RAPPORT ANNUEL 2020

TOURISME RÉGION SOREL-TRACY

TABLE DES MATIÈRES

Mot de la présidente 4

Mot de la directrice générale 2

Portrait de l'organisation 2

Le conseil d'administration 2

Mission, vision et valeurs 3

Notre mission 3

Notre vision 3

Nos valeurs 3

L'équipe de Tourisme Région Sorel-Tracy 4

Vie associative 5

Membres de Tourisme région Sorel-Tracy 5

Représentation corporative 7

Formation 8

Accueil et information touristique 8

Statistiques du Bureau d'information touristique (BIT) 9

But de la visite par visiteur en 2020 * des visiteurs au Bureau d'information touristique 12

Publicité, promotion, marketing et communication 14

Campagne promotionnelle majeure 14

Outils de promotion 15

Guide touristique, carte routière et guide vélo 15

Site internet www.tourismeregionsoreltracy.com 15

Médias sociaux : 17

Placements publicitaires 18
Autres actions de promotion 18
Marketing d'influence et relations de presse 19
Stratégie de contenus et marketing relationnel 19
Clientèle de groupes 20
Activité spéciale 20
Accompagnement en lien avec la COVID-19 20
Marché de Noël de Sorel-Tracy 20

MOT DE LA PRÉSIDENTE

Que dire de l'année 2020.

Après plus d'un an de pandémie où la planète entière s'est retrouvée devant l'inconnu, bousculant complètement nos habitudes, ébranlant tous ce que nous tenions pour acquis, voilà que les activités ont repris peu à peu.

Durant cette période inédite, l'Office de tourisme a vu ses activités se convertir temporairement. L'organisation a fait preuve de grande agilité, de proactivité et surtout sa bienveillance auprès de ses membres.

Je souhaite souligner le travail admirable de notre directrice générale, Roxanne Dugas et de son acolyte, Sandra Leblanc-Marquis, qui dès le jour 1 de la crise sanitaire, se sont mise en mode proactif et elles sont devenues la référence en matière d'information auprès des membres et des parties prenantes de l'industrie touristique régionale. Elles ont développé une somme de scénarios de reprises afin de s'ajuster aux directives du gouvernement et développer les stratégies pour un plan de relance.

Malgré les fermetures temporaires, les événements annulés et le maintien à jour des consignes, nos employées ont répondu présentes et ont assuré le rôle de support et de référence en matière des marches à suivre.

Nous avons également saisi l'occasion d'optimiser et développer les compétences. D'ailleurs, le virage du marketing traditionnel vers le marketing numérique demande énormément de connaissances et requiert beaucoup de gestion. Par leur engagement et leur motivation, Roxanne et Sandra, ont permis à tourisme Sorel-Tracy de faire ce virage, et qui à la lumière des résultats des campagnes marketing, s'avère un succès.

Je souligne l'investissement des administrateurs et le support de nos élu(e)s qui ont fait confiance à l'organisation et se sont investis, ont décidé d'appuyer la continuité de nos activités afin que notre industrie puisse demeurer aussi dynamique.

À la fin de l'année 2020, nous entrevoyions une reprise et une stratégie gagnante pour revenir en force. Le produit touristique de la MRC de Pierre de Sorel est résilient et adapté aux exigences des visiteurs en matière d'adaptabilité et de sécurité sanitaire.

Résilience, agilité et bienveillance, voici les trois mots que je souhaite souligner et partager. Ce sont sans aucun doute ceux que la permanence et le conseil d'administration ont le plus souvent utilisés également. Je les trouve très en phase avec notre industrie. Je suis fière de notre équipe. Ce qui s'annonçait à priori chaotique, s'est avéré une expérience enrichissante, mais comment, soyons francs, pas nécessaires.

Allez ! On continue. Le meilleur est devant !

Julie Salvail, présidente

MOT DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE

Chers membres et partenaires,

Je ne peux passer sous silence que 2020 aura été une année tellement différente avec cette pandémie mondiale. Bien que les activités touristiques aient subi un arrêt presque complet, il a tout de même des éléments remarquables à souligner et à nous rappeler.

De cette année difficile, je retiens la résilience, la créativité des entrepreneurs et des partenaires touristiques. D'ailleurs, à travers notre campagne promotionnelle de *Vague d'amour* nous avons souhaité mettre de l'avant notre industrie. C'était important pour nous de souligner les efforts constants de nos membres à se retrousser les manches malgré les incertitudes qui planaient constamment au-dessus de nos têtes. Plusieurs ont su saisir de nouvelles opportunités que la situation créait comme en offrant de nouveaux services ou en s'adressant à de nouvelles clientèles.

De notre côté, nous avons amplifié nos relations avec nos membres en devenant un pivot d'information durant la tempête. Nous avons participé activement aux différentes opportunités qui nous permettaient de rester à l'affût de ce qui se faisait dans l'industrie afin de s'outiller pour mieux soutenir et accompagner nos membres.

Je tiens à souligner l'engagement et le professionnalisme de Sandra Leblanc-Marquis et à remercier les membres du conseil d'administration d'accepter de s'engager au sein de notre organisation pour l'avancement du tourisme dans la région.

Au plaisir ! 😊

Roxanne Dugas, directrice générale

PORTRAIT DE L'ORGANISATION

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

En 2020, le conseil d'administration de Tourisme région Sorel-Tracy s'est réuni à huit reprises. Il y a eu six réunions régulières et deux réunions extraordinaires. En raison de la pandémie, de façon informelle, les membres du conseil d'administration ont tenu des rencontres hebdomadairement pendant environ deux mois.

Membres du conseil d'administration à partir de l'assemblée générale annuelle 2020

Catégorie de membres	Titre	
Soutien	Présidente	Julie Salvail
Actif	Vice-présidente	Estelle Cardin
Actif	Secrétaire	Martyne Simard
Actif	Trésorière	Marie-Josée Bourbonnais
Soutien	Administrateur Élu nommé par le Conseil de la MRC	Gilles Salvas
Actif	Administrateur	Jean-Pierre Groulx

MISSION, VISION ET VALEURS

NOTRE MISSION

La mission de Tourisme région Sorel-Tracy consiste à regrouper, à concerter et à représenter les intervenants touristiques, et ce, à des fins d'accueil, de promotion et de développement touristique devant générer un rayonnement régional, national et international.

NOTRE VISION

Être un incontournable, un modèle en matière d'accueil, de développement, de promotion et de soutien aux intervenants touristiques.

NOS VALEURS

- Être dynamique : Par son ouverture, son implication dans le milieu et sa facilité à relever des défis en équipe, Tourisme région Sorel-Tracy démontre son efficacité et sa vitalité.
- Être avenant : Être aimable, accueillant, courtois et gentil. Tourisme région Sorel-Tracy veut offrir un service par excellence à la clientèle.
- Être professionnel : Compétence, rigueur et efficacité sont au cœur des actions de l'Office du tourisme.
- Être créatif : Tourisme région Sorel-Tracy juge important de faire preuve de créativité en utilisant les ressources déjà en place et en innovant avec celles-ci.
- Être engagé : Tourisme région Sorel-Tracy valorise l'engagement des administrateurs, des employés, des intervenants touristiques et des citoyens.

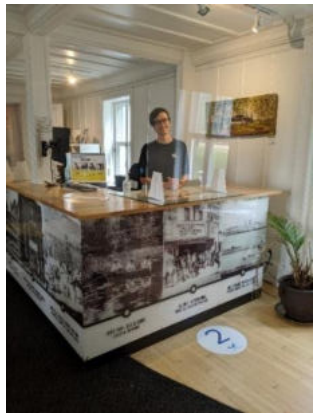
L'ÉQUIPE DE TOURISME RÉGION SOREL-TRACY

Roxanne Dugas
Directrice générale

Sandra Leblanc-Marquis
Agente de promotion touristique

L'équipe permanente de Tourisme région Sorel-Tracy composé de mesdames Sandra Leblanc-Marquis et Roxanne Dugas a été accompagné des conseillers (ères) à l'information touristique de :

- Catherine Cardin
- Joël Chalifoux-Trudeau
- Beverly Manning-Roy



VIE ASSOCIATIVE

MEMBRES DE TOURISME RÉGION SOREL-TRACY

Catégorie de membres	2016	2017	2018	2019	2020
Actif	49	55	59	58	68
Soutien	8	7	2	8	1
Total	57	62	61	66	69

Exceptionnellement, il n'y a eu aucune activité de vie associative avec les membres en 2020.

Dès le début de la pandémie, il apparaissait essentiel pour Tourisme région Sorel-Tracy de conserver un lien fort avec ses membres en raison de l'incertitude qui planait au-dessus de l'industrie. En étant membre de plusieurs associations touristiques de différents secteurs d'activité touristique, Tourisme région Sorel-Tracy avait accès à de l'information privilégiée. Rapidement, l'équipe de Tourisme région Sorel-Tracy s'est donné comme mandat de partager les informations à ces membres, de répondre à leurs interrogations, de les écouter et de rechercher les informations manquantes. De nombreux échanges ont eu lieu entre les membres et l'équipe de Tourisme région Sorel-Tracy.

La Vague d'amour

D'octobre à décembre 2020, une campagne de communication a vu le jour par Tourisme région Sorel-Tracy. L'équipe souhaitait souligner les efforts des entrepreneurs touristiques pour leurs capacités d'adaptation, leurs persévérances, leurs dévouements et leurs volontés de dépassement en ce temps de pandémie. Cela s'est traduit par la mise en valeur des passionnés qui travaillent dans ce secteur, par un désir d'encourager économiquement les entreprises et par l'envie de faire découvrir aux gens de chez nous tous les plaisirs que la région peut offrir. Il y a eu le déploiement d'un concours s'adressant qu'aux citoyens de la région de Sorel-Tracy. Tourisme région Sorel-Tracy a acheté différents prix, d'une valeur totale d'environ 1 000 $, auprès des entreprises locales qui offraient des services accessibles en cette période de mesures restrictives.

Résultats de cette campagne :

- 33 184 personnes atteintes
- 79 partages
- 1 142 interactions
- 1 986 participations au concours.

REPRÉSENTATION CORPORATIVE

Au cours de l'année 2020, l'équipe de Tourisme région Sorel-Tracy a assuré la représentation du secteur touristique de la région de Sorel-Tracy auprès des comités, des événements et des rencontres suivantes ainsi que la participation aux événements suivants :

- Participation à la Table de concertation régionale du lac Saint-Pierre — Comité navigation de plaisance et commercial
- Membre du comité de concertation des secteurs de la Montérégie
- Participation au Marché de l'emploi « Plus » 2020
- Participation au Rendez-vous des festivals, événements et attractions touristiques — SATQ
- Présence et participation aux événements de la Chambre de commerce et d'industrie de Sorel-Tracy
- Participation au congrès annuel des Marchés de Noël du Québec
- Membre du comité de sélection des expositions à la Maison des gouverneurs
- Membre du comité des bénévoles – Grand Défi Pierre Lavoie
- Participation à l'émission à CJSO sur les problématiques de la main d'œuvre
- Rencontre sur les enjeux de la main d'œuvre – Comité de l'attraction de la main d'oeuvre
- Rencontres bimensuelles avec Tourisme Montérégie et les autres secteurs de la Montérégie
- Membre du comité de consultation des Régates internationales de Sorel-Tracy
- Participation au Forum stratégique Tourisme Montréal – volet tourisme
- Membre du comité consultation citoyen de la Société des Traversiers

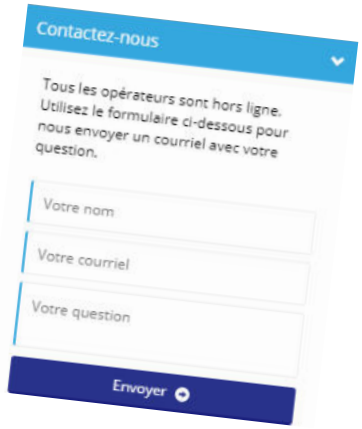
FORMATION

Tourisme région Sorel-Tracy accorde beaucoup d'importance à la formation de ses employés. En juin 2020, le gouvernement du Québec a lancé le Programme d'actions concertées pour le maintien en emploi (PACME). Ce programme a permis à l'équipe permanente de suivre environ de deux à trois jours par semaine pendant environ cinq (5) mois plusieurs formations dans les domaines du marketing, des communications, des ressources humaines et de la gestion.

ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE

Le service d'accueil et d'information touristique a été chamboulé au cours de l'année en raison de périodes de fermeture exigée par le gouvernement. La Maison des gouverneurs a été fermée au public du 13 mars au 2 juillet et du 13 octobre au 31 décembre.

Les demandes d'informations ont été moins nombreuses comparées aux années précédentes. Cela s'explique par les nombreux mois de fermetures du bureau d'information touristique et également en raison de la demande du gouvernement d'éviter les déplacements entre régions pendant une certaine période.



Lors de l'ouverture du bureau d'information touristique, des modifications ont été apportées afin de se conformer aux exigences sanitaires.

Le clavardage en ligne offert sur la page Facebook et site web a été apprécié des visiteurs.

STATISTIQUES DU BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE (BIT)

Nombre de demandes d'information au BIT pour la période estivale 2020 (de la fête nationale du Québec à la fête du Travail)

	2016	2017	2018	2019	2020
Nbre de demandes d'information durant la saison estivale	4 295	4 538	3 705	2 848	1 347

Nombre de demandes d'information au BIT durant l'année 2020

	2016	2017	2018	2019	2020
Nbre de demandes d'information durant toute l'année	7 317	6 224	5 311	4 949	1 964

PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE AU BIT EN 2020

Marché / Pays	Région touristique	2020 %
Québec		98,60
	Montérégie	62,94
	Montréal	10,37
	Lanaudière	5,23
	Québec	3,72
	Centre-du-Québec	3,63
	Cantons-de-l 'Est	3,19
	Mauricie	2,93
	Laurentides	2,84
	Chaudière-Appalaches	1,77
	Laval	1,68
	Outaouais	0,44
	Saguenay–Lac-Saint-Jean	0,35
	Bas-Saint-Laurent	0,27
	Duplessis	0,27
	Abitibi-Témiscamingue	0,18
	Gaspésie	0,18
Ontario		1,22
États-Unis		0,00
France		0,09
Maritimes		0,09

Catégorie	% *
Dépliant région Sorel-Tracy	39,86
Indications routières	30,48
Activités Maison des gouverneurs	22,79
Statera	21,51
Autres régions	20,47
Cyclotourisme	15,93
Restauration	15,55
Sentier pédestre / Parc	15,07
Excursion en bateau	10,83
Patrimoine / Art / Église	10,15
Boutique	8,99
Dimanche Fabul'Art	6,7
Festivals / Événements	5,38
Hébergement	4,32
Traversier	4,3
Autres activités Maison des gouverneurs	4,02
Agrotourisme	3,3
Exposition	3,26

Kayak/Canot/Planche à pagaie	2,84
Autres - écrire dans remarque	1,8
Géorallye	1,58
Visite guidée Maison des gouverneurs	1,72
Agrotourisme/Fromagerie	0,04

BUT DE LA VISITE PAR VISITEUR EN 2020 * DES VISITEURS AU BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE

	%
Excursionnistes	66,96
Planificateurs	18,18
Autres	9,16
Vacances	6,31
Parents/amis	1,12
Affaires/congrès	0,25

DURÉE DU SÉJOUR PAR VISITEUR AU BIT EN 2020

	%
0 nuit (excursionniste / local)	51,75
1 nuit	24,48
2 nuits	11,89
3 nuits	2,8
4 nuits	2,8
6-9 nuits	2,1
5 nuits	1,4
Ne sait pas	0,7
Planificateur	0,7
31+ nuits	0,7
17-30 nuits	0,7
Total	100

ÂGE DES VISITEURS AU BIT EN 2020

	%
45 à 64 ans	59,73
25 à 44 ans	25,97
65 ans et plus	25,56
16 ans et moins	23,63
17 à 24 ans	2,85

PUBLICITÉ, PROMOTION, MARKETING ET COMMUNICATION

CAMPAGNE PROMOTIONNELLE MAJEURE

Les deux dernières années, la MRC de Pierre-De Saurel a accordé à Tourisme région Sorel-Tracy des sommes supplémentaires pour réaliser des campagnes promotionnelles majeures. Cette campagne devait se poursuivre pour une troisième année consécutive. Cependant, avec l'arrivée de la pandémie au printemps 2020, les activités promotionnelles de cette campagne majeure ont été mises sur pause. Les actions prévues sont reportées à la saison 2021.

De tout même, certaines actions de marketing et de communication qui ont respecté les consignes gouvernementales ont eu lieu.

Offrir un maximum de soutien : pause des frais de partenariats

Certains des entrepreneurs touristiques de notre territoire ont été grandement touchés par la situation de la dernière année. La restauration, l'hôtellerie, l'événementiel et la culture sont les secteurs qui ont eu le plus de répercussions des mesures sanitaires. Ainsi, Tourisme région Sorel-Tracy a souhaité offrir un maximum de soutien aux entreprises touristiques en donnant un répit au niveau des frais d'adhésion pour la campagne de promotion. C'est ainsi que la participation à la campagne de promotion majeure pour 2020 a été gratuite pour les entreprises touristiques. Ce soutien visait, durant cette période plus difficile, une représentativité plus forte des entreprises touristiques de la région, de les épauler et de les représenter à leur juste valeur, notamment au sein des actions promotionnelles actuelles et futures.

OUTILS DE PROMOTION

GUIDE TOURISTIQUE, CARTE ROUTIÈRE ET GUIDE VÉLO

En raison des incertitudes du contexte de pandémie, il n'y a pas eu d'impressions d'outils papier des outils promotionnels en 2020. Il apparaissait plus stratégique de diriger les demandes d'information touristique sur le Web en raison de la facilité de mettre à jour les informations à n'importe quel moment.

Quelques copies des outils promotionnels 2019-2020 ont été remises au bureau d'information touristique durant la saison estivale.

SITE INTERNET WWW.TOURISMEREGIONSORELTRACY.COM

Comparatif de fréquentation du site Internet

	2020	2019	2018	Variation entre 2020 et 2019
Sessions	59 857	91 548	75 097	-34,62 %
Pages vues	126 630	185 623	154 006	-31,78 %
Durée moyenne	1:42	1:20	1:15	28,46 %
Utilisateurs	46 154	66 953	58 179	-31,07 %
% de nouveaux utilisateurs	85,8 %	83,3 %	85 %	-29,55 %

Sources de trafic sur le site Web

Sources	2020	2019	2018	Variation entre 2019 et 2020
Organique	31 455	25 153	14 796	25,05 %
Autres	32	13 998	15 195	-100 %
Référencement	2 448	3 067	1 705	-20,18 %
Direct	5 672	4 480	4 753	26,61 %
Achats de mots-clés	12	19 716	20 815	-100 %
Email	765	315	130	142 %
Social	7 234	3 106	3 865	132,90 %

Les sections les plus consultées sont les suivantes :

	2020	*2019*	*2018*
1.	Page d'accueil	Page d'accueil	Page d'accueil
2.	Plaisirs à découvrir – Plein air	Forfaits	Plaisir à découvrir — Statera
3.	Visiter – Piste cyclable La Sauvagine	Visiter — Croisière Statera	Plaisirs à découvrir — nautisme
4.	Visiter – Parc régional des Grèves	Plaisirs à découvrir — activités	Forfaits

5.	Plaisirs à découvrir - vélo	Plaisirs essentiels — guides et cartes touristiques	Plaisirs à découvrir — activités

La provenance des visiteurs sur le site Web

	2020	2019	2018
1.	Montréal (24 %)	Montréal (28 %)	Montréal (26 %)
2.	Sorel-Tracy (23 %)	Sorel-Tracy (16 %)	Sorel-Tracy (11 %)
3.	Longueuil (5 %)	Québec (4 %)	Québec (8 %)
4.	Not set (4 %)	Longueuil (4 %)	Longueuil (4 %)
5.	Boucherville (3 %)	Not set (4 %)	Trois-Rivières (3 %)

MÉDIAS SOCIAUX :

Organiques

- Portée de la page Facebook : 79 279
- Environ 2-3 publications organiques / semaine
- Environ 1 publication organique par semaine sur Instagram
- Campagne À la découverte… (mise en valeur des attraits des municipalités)

- Facebook payant :
  - Campagne « Bonjour » ex. : Bonjour le nautisme
  - Campagne Vague d'amour
  - Participation à la campagne – Retrouver le temps, inspiré par Québec Original
  - Portée totale de 25 514 avec un montant de 250 $
  - Impressions de 59 909
  - Clics sur les liens 1 174

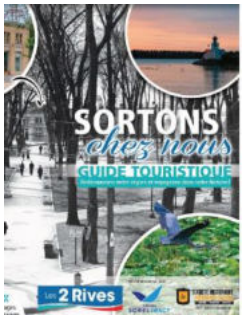
PLACEMENTS PUBLICITAIRES

- Fiche descriptive Web sur *Le Saint-Laurent à vélo* : www.saint-laurentavelo.com
- Publications avec le Vélo Mag (Infolettre et site Web)
- Guide du camping au Québec : **publicité conjointe avec** Le Québécois et Domaine de la Paix
- Nautiguide 2020 : publicité conjointe avec la Marina Saurel

AUTRES ACTIONS DE PROMOTION

- Chroniques touristiques dans le cadre des émissions *Cet été* dans MAtv
- Présence sur les portails touristiques Internet tels que Quebecoriginal.com et Quebecvacances.com
- Entrevues et capsules sur Ipix.tv

- Capsules sur toutes les municipalités de la MRC par des citoyens (nes) engagés (es). – Les p'tits plaisirs d'été – Diffusion sur les ondes de CJSO, la page facebook de CJSO et la page facebook de Tourisme région Sorel-Tracy
- Cahier spécial « Sortons chez nous » avec Les 2 Rives
- Chronique rédactionnelle dans le Contacts Affaires de Sorel-Tracy du printemps
- Publications dans le Temps libre – Ville de Sorel-Tracy



MARKETING D'INFLUENCE ET RELATIONS DE PRESSE

- Alimenter les services de communication et de marketing de Tourisme Montérégie en vue de la Bourse des médias (printemps et automne)

STRATÉGIE DE CONTENUS ET MARKETING RELATIONNEL

- Infolettre bi-mensuel durant la période estivale
- Enregistrement d'un balado avec Tourisme Montérégie sur la région *Onze mille kilomètres carrés*

- Parutions de treize (13) articles de blogue à thématiques produites par Tourisme région Sorel-Tracy, publiés sur le site Web de Tourisme région Sorel-Tracy. Plus de 15 000 personnes atteintes.

- Envoi de quatorze (14) infolettres : taux d'ouverture moyen de 50 %

CLIENTÈLE DE GROUPES

L'équipe de Tourisme région Sorel-Tracy a représenté sa région et ses entreprises lors de la bourse touristique Bienvenue Québec en octobre 2020. L'événement s'est tenu en mode virtuel. Il y a eu treize (13) rencontres avec des agences de voyages et des agences réceptives provenant du Québec.

ACTIVITÉ SPÉCIALE

ACCOMPAGNEMENT EN LIEN AVEC LA COVID-19

- Tourisme région Sorel-Tracy a été disponible et présente pour les membres en leur transmettant les nouvelles informations sur les mesures sanitaires et en répondant aux questions

MARCHÉ DE NOËL DE SOREL-TRACY

Le comité organisateur du Marché de Noël de Sorel-Tracy a décidé de reporter la formule habituelle de l'édition 2020 de son événement, qui devait se tenir le 4, 5 et 6 décembre 2020. Bien que la Direction générale de la santé publique ait autorisé la tenue de marchés de Noël, elle a émis plusieurs directives et recommandations qui amènent le comité organisateur à reporter la cinquième édition à 2021.

Tout de même, pendant 2 mercredis quatre maisonnettes ont été présentes au Carrefour de la Gare pour accueillir des exposants.