur, afin de mieux répondre à l'encadrement des clientèles locales, régionales et extrarégionales.

Enfin, notre association étant une référence en matière d'encadrement des activités de plein air, nous avons **accompagné certaines régions** (Gaspésie, Îles-de-la-Madeleine, Côte-Nord) dans le développement de produits nature adaptés, qui répondent au besoin des clientèles de se retrouver en plein air.

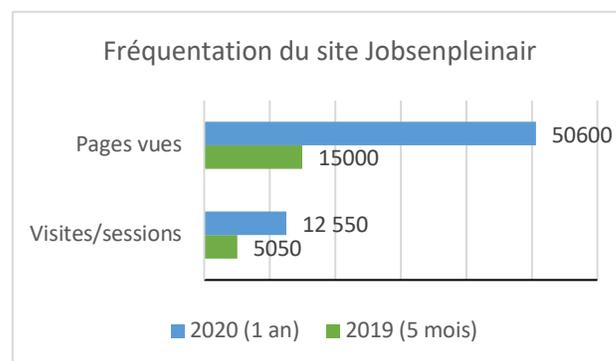
Améliorer l'attractivité du secteur

Afin de **contribuer à l'attractivité des ressources humaines** en tourisme d'aventure et en écotourisme, nous avons travaillé en étroite collaboration avec le CQRHT et l'Alliance de l'industrie touristique du Québec pour la **diffusion des meilleures pratiques en ressources humaines** auprès des gestionnaires.

En plus d'adapter nos communications à la **campagne nationale « On se tient » du CQRHT** et d'en relayer les messages, nous avons diffusé les offres d'emplois du secteur sur le site web « Jobs en plein air » et sa page Facebook, qui compte plus de 1 300 abonnés.

Mis en ligne en octobre 2019 et lié à la plateforme « Mon emploi en tourisme », développée par le CQRHT en collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique, le site « Jobs en plein air » est devenu une référence pour les chercheurs d'emplois en tourisme d'aventure. Résultats de 2020 :

- 115 affichages de postes
- 218 candidatures



PRIX EXCELLENCE PLEIN AIR 2020

Une remise de prix sans congrès annuel

C'est virtuellement et avec une certaine émotion qu'Aventure Écotourisme Québec et l'Association des parcs régionaux du Québec ont dévoilé, le 17 décembre, les entreprises et organisations lauréates des Prix Excellence Plein Air 2020.

Chaque année, nos deux associations se font un point d'honneur de souligner le développement, la persévérance, l'expertise et l'esprit novateur de leurs membres. Les lauréats sont sélectionnés par un jury indépendant, composé d'experts reconnus dans l'industrie du tourisme de nature et de plein air au Québec.



Félicitations aux lauréats de 2020 :

- **PRODUITS ET SERVICES DE QUALITÉ** : Kinadapt
- **BONNES PRATIQUES ENVIRONNEMENTALES** : KSF
- **INNOVATION EN SITUATION DE CRISE** : Contact Nature
COUP DE CŒUR DU JURY – INNOVATION EN SITUATION DE CRISE : Fondation Sur la pointe des pieds
- **RAYONNEMENT RÉGIONAL PaRQ** : Parc régional du Mont-Saint-Joseph
- **BONNES PRATIQUES RH** : Vallée Bras-du-Nord
- **PRIX HONORIFIQUE SYLVIE MAROIS** : Hélène Philion
- **PRIX PARTENAIRE** : Laboratoire d'expertise et de recherche en plein air (LERPA) de l'UQAC



DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR

Comités influents

Nous participons à des comités influents afin de contribuer au développement de notre secteur et de l'industrie touristique québécoise.

- Comité pour le développement et la promotion du plein air (CDPPA) : Voit à la concertation des acteurs et assure le développement du plein air au Québec dans son ensemble.
- Table des associations touristiques sectorielles (ATS) : projets communs au bénéfice des entreprises.
- Conseils d'administration du CQRHT et de la Coalition québécoise du plein air.

Développement numérique

Réservation en ligne

En collaboration avec Code Génome, nous avons développé deux outils en ligne sur la plateforme Réservotron : **un module de billetterie et un module de gestion des formulaires d'acceptation des risques**. Ces modules aident les entreprises à mieux adapter leurs opérations au contexte de pandémie.

Toutefois, comme toute technologie a ses limites, nous accompagnons nos membres dans la **recherche de solutions de réservation en ligne plus adaptées au secteur du tourisme d'aventure**, notamment par :

- la création d'un comité de grands utilisateurs de Réservotron et la coordination du mandat de la firme ADVISO, qui évalue la solution Réservotron et propose des pistes de solution pour l'améliorer;
- la création d'un outil d'analyse comparative et d'aide à la décision en ce qui concerne les solutions de réservation en ligne (livrable en 2021);
- la conclusion de partenariats avec deux experts consultants pour aider les entreprises à mieux utiliser le système de réservation en ligne Réservotron.

Automatisation

Afin d'aider les entreprises dans leur évolution numérique, notre association a conçu une **série de tutoriels et de modèles permettant d'automatiser les communications et de créer des sondages de satisfaction et de suivi de l'état de santé des employés**. Ce projet a été réalisé grâce à une aide financière de 13 500 \$ obtenue dans le cadre du Programme d'actions concertées pour le maintien en emploi (PACME-COVID-19).

Ondago

En collaboration avec PaRQ et le Créneau d'excellence Tourisme de villégiature 4 saisons, nous coordonnons le projet pilote de développement d'ONDAGO PRO, un outil destiné à faciliter la gestion d'un territoire et les communications avec la clientèle par le biais de l'application ONDAGO.

Le projet prévoit aussi la création d'un point de vente pour le module de billetterie Réservotron.

Produits dans les parcs nationaux

Depuis 2008, grâce à une entente-cadre entre Aventure Écotourisme Québec et la Sépaq, plusieurs entreprises bénéficient d'un accès plus facile aux territoires gérés par la Sépaq.

Nous accompagnons nos membres dans **l'identification de possibilités, de même que le développement et la consolidation d'activités nature** dans le réseau de la Sépaq. À cet effet, la **plateforme « Partenariats plein air »** sert d'outil d'identification et de mise en valeur des occasions de développement de produits. Développé ces dernières années à l'intention des entrepreneurs, ce site web regroupe des informations qui facilitent la création d'activités en accélérant les étapes vers l'élaboration de partenariats avec les gestionnaires de territoires.

Au cours du processus, un **comité de suivi et de développement de l'entente** offre aux entreprises un soutien tant dans la consolidation ou le renouvellement de leurs partenariats d'affaires que dans le développement et la mise en oeuvre de **projets structurants et multisaisons** qui favorisent la diversification de produits dans le réseau de la Sépaq.

En 2020, on compte **38 ententes** signées entre nos entreprises membres et les établissements de la Sépaq.

Forfaitisation

Avec l'absence de tourisme international, il devenait important de **consolider les partenariats avec le réseau de distribution**. Notre association a donc invité ses membres à **conserver leurs liens d'affaires avec le réseau de distribution** et les agences, tout en les conseillant sur les bonnes pratiques en matière de politiques d'annulation.

De plus, nous avons opté pour des communications soutenues avec les agences afin de **mettre en valeur l'importance du sceau « Qualité-Sécurité »** et l'expertise de nos entreprises membres en matière d'encadrement sécuritaire des clientèles en tourisme d'aventure et de nature.

Par ailleurs, la sécurité des clientèles est un élément central de l'accès aux programmes de financement **Explore Québec** et **Passeport Attrails**, pilotés respectivement par l'Association des agences réceptives et forfaitistes du Québec (ARF) et Événements Attractions Québec (ÉAQ). Par conséquent, les entreprises de tourisme de nature et d'aventure qui désirent participer à ces programmes doivent détenir **l'attestation ou l'accréditation « Qualité-Sécurité »**. Nous étions donc en constante communication avec les porteurs de dossiers afin d'optimiser les maillages d'affaires pour la planification de courts séjours et de qualifier les entreprises pour la forfaitisation.

Nous avons également organisé un **événement d'information et de partage de bonnes pratiques**. Celui-ci avait pour but d'aider les entreprises dans le montage de forfaits susceptibles d'être retenus par les programmes de financement, en plus de leur offrir un soutien personnalisé.



Au nord du 49^e parallèle

Le nord du Québec a un potentiel de développement énorme pour le tourisme de nature. C'est pourquoi nous nous sommes associés à la Fédération des pourvoiries du Québec (FPQ) et à Tourisme autochtone Québec (TAQ) pour mettre sur pied le **projet d'incubateur / accélérateur de projets touristiques au nord du 49^e parallèle**.

Ce projet bénéficiera d'une enveloppe de **8 M\$** provenant à parts égales du ministère du Tourisme et de la Société du Plan Nord. Il est chapeauté principalement par la FPQ. Aventure Écotourisme Québec participe au **comité directeur et au comité de mise en œuvre du projet**. En 2020, les actions étaient concentrées sur des représentations, la signature des ententes avec les partenaires et la structuration du projet.

Normes spécifiques à certaines disciplines

L'encadrement sécuritaire des clientèles est d'une importance capitale pour notre industrie. Dans cette optique, nous travaillons sans relâche à la **bonification des normes spécifiques** à certaines disciplines, en fonction des particularités des activités et des besoins des clientèles, afin de **rendre l'expérience du visiteur plus agréable et plus sécuritaire**.

Motoneige

Suivant l'adoption de la *Loi sur les véhicules hors route* (loi 71), dont l'article 24 exige que les guides suivent une formation reconnue par le ministère du Tourisme, nous avons collaboré, avec le CQRHT, à la **refonte de la formation existante** pour répondre aux exigences de cette loi. La formation d'un comité d'experts, la coordination et l'animation des rencontres, de même que les comptes rendus avec le ministère ont été nos mandats dans le cadre de ce projet. Nous avons finalement été **mandatés comme organisme reconnu qui délivre cette nouvelle formation**.



ENVIRONNEMENT ET ÉCOTOURISME

Considérant que la nature est au cœur de nos activités, nous accentuons nos efforts pour la protéger, la promouvoir et aider nos entreprises membres à entreprendre des actions concrètes qui minimiseront leur impact environnemental.

Développement durable

Puisque la relance et l'après-crise seront résolument tournées vers le tourisme durable, Aventure Écotourisme Québec a travaillé en 2020 à structurer plusieurs projets qui seront déployés en 2021 :

- **Favoriser l'implantation de pratiques durables :**

Conclusion d'un **partenariat avec Les Pages vertes** pour l'utilisation de l'outil d'autodiagnostic écoresponsable et de la cote écoresponsable Les Pages Vertes dans le processus d'accréditation en écotourisme des entreprises. Ce projet pilote auquel participent **cinq entreprises** prévoit également le recours aux services-conseils des Pages Vertes pour **l'élaboration d'un plan d'action en développement durable**.

- **Participation à un projet d'étude pour la création d'une écocertification pour le tourisme de nature au Québec**, avec la Fédération des pourvoiries du Québec et Tourisme autochtone Québec. Ce projet est réalisé en collaboration avec le CIRRAD (livrable de la phase 1 en 2021).

Fonds plein air 1% pour la planète

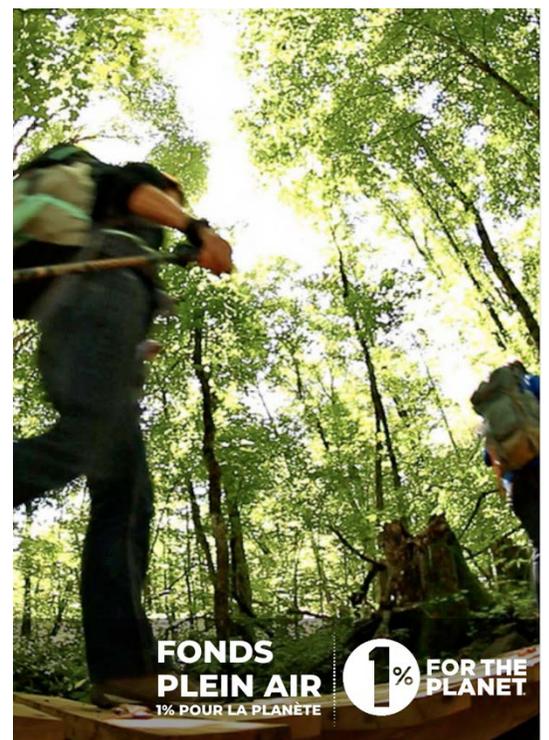
En début d'année, à l'heure de l'urgence climatique et des grands enjeux environnementaux, Aventure Écotourisme Québec a décidé d'agir pour protéger l'environnement en joignant le collectif international 1% for the Planet et en invitant ses membres à remettre 1% de leur chiffre d'affaires au Fonds Plein Air 1% pour la planète.

Toutefois, la première année du fonds s'est déroulée dans un contexte d'incertitude financière pour nos entreprises membres. À la suite du confinement du printemps 2020 et jusqu'à l'automne, aucune activité de promotion ou de structuration n'a été réalisée. Malgré tout, **six nouvelles entreprises ont rejoint le fonds** au cours de l'année et nous constatons un intérêt marqué à la fois des membres, de l'industrie et des médias pour ce projet novateur.

Suivant les recommandations **d'un expert en développement durable**, les fonds amassés en 2020-2021 seront redistribués selon les directives du **comité de gestion**, qui se réunira le 30 avril 2021.

Principales réalisations en 2020-2021 :

- Réalisation d'un guide de communication et d'utilisation de la marque à l'intention des membres du fonds.
- Campagne de communication et de relations médias (juste avant le confinement du printemps 2020).
- Rencontre avec les membres du fonds en septembre.
- Événement dédié à la présentation du projet aux membres lors des « Matinées congrès » en décembre.
- Création du comité de gestion.
- Sollicitation individuelle des entreprises afin qu'elles y adhèrent.



EXPERTISE SECTORIELLE ET CONNAISSANCES STRATÉGIQUES

Plan stratégique de développement 2021-2025

Afin d'établir clairement nos priorités pour les cinq prochaines années, nous avons organisé un lac-à-l'épaule en décembre 2020 avec plus de 25 membres de notre association. Cet événement rassembleur nous a permis de dresser la liste des enjeux prioritaires aux yeux de nos entreprises membres et a donné naissance **au plan stratégique de développement 2021-2025**, qui reflète nos réflexions et notre vision 2025 pour le secteur du tourisme d'aventure et de l'écotourisme au Québec. La sécurité, le professionnalisme et le développement durable seront au cœur de nos actions dans les prochaines années.

Ce plan stratégique de développement a été élaboré grâce aux commentaires et à l'engagement des membres de notre association, de nos partenaires, de notre équipe permanente et de la consultante en développement stratégique Hélène Philion.

Accès aux connaissances stratégiques et veille

Pour aider nos entreprises membres à mieux connaître les besoins et les attentes de la clientèle québécoise, nous avons produit, en collaboration avec le Réseau de veille en tourisme, un **recueil d'études** qui fait état des principales caractéristiques de la clientèle québécoise de tourisme de nature et d'aventure. Les résultats ont également été présentés lors d'un atelier en ligne.

Afin de **faciliter l'accès aux connaissances stratégiques** sur les clientèles et les marchés, nous effectuons une veille journalière qui couvre les médias sociaux, les sites web spécialisés et les infolettres afin d'organiser les recherches et de récolter un maximum d'informations sur notre secteur.

Dans notre infolettre mensuelle, nous publions des renseignements de source provinciale, nationale et internationale sur les meilleures pratiques et les tendances en tourisme de nature et d'aventure. De plus, des dizaines de documents pertinents tels que des études, des profils de clientèles et des données sur les tendances et les habitudes de consommation des adeptes de plein air sont répertoriés dans la zone « Accès membre » de notre site web.

Pour maintenir nos connaissances à jour, nous assistons régulièrement à des **webinaires** et à des **conférences virtuelles**. Dans la mesure du possible, nous parlons de ces événements à **l'ensemble de nos membres** afin de les inviter à y participer et de les informer des nouvelles tendances du marché du plein air.



Collecte d'informations auprès des membres

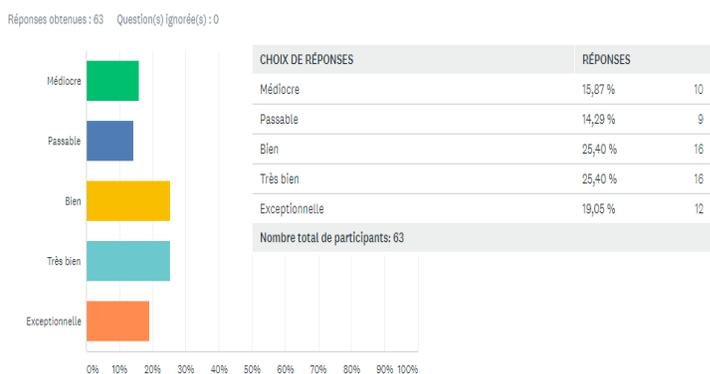
Sondage sur les impacts de la COVID-19, réalisé à l'été 2020

Quelques semaines après la reprise des activités et le début de la saison estivale, Aventure Écotourisme Québec a sondé ses membres pour faire un état de la situation.

Voici les principaux faits saillants :

- 70 % des répondants connaissaient une bonne ou une très bonne saison, 20 % d'entre eux affirmaient même vivre un début de saison exceptionnel.
- À l'opposé, près de 30 % des répondants ont eu un début de saison passable ou médiocre (16 %). Les entreprises qui ont eu le plus de difficulté sont celles dont la clientèle est essentiellement internationale (réceptifs, agences de voyages, produits nichés) ou qui organisent des activités de groupe (formations, milieu scolaire et jeunes, vélo).

Comment estimez-vous votre saison jusqu'à maintenant ?



Sondage annuel

Réalisé en collaboration avec le collectif NOVA, notre sondage annuel nous permet de **recueillir de précieuses données sur nos entreprises membres**. Conduit en contexte de pandémie, il apporte un éclairage important sur les **impacts économiques** que les entreprises ont subis en raison de la crise sanitaire.

Ce sondage nous est essentiel pour mieux connaître les membres d'Aventure Écotourisme Québec, mieux répondre à leurs besoins et caractériser l'industrie du tourisme de nature et d'aventure, ainsi que son évolution. La pertinence des données que nous recueillons nous aide à acquérir des connaissances sur notre secteur et à suivre l'évolution des produits offerts par nos membres.

Voici les principaux faits saillants de 2020 :



- Chiffre d'affaires total de 87 M\$ en 2020 pour les 142 entreprises membres, en recul de 27,5 % par rapport à 2019. Cependant, 48 % des répondants disent avoir eu un chiffre d'affaires en croissance par rapport à 2019.
- La masse salariale moyenne des entreprises est de 187 391 \$.
- Sans surprise, la grande majorité de la clientèle est québécoise.
- Les produits prioritaires sont l'hébergement et le camping, le kayak, l'escalade, le canot et la randonnée pédestre.
- Les 2/3 des entreprises ont investi dans des actions durables et responsables, ainsi que dans des infrastructures numériques de commercialisation.
- 71 % des répondants prévoient conserver une ou plusieurs des mesures sanitaires adoptées pour faire face à la COVID-19.

MISE EN MARCHÉ ET COMMERCIALISATION

Année atypique pour nos activités de commercialisation. Depuis mars 2020, toutes les activités de promotion que nous avions prévu mener à l'international ont été annulées (salons, campagnes de promotion de la destination, etc.). Les montants prévus à cet effet ont été investis dans des actions de promotion sur le marché québécois, et ce, en harmonie avec les stratégies de l'ensemble de l'industrie touristique.

De plus, nous avons profité de divers partenariats promotionnels afin de faire rayonner nos produits au Québec.

Campagne de promotion

Plein air d'ici + influenceurs

Afin de préparer la relance des activités touristiques pour la saison estivale et d'encourager les gens à découvrir nos entreprises et les territoires membres de nos deux réseaux, nous avons travaillé avec une agence de relations de presse, Matom, qui a suggéré à différents médias des idées d'activités à pratiquer au Québec durant l'été.

Cette campagne intitulée « Plein air d'ici » a obtenu une très bonne visibilité (gratuite pour nos membres) et a généré de belles retombées. Le site web AdventureQuebec.ca a connu une hausse importante de fréquentation. Il a d'ailleurs été adapté en partie pour cette campagne.



Dans le but de bonifier cette campagne et d'en prolonger la durée, nous avons travaillé avec **quatre influenceurs et blogueurs** qui ont produit quatre articles commandités et 33 publications dans les médias sociaux :

- **4 articles commandités** (2 sur l'automne et 2 sur l'hiver).
- **34 publications** dans les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter)



Une portée de **47 172** incluant :

- + 659 j'aime
- + 91 commentaires
- + 63 partages

Québec Vacances

Étant l'un des plus importants portails touristiques québécois, QuébecVacances, géré par Événements Attractions Québec, offre une occasion inégalée en termes de promotion touristique en positionnant efficacement vos activités et vos services non seulement sur son site web, mais également dans le bulletin mensuel « Quoi faire au Québec », qui est distribué à **plus de 35 000 abonnés**.

Comme prévu dans le plan de marketing, les quelque **30 entreprises** participantes y ont été référées. Cette année, nous notons pour notre site web une **augmentation de 25 % du trafic web** en provenance de QuébecVacances, avec **plus de 4 800 visites** principalement durant la période estivale.

Campagne nationale « Ici les vacances »

Avec la pandémie, tous les projets collectifs de promotion de la destination (marché hors Québec) en collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique et les partenaires touristiques régionaux et sectoriels ont été interrompus pour une période indéfinie.

Pour aider l'industrie touristique lors de la relance durant la pandémie, nous avons collaboré avec l'Alliance sur une nouvelle stratégie de promotion de la destination auprès des Québécois plutôt que des voyageurs internationaux.

La campagne annuelle « Plaisirs d'été » s'est déroulée du 27 juillet au 13 septembre et comprenait **divers placements** sur le site web de la Société Radio-Canada (un article, des bannières et amplification des messages dans les médias sociaux).

Le temps consacré à la lecture de notre article démontre clairement que les gens ont été interpellés par le contenu et qu'ils ont eu envie d'en savoir plus en visitant notre site web.



Chèques-cadeaux Aventure et Outgo

En période de pandémie, **l'achat de chèques-cadeaux Aventure a gagné en popularité**. Les acheteurs y ont vu un moyen d'aider les entreprises qui ont subi une fermeture temporaire. Nous avons d'ailleurs fait plus de communications à ce sujet afin d'en promouvoir la vente et ainsi d'aider nos entreprises participantes.

Depuis un an, Outgo est un partenaire revendeur de nos chèques-cadeaux Aventure, qui sont offerts dans une boutique virtuelle spécialisée en chèques-cadeaux et en expériences. À quelques reprises, nous avons même été publicisés ou **recommandés dans le bulletin mensuel de l'entreprise**.

Ventes totales : 7 300 \$
Ventes avec Outgo : 1 100 \$

Partenaire de contenu pour Camping Québec

Puisque nous n'avons pas d'infolettre destinée aux visiteurs et dans un souci de partage d'information afin de mieux représenter le Québec, nous avons contribué au contenu du magazine web « **Destination Camping Québec** », publié sur une base mensuelle par Camping Québec.

Ce magazine s'adresse autant aux campeurs qu'aux amoureux du Québec et compte plus de 6 000 abonnés. En 2020, on pouvait y lire sept de nos articles de blogue, qui sont aussi sur notre site web.



Est-ce l'année du plein air hivernal? Par Aventure Écotourisme Québec

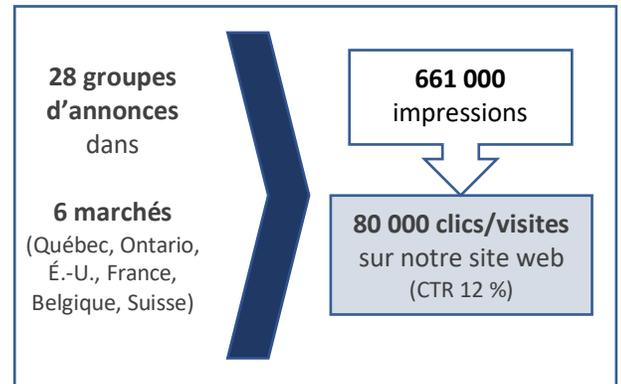
Le contexte sanitaire et la fermeture de certains établissements de divertissement accélèrent l'engouement général pour les activités nordiques et hivernales! On a de plus en plus envie de sortir bouger dehors, ce qui est excellent pour notre santé physique et mentale! Nous vous donnons donc quelques conseils pour savoir quoi faire, où aller et comment vous organiser.

[En savoir plus](#)

Campagne annuelle Google Ads

Depuis quatre ans, nous bénéficions d'un **crédit annuel maximum de 120 000 \$ US** (maximum journalier de 328 \$ US) pour l'achat de mots-clés grâce au programme de Google pour les OBNL.

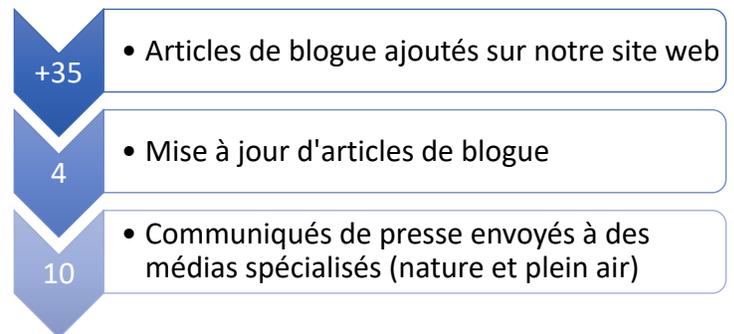
Notre objectif est bien entendu de dépenser le plus efficacement possible TOUS les crédits alloués et de les transformer en visites qualifiées sur notre site web. C'est pourquoi nous travaillons avec une firme spécialisée *Google Partner* pour maximiser les mots-clés et dépenser les crédits qui nous sont alloués.



Marketing de contenu

Communications et publications

Il va sans dire qu'en 2020, les gens ont ressenti un grand besoin de pratiquer des activités de plein air afin de réduire l'effet anxiogène de la pandémie de COVID-19. Dans ce contexte, nous avons vu croître la proportion de nouveaux adaptes de plein air qui étaient à la recherche d'idées d'activités et de sites de pratique. Nous en avons donc profité pour **accroître nos activités de communication**. Nous avons ainsi publié de nombreux **communiqués de presse** et **alimenté notre blogue** afin d'aider les nouvelles clientèles à mieux planifier leurs excursions en plein air.



Événements virtuels et webinaires

En cette année particulière, les salons destinés aux consommateurs auxquels nous avons prévu participer ont tous été annulés ou reportés. En ce qui concerne les événements professionnels, ces derniers sont passés en mode virtuel.

Adventure Elevate

Organisée par l'Adventure Travel Trade Association en Amérique du Nord, la conférence de deux jours « Adventure Elevate » rassemble des leaders d'opinion et des professionnels de l'industrie du tourisme d'aventure dans le but de les inspirer, de les former et de leur donner un aperçu des tendances qui façonnent notre industrie. On y propose des ateliers et des conférences spécifiques au marché de l'aventure et de nombreux moments de réseautage créatifs, amusants et fructueux. Nous participons régulièrement à ce type d'événement afin d'être au fait des dernières tendances.

Webinaire au Royaume-Uni : formation pour les agents de voyages

Notre premier webinaire de formation! Piloté par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, ce webinaire était destiné aux agences de voyages du Royaume-Uni et avait pour objectif d'accroître la notoriété du Québec et de promouvoir la destination en mettant en valeur nos expériences clés. Une belle manière de présenter notre secteur touristique, d'établir un contact avec des agences de voyages et de créer un effet multiplicateur.

Site web AventureQuebec.ca

Plus que jamais, notre site web bénéficie d'une mise à jour constante, tant au niveau du référencement que du contenu. Nous veillons ainsi à **MAXIMISER la visibilité** de nos entreprises membres, à **AUGMENTER l'achalandage** des pages web et à **ACCROÎTRE la conversion** des visites.

Pour donner un élan supplémentaire à la campagne « Plein air d'ici », nous avons créé une microsection qui comprend :

- de nouvelles pages de contenu thématique;
- des conseils et des renseignements sur la planification de vacances en contexte de pandémie;
- un répertoire des partenaires qui participent aux programmes Explore Québec et Passeport Attraits.

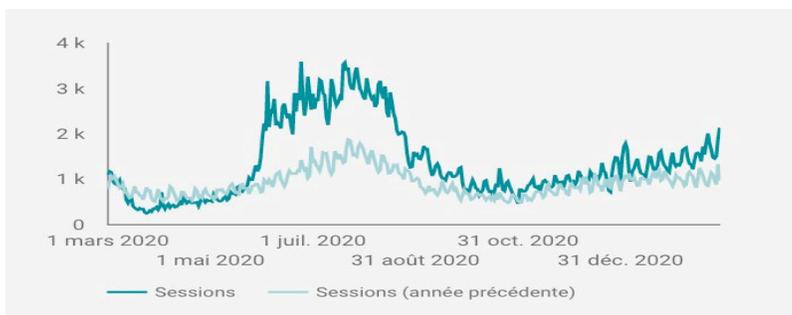
Des statistiques convaincantes

La fréquentation de notre site web est en constante augmentation, signe que les activités d'aventure et de plein air sont très populaires, surtout dans le contexte de la pandémie, et que notre site web profite d'un bon référencement et offre du contenu attrayant.

Bien entendu, la saison estivale a été de loin la période la plus achalandée sur notre site web, comme l'indique le graphique ci-contre.

Sans surprise, la grande majorité des sessions provenaient du Canada.

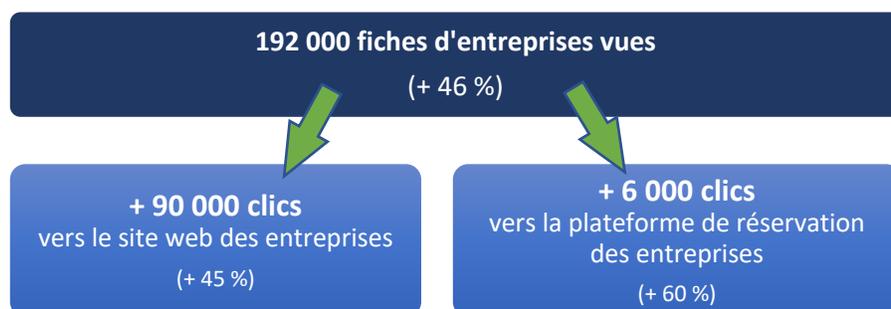
1 ^{er} mars 2020 au 28 février 2021		Data From Google Analytics	
Utilisateurs	Sessions	Pages vues	Taux de rebond
408 633	505 101	1 276 962	27,8 %
↑ 48.6%	↑ 50.8%	↑ 57.8%	



Conversion

Compte tenu de la nature de notre site web, le taux de conversion se traduit en **sessions générées vers vos entreprises**. À notre avis, c'est le meilleur moyen de calculer le nombre de visiteurs qualifiés.

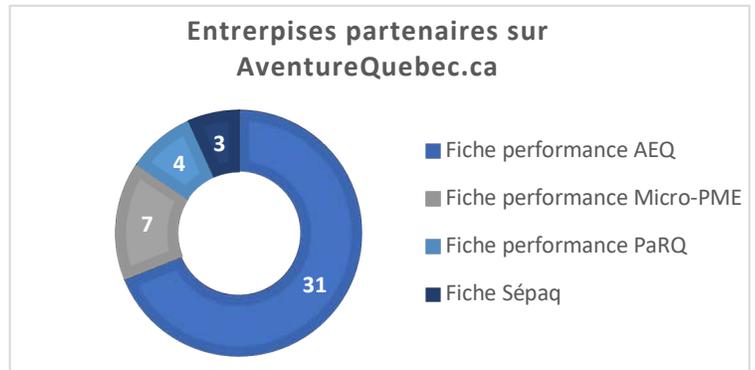
Concrètement, sur la base de trois objectifs de conversion que nous avons établis, notre site web génère un **taux de conversion moyen de 28 %**. Notre but est bien sûr de tout faire pour **augmenter le taux de clics**, tant vers **votre fiche d'entreprise** et vos activités que vers **votre site web** ou **votre plateforme de réservation**.



Le taux de conversion est **beaucoup plus important** pour les entreprises ayant une plus grande visibilité grâce à une **fiche performance**.

Visibilité des entreprises

Cette année, grâce à notre plan de marketing, **45 entreprises ou parcs régionaux** ont bénéficié d'une **plus grande visibilité** sur notre site web.



Médias sociaux

Plus que jamais, les médias sociaux constituent de puissants véhicules de communication. Voici les comptes que nous alimentons régulièrement :



1024 x 234

- **Abonnés : + 8 000** (+ 16,8 %)
- **Profil des abonnés :**
63 % femmes/ 35 % hommes
 - 31 % : 18-34 ans
 - 31 % : 35-44 ans
 - 21 % : 45-54 ans
 - 15 % : 55 ans et +
- **Portée moyenne mensuelle :**
39 800 vues (+ 702 %)



- **Abonnés : + 2 700** (+ 64 %)
- **Profil des abonnés :**
65 % femmes/ 35 % hommes
 - 46 % : 18-34 ans
 - 30 % : 35-44 ans
 - 16 % : 45-54 ans
 - 8 % : 55 ans et +



- + 105 vidéos
- + 20 000 visionnements (+ 39,5 %)
- + 30,3 % temps de visionnement
- + 73,6 % impressions