



Rapport annuel 2024-2025



Mot du président et du directeur général



Stéphane Michaud,
président



Martin Lacelle,
directeur général

Chers partenaires,

L'année 2024-2025 a marqué un tournant important pour le développement touristique de notre magnifique région des Laurentides. Avec la diffusion du Plan stratégique de développement touristique durable 2023-2030 et le déploiement graduel d'une nouvelle vision au sein de l'organisation, Tourisme Laurentides a poursuivi sur sa lancée d'innovation et de modernisation afin d'être mieux outillée pour répondre aux défis et aux tendances du marché touristique d'aujourd'hui.

Grâce à l'engagement de nos membres, de nos partenaires et de notre équipe, nous avons poursuivi nos efforts pour faire rayonner notre destination et renforcer son attractivité. La mise en œuvre de plusieurs projets structurants – qu'il s'agisse de l'optimisation de nos campagnes marketing, de la bonification de nos outils numériques, du développement du tourisme gourmand ou encore de la valorisation de notre offre quatre saisons – a contribué à positionner les Laurentides comme une destination incontournable.

Par ailleurs, nous avons misé sur la collaboration avec les acteurs régionaux et provinciaux afin d'assurer un alignement stratégique solide. Cette synergie a permis de maximiser les retombées économiques, de soutenir nos entreprises et d'améliorer l'expérience globale des visiteurs. Notre mission demeure claire : favoriser un développement touristique durable, responsable et prospère pour l'ensemble de notre territoire.

Nous tenons à souligner le rôle essentiel des entrepreneurs, des organismes et des intervenants touristiques qui, chaque jour, contribuent à la vitalité et au dynamisme des Laurentides. Votre passion, votre créativité et votre résilience sont au cœur de notre succès collectif.

Alors que nous amorçons une nouvelle année, nous abordons l'avenir avec confiance et ambition. De nouveaux défis nous attendent, mais ils s'accompagnent d'occasions formidables de croissance et d'innovation. Ensemble, nous continuerons de faire des Laurentides une destination d'exception, reconnue pour la richesse de son patrimoine naturel, la qualité de son accueil et la diversité de son offre.

Merci de votre confiance et de votre engagement indéfectible. Continuons à bâtir, ensemble, l'avenir touristique de notre région.

Services Marketing	3	Service aux membres	28	Équipe de Tourisme Laurentides	37
Développement et structuration	21	Performances touristiques	31	Conseil d'administration	38
Service de l'accueil	26	Administration et finances	35		

Services Marketing – B2C

Campagne majeure Web Laurentides.com avec les partenaires

Été - 13 mai au 14 octobre 2024

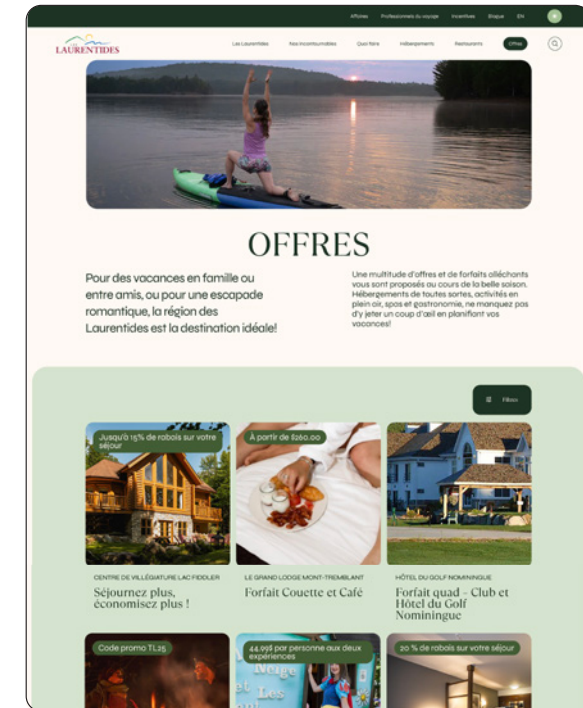
122 881 vues (un problème technique a empêché un suivi des statistiques entre le 24 mai et le 27 juillet 2024).

45 partenaires et regroupements des pourvoiries, des gîtes et des parcs

Hiver – 11 novembre 2024 au 31 mars 2025

304 036 vues

59 partenaires et regroupements des pourvoiries, des gîtes, des parcs et des centres de ski





Été **57** partenaires et regroupements

Hiver 59 partenaires et regroupements

[illegible]



Campagne de regroupements/expériences

Association des Centres de ski des Laurentides (ACSL)

15 décembre 2024 au 15 mars 2025

Tournée des 12 stations de la région

Par le créateur de contenu **Dan Boisvert**. Amplifications sociales. Publications sociales.

CRÉATION DE CONTENU

- Impressions : **1 530 404**
- Portée : **716 557**
- Clics : **22 654**

CAMPAGNE PUBLICITÉS NATIVES

- Impressions : **311 672**
- Clics : **4 103**

Regroupement des pourvoires

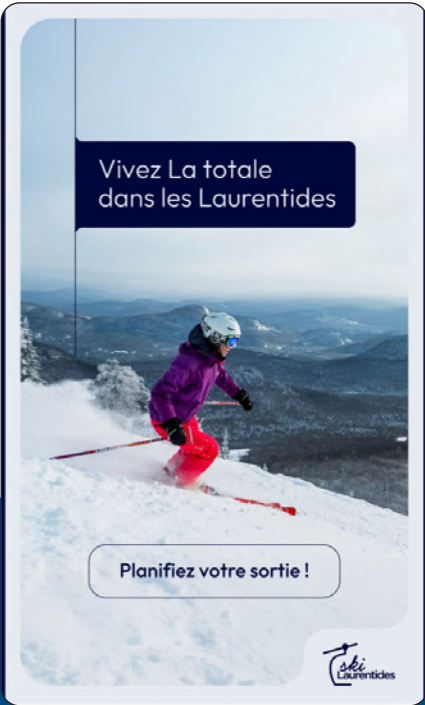
13 janvier au 11 février 2025

- Tournage de 16 émissions spécialisées chasse et pêche, diffusées sur **TVA** et **RDS**
- [Campagne télévisée](#) et numérique sur **TVA**
- Campagne ÉAQ « Quoi faire cet hiver », option bronze.
- Placement dans le Guide touristique officiel des Laurentides
- Porte parole : Michel Therrien - campagne réseaux sociaux incluant un blogue

CAMPAGNE DE MOTS-CLÉS ET MÉDIAS SOCIAUX

- **10 839** sessions
- Impressions : **3 491 351**
- Sur la page du regroupement
- Clics : **38 498**

[VOIR LE REEL](#)





P'tit Train du Nord

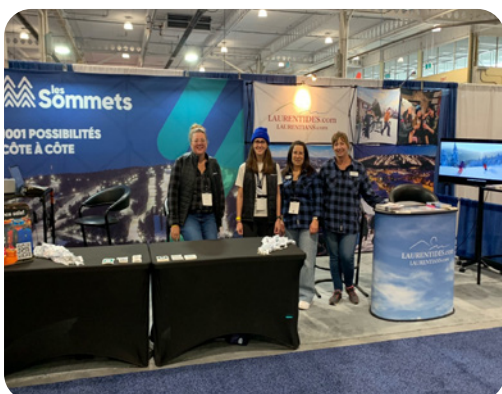
- Campagne annuelle Google Ads - mots-clés
 - Publicités sponsorisées sur les médias sociaux
 - Visibilité sur la campagne Laurentides.com été et hiver
- Impressions : **6 854 404**
 - Clics : **104 741**

Regroupement des gîtes et petites auberges

- Campagne annuelle Google Ads - mots-clés
 - Publicités sponsorisées sur les médias sociaux
 - Visibilité sur la campagne Laurentides.com été et hiver
- Impressions : **5 342 784**
 - Clics : **47 725**



Salons consommateurs



Participation de Tourisme Laurentides et regroupement des entreprises.

- Salons du vélo de Montréal (3 partenaires + TL), Gatineau et Toronto (TL)
- Salon Aventure et Plein Air de Montréal (10 partenaires + TL)
- Salons de ski d'Ottawa (3 partenaires + TL), Toronto (2 partenaires + TL) et Boston (1 partenaire + TL)
- Salons motoneige-quad de Québec et de Toronto (TL)

Production de trois dépliants d'information dédiés — plein air, ski et vélo — avec des codes QR qui redirigent vers Laurentides.com





Campagne de positionnement de la destination

Marchés : Québec 60 % et Ontario 40 %

Télé et médias sociaux : production de messages de 15 et 30 secondes, diffusés dans plus de 10 réseaux.

Thématiques été-automne 2024

[Villégiature](#), [Énergie](#), [Nature/Aventure](#), [Cyclotourisme](#), [Automne](#), [Gourmand](#)

Thématiques Hiver 2024-2025

[Temps des Fêtes](#), [Villégiature](#), [Énergie](#), [Aventure](#), [Printemps/cabanes à sucre](#)





Campagne Google Ads - mots-clés : annuel

- Impressions : **18 065 349**
- Clics : **399 976**

Campagne médias sociaux : Meta, (Facebook et Instagram), TikTok et YouTube : annuel

META

- Impressions : **193 208 256**
- Portée : **97 745 771**
- Interactions : **8 485 379**
- Taux d'engagement : **8,68 %**

TikTok

- Impressions : **3 840 643**
- Vues : **3 799 062**
- Portée : **872 396**
- Clics : **28 571**

YouTube

- Vues : **2 584 866**
- Impressions : **401 869**
- Interactions : **2 926**

Campagne médias imprimés et numériques : saisons été/automne et hiver/printemps

Winter's most magical playground!

Nestled in its cozy mountain setting, the Laurentians region rolls out its white carpet for a memorable snow trip. Known as a paradise for skiing, the great outdoors and winter fun, it has no shortage of options to stretch your legs and take a deep breath of fresh air. Top off these experiences with a wellness break in a Nordic spa, locally sourced gastronomy, or a festive après-ski at the foot of the slopes.

The Laurentians... magnificent!

bonjour québec laurentians.com 1 800 561-6673

Bienvenue dans la région des Laurentides, véritable paradis estival!

Avec ses panoramas à couper le souffle et sa nature intacte, la région se prête si bien aux expériences à vivre au grand air. Il faut dire que son gigantesque territoire, entre monts et vallées, donne envie de le parcourir. Que vous soyez un aventurier en quête de sensations fortes ou un adepte du far niente, cette région comblera toutes vos envies!

Pour couronner ces instants de plaisance, la région des Laurentides regorge d'hébergements chaleureux et uniques. Laissez-vous tenter par les auberges, les chalets nichés au bord d'un lac ou même prendre le temps de vous reconnecter avec la nature lors d'un séjour en camping ou en pourvoirie. Quelle que soit votre préférence, le plaisir, la détente et l'aventure seront toujours au rendez-vous!

Les Laurentides... la magnifique!

bonjour québec laurentides.com 1 800 561-6673

Votre météo quand ça compte vraiment!

COMMANDITÉ PAR

TOURISME LAURENTIDES

IN EVERY CORNER OF THE LAURENTIANS
International four-season holiday destination

The Laurentian region is renowned for its landscapes, attractions and the quality and diversity of its accommodation including near 50 establishments bearing the "Welcome cyclists!" classification. Come and enjoy your greatest cycling experience!

LE PETIT TRAIN DU NORD
Cycling holidays with baggage transportation from inn to inn for one or more days - a great adventure!

Accommodation and itinerary suggestions: 1 800 561-6673

ROAD circuits
6 cycling trails: discover our new 2023-2026 Official Cycling Map!

MOUNTAIN bike
Push your limits and discover our mountain scenery while practicing this adventurous sport.

AEROBIC CORRIDOR
The Aerobic Corridor offers a 58-km circuit which runs through wild landscapes dotted with lakes and green valleys, and winds up and down the fabulous Rivière Rouge. Come and take an unusual ride down nature's highway!

IRONMAN training circuit
A marked trail of over 90 km (Mont-Tremblant, La Conception, Labelle) designed for training to the Ironman standard.
Permanent, normalized signage helps to share the road in harmony.

bonjour québec cyclolaurentians.com • 1 800 561-6673

SKI

SKI DE FOND ET RAQUETTE

MOTONEIGE

Campagnes de positionnement d'expériences touristiques.

En partenariat avec les Associations touristiques sectorielles : ASSQ, ÉAQ, FQCQ, FCMQ.

Marché Québec

Fédération des Clubs Quad du Québec (FQCQ) – Partenaire de la Route Quad

En partenariat avec la FQCQ et les régions de Lanaudière, Chaudières-Appalaches et Centre-du-Québec, campagne promotionnelle des principales routes quad : page Web, Magazine Sentier Quad, infolettre, publicités réseaux sociaux de la Fédération et signalisation en sentier.

Fédération des clubs de motoneige du Québec (FCMQ)

- Participation à la carte interactive iMotoneige - accès aux cartes de tous les sentiers du Québec. Le tracé des sentiers et la localisation des entreprises inscrites à la FCMQ (Hôtels, pourvoiries, activités etc.) sont affichés.
- Participation en coop au Magazine Motoneige Québec.

Marchés Québec, Ontario et nord-est des États-Unis

Événements Attractions Québec (ÉAQ)

Participation aux campagnes multimédias numériques (Web magazine, Quebecvacances.com et bulletins).

Été/automne 2024 et hiver 2024-2025 en positionnement

Été : **2 527 451** sessions

Hiver : **1 238 903** sessions

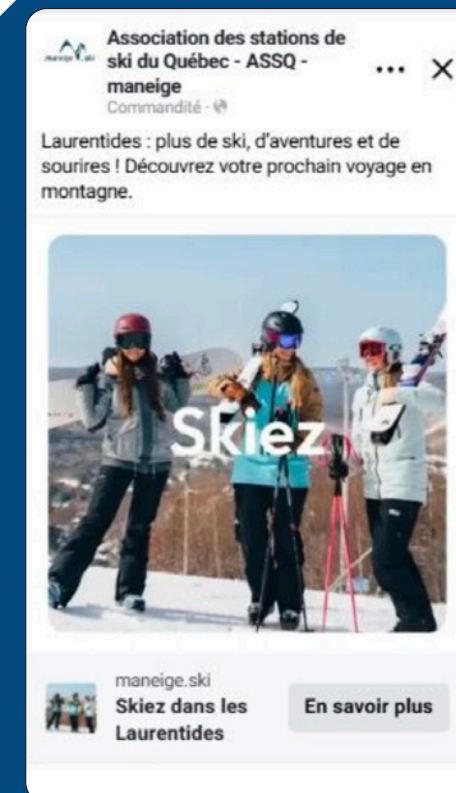
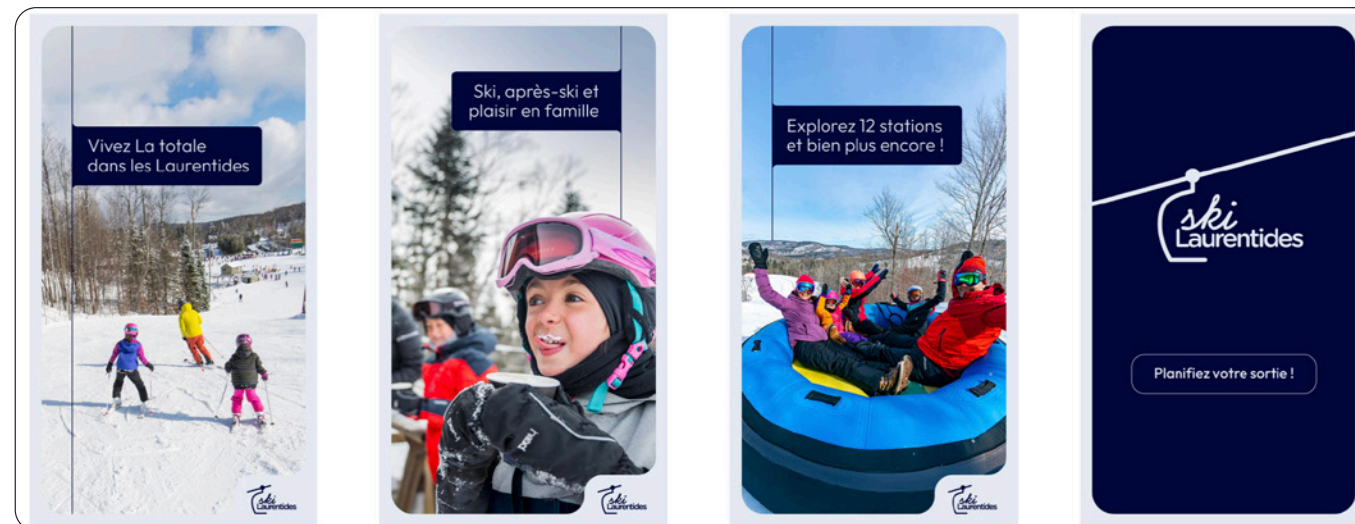
The collage features several promotional items for Les Laurentides. At the top left is a map titled 'NOUVEAU SENTIER RELIANT LES RÉGIONS DE L'OUTAOUAIS ET DES LAURENTIDES'. To its right is a brochure for the 'LAURENTIDES MOTONEIGE 2024-2025' festival, highlighting various activities and accommodations. Below the map is a flyer for 'TOUR D'OBSERVATION' at the Montagne du Diable. To the right of the festival brochure is a flyer for 'AUBERGE L'ÉTAPE' and another for 'LA POURVOIRIE 100 LAIS VOUS OFFRE L'IMMENSITÉ DES PAYSAGES'. At the bottom right is a flyer for 'FORAITS MOTONEIGE' and 'DES HÉBERGEMENTS POUR VOUS'.

The flyer for Les Laurentides features a large scenic image of a lake and mountains. The text at the top reads 'Quoi faire au Québec' and 'TOURISME LAURENTIDES'. The main headline is 'Les Laurentides : la magnifique... nature!'. Below this, it describes the region's natural beauty and activities, including skiing, hiking, and wildlife viewing. The flyer also mentions 'La villégiature et le ski' and 'L'expérience ultime du plein air!'. At the bottom, there is a small image of a person skiing and a link to 'En savoir plus'.

Marché Québec

Association des stations de ski du Québec (ASSQ)

- Campagne META : **751 855** impressions
- Infolettre :
 - **106 885** abonnés
 - Taux d'ouverture : **18,2 %**
 - Taux de clics : **4,6 %**
- Reels des 12 stations produites par le créateur de contenu Dan Boisvert - continuité de la campagne de l'ACSL
 - **5,57 M** de vues sur les vidéos
 - Engagement : **231 130**



Visibilité et positionnement

Production de contenu et participation financière aux campagnes de l'Alliance.

Participation aux comités pour la mise sur pied de nouvelles campagnes verticales pour le vélo et les sports d'hiver extrêmes (ski de montagne, longues randonnées, etc.).

NOM DE LA CAMPAGNE	MARCHÉ	RÉSULTATS
Route aventure en nature avec la Route des Explorateurs	France	9194 clics vers le site Web de la Route
Route aventure en nature	Ontario - Nord-est des États-Unis	É-U : 13 020 clics vers notre site Web Ontario : 29 659 clics vers notre site Web
Route Saveurs locales		
Route en famille		
Placement Netflix Canada	Canada	Positionnement sur cette plateforme
Courts séjours-automne	Ontario - Nord-est des États-Unis	27 284 clics vers notre site Web pour les deux marchés
Génération de demandes	Québec - Ontario	170 551 clics vers notre site Web
Collectif ski	Ontario - Nord-est des États-Unis	Déroulement de la campagne. Plus de 4 908 740 impressions et 14 838 clics
Collectif motoneige	Ontario - Nord-est des États-Unis	8 654 clics vers notre site Web
Courts séjours-hiver	Ontario - Nord-est des États-Unis	Campagne globale : 7 454 968 impressions et 92 227 clics
Génération de demandes - hiver	Ontario	70 370 clics vers notre site Web
La Presse Notre Québec été et automne	Québec	Été : 1 433 clics vers notre site Web Automne : 1 921 clics vers notre site Web Hiver : 1 416 clics vers notre site Web



Refonte site Web LAURENTIDES.COM

- Réflexion stratégique et refonte complète du site Laurentides.com. Intégration des micro-sites Chemin du Terroir et Route des Belles-Histoires. Déploiement de trois modes saisonniers avec vidéos pour chaque page. Intégration du blogue Laurentides.
- **Lancement du nouveau site Web : 12 février 2025**

Statistiques sur le site Web Laurentides.com afin d'assurer une performance optimale des campagnes en cours et des redirections soutenues vers les sites des membres.

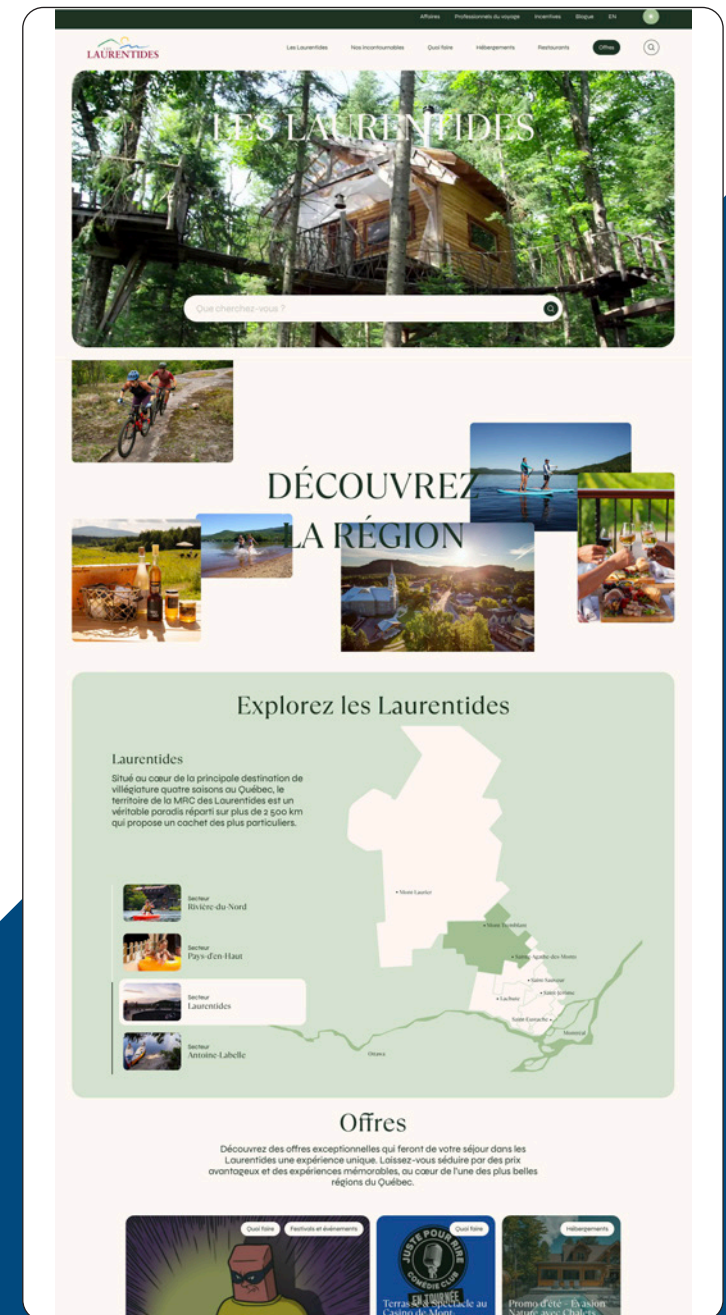
- Campagnes multi-médias de positionnement de la destination, campagnes en collaboration avec différents partenaires et de nombreuses autres actions de mise en marché ont généré entre le 1^{er} avril 2024 et le 31 mars 2025 :

Plus de **1 773 932** vues

Utilisateurs actifs : **748 503**

Durée d'engagement (par utilisateur actif) : **47 sec.**

Un problème technique a empêché un suivi des statistiques entre le 24 mai et le 27 juillet 2024.





Routes touristiques officielles : Le Chemin du Terroir et La Route des Belles-Histoires

Refonte des deux pages sur [Laurentides.com](https://www.laurentides.com)

Production et diffusion des nouvelles cartes

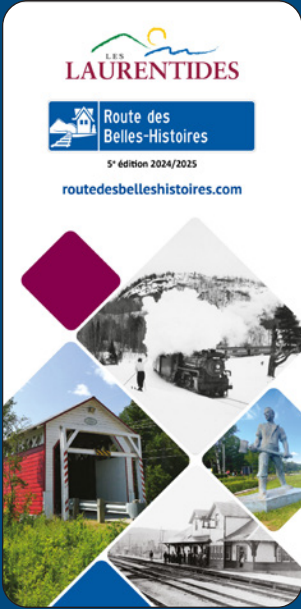
Promotion du Chemin du Terroir, de la Route des Belles-Histoires et du BaladoDécouverte de la RBH dans les campagnes de positionnement [Laurentides.com](https://www.laurentides.com) et campagne Google Ads spécifique aux deux routes

Chemin du Terroir :

- **35 430** sessions
- Impressions : **10 599 869**
- Clics : **112 232**

Route des Belles-Histoires :

- **6746** sessions
- Impressions : **2 723 925**
- Clics : **58 721**



Relations de presse et bourses médias

Représentation de Tourisme Laurentides et de ses membres auprès des médias sur tous nos marchés cibles.

Participation de Tourisme Laurentides aux événements médias suivants :

- Événement Bonjour Québec - New York - Mai 2024
- Conférence Travel Media Association of Canada (TMAC) - St-John's Newfoundland & Labrador - Juin 2024
- Événement Bonjour Québec - Mexique - Septembre 2024
- QuebecConnect Media Conference BQ - Toronto - Septembre 2024
- Événement médias dans le cadre de la Bourse Focus Canada - Mexique - Septembre 2024
- Soirée Bonjour Québec - Showcase Canada - France - Novembre 2024
- Bourses des médias de l'Alliance - Montréal et en virtuel - Octobre 2024 et Mars 2025
- Événement Bonjour Québec - Paris - Mars 2025
- IMM Paris Travel Media - Mars 2025

Tournées de presse de médias

Journalistes, producteurs, équipe télé et créateurs de contenu et influenceurs.

67 tournées - **133** participants

Provenant des marchés suivants : Québec, Ontario, reste du Canada, États-Unis, France, Belgique, Pays-Bas, Angleterre et Allemagne,





Commercialisation internationale - Nature d'Amérique

Le programme Nature d'Amérique représente **41 entreprises** et a pour objectif de consolider et/ou positionner les Laurentides sur les principaux marchés internationaux. Également inclus au programme, des actions auprès des clientèles pour le produit Incentive.

Participation à des bourses qui s'adressent à l'industrie et aux médias, tournées de familiarisation, placements médias et démarchage constant afin de favoriser le maillage entre entreprises et vendeurs (tours opérateurs, grossistes et réceptifs).

Participation de Tourisme Laurentides aux événements suivants :

- Mountain Travel Symposium, États-Unis - Avril 2024
- Rendez-Vous Canada, Canada - Mai 2024
- Expo Arlag, Mexique - Mai 2024
- Webinaire avec Travel Shop et Mundon Joven, Mexique - Mai 2024
- Événement de réseautage avec les membres de NA et les réceptifs : 57 participants, Mont-Blanc - Juin 2024
- Adventure Elevate, États-Unis - Juin 2024
- Salon IFTM Top Résa (B2B), France - Septembre 2024
- Bienvenue Québec et petit-déjeuner des acheteurs (B2B & B2M), Québec - Octobre 2024
- Focus Canada - Mexique - Novembre 2024
- Showcase Canada (B2B) + Soirée Bonjour Québec (B2M), France - Novembre 2024
- Formation interne Destination Canada (B2B & B2M), Allemagne - Novembre 2024
- Webinaire avec Jonview Canada - Décembre 2024
- Formations TO chez 6 voyagistes influents avec l'Alliance – Paris - Mars 2025



Tournées de familiarisation - industrie

Tour-opérateurs, réceptifs, grossistes, agents de voyage, représentants de lignes aériennes.

12 tournées coordonnées et accueillies :

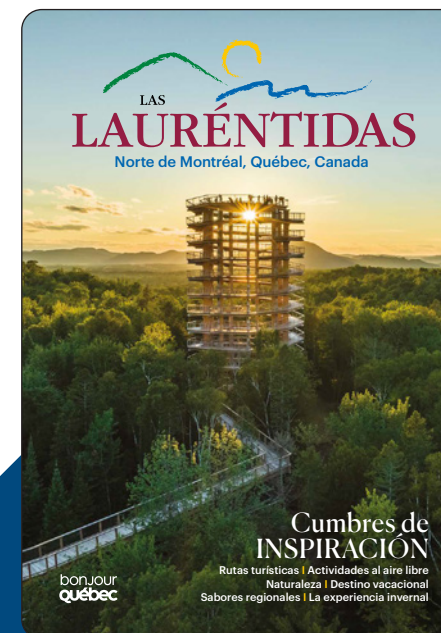
- 2 tournées avec Jonview Canada, TUI France et Canusa (Allemagne)
- 6 tournées en provenance de la France et du Mexique
- 4 tournées en provenance du Mexique et de la France

Placements Média

- Europe francophone
 - Meet & Travel MAG - Incentive
 - Magazine Tendances Nomad- Incentive
 - Magazine Direction Canada
 - Magazine Escapade
 - Émission télé France 24 - Tourmag
- France
 - Journal des voyages organisés (B2B) 2025 de Groupe voyages Québec
- Angleterre
 - Magazine Ski Club of Great Britain - imprimé et numérique
 - Blog Tui Crystal ski
 - COOP Trailfinders
- Allemagne
 - Magazine Kanada Reisen
- Mexique
 - Magazine National Geographic
 - Magazine Post Mag
 - Julia Tours
 - Viajes de Gala
 - Travel Shop
 - Méga Travel
 - Travel Report
 - Food & Travel

Refonte du Magazine de promotion Laurentides

- 4 langues : français, anglais, allemand et espagnol
- 1800 exemplaires et en ligne sur Laurentides.com

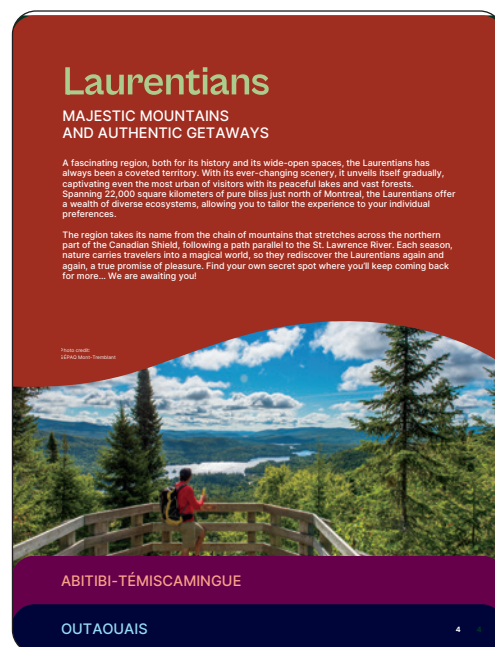
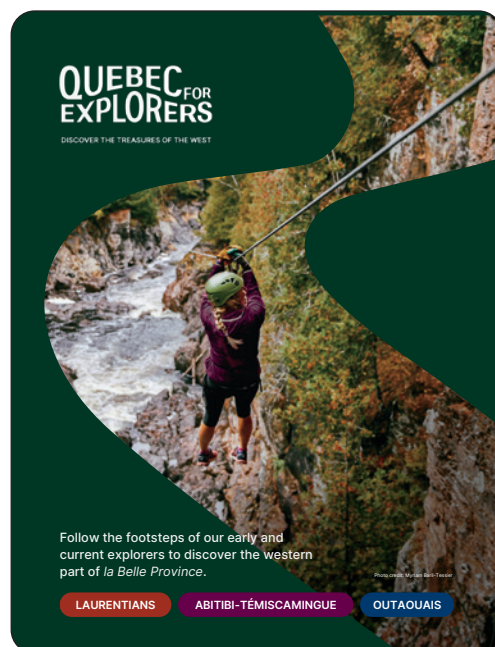


La Route des Explorateurs

LA ROUTE DES
EXPLORATEURS

- Nouvelle image de marque - Le Québec des Explorateurs
- Création d'un nouveau dossier de presse, des vidéos promotionnelles, d'une nouvelle carte, d'un gabarit de présentation pour les bourses, d'un nouveau site Web et d'un communiqué.
- Lancement de l'image de marque lors de Rendez-vous Canada 2025

QUÉBEC DES
EXPLORATEURS
CAP SUR LES TRÉSORS DE L'OUEST





Laurentides Affaires

Le programme Laurentides Affaires représente **49 entreprises** sur les marchés du Québec et de l'Ontario. Participation à des bourses, événements réseautages, tournées de familiarisation, placements médias et démarchage constant afin de positionner la région comme LA destination Affaires.

Comité consultatif formé de partenaires membres du programme : 3 rencontres

Participation de Laurentides Affaires aux événements suivants :

- Salon CM&E de Toronto - Août 2024 (500 personnes présentes)
- Reveal – Événement de réseautage à Toronto - Août 2024 (400 personnes présentes)
- Salon Momentum de Montréal - Août 2024 (300 personnes présentes)
- The Event – Salon de réseautage et de formations à Ottawa - Septembre 2024 (350 personnes présentes)
- Rendez-vous – Événement de réseautage à Ottawa - Septembre 2024 (175 personnes présentes)
- Événement de réseautage à Ottawa avec la participation de 11 partenaires - 25 planificateurs présents - Octobre 2024
- Événement de réseautage à Laval avec la participation de 13 partenaires - 22 planificateurs présents - Novembre 2024
- Destination Direct 2025 - Février 2025
- Reveal – Événement de réseautage à Ottawa - Février 2025
- Salon Tête-à-Tête Ottawa - Février 2025
- Salon Momentum Laval - Mars 2025

Site Web Laurentidesaffaires.com

9361 vues

5455 utilisateurs



Placements médias en positionnement et/ou en coop avec les partenaires

- Campagne média numérique avec La Presse+ dans les dossiers Réunions et Congrès - 11 septembre 2024 et 18 mars 2025.
- Campagne média imprimé dans Les Affaires - 22 septembre 2024
- Magazine CM&E-Corporate planning guide magazine - Janvier 2025
- Le Devoir, imprimé et numérique - 22 février 2025

Campagne sur LinkedIn : marché Québec

Campagne Google Ads - mots-clés : marché Québec et Ontario - annuel

- Impressions : **3 892 127** • Clics : **65 062**

Campagne numérique : marché Ontario - 1^{er} août au 31 octobre 2024.

- Impressions : **14M** • Clics : **20 046**

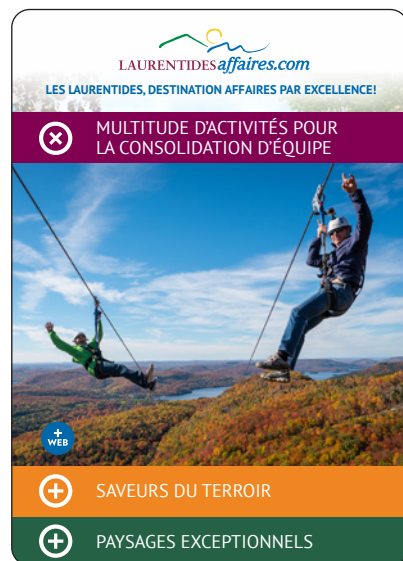
Envoi d'infolettres en français et en anglais avec teasers avant les événements réseautages à plus de 7000 destinataires

Envoi de teaser aux planificateurs qualifiés lors des événements réseautages (5 par année)

Envoi d'information aux planificateurs qualifiés lors de tournée de familiarisation

Représentation de Laurentides Affaires et de ses membres par une firme spécialisée

- Rapport de performance :
 - Appels : 10903
 - Clients potentiels : 290
 - Demandes sortantes : 28
 - Demandes entrantes : 5
 - Prises de rendez-vous : 5
 - Suivis planifiés : 268
 - Prospects qualifiés : 1108





Dans le cadre du programme Nature d'Amérique pour la commercialisation à l'international, appui au développement et à la mise en marché de deux nouveaux multiproduits hivernaux, hôtel de villégiature et pourvoirie, ayant pour cible la clientèle de groupes sur le marché de la France.

Mise en marché d'un séjour multiactivités au Grand Lodge Mont-Tremblant, en collaboration avec :

- Le Grand Lodge Mont-Tremblant
- D-Tour
- Tyroparc
- Centre d'activités nature Kanatha-Aki
- Au gré des saisons
- Cabane à sucre Les Rondins

3 tournées de familiarisation afin de connaître les forfaits (réceptif GVQ) :

- Force de vente du tour-opérateur Visage du Monde
- Force de vente du tour-opérateur Kosmo Travel
- Équipe groupe de GVQ
- Participation au salon B2B des groupes Visages du Monde à Dinan le 14 mars 2025 dans le but de rencontrer la force de vente et d'offrir une formation sur le produit.

Développement d'un séjour multiactivités en pourvoirie pour 2025-2026.





Développement et structuration de l'offre

Développement de compétences internes en tourisme durable et responsable

Formation en tourisme responsable et durable avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

- 14 capsules de formation
- 5 heures d'accompagnement individuel
- 1 plan d'action en tourisme responsable et durable
- Axe stratégique 1 : Innovation (mobiliser et engager les entreprises touristiques de l'ensemble du territoire des Laurentides dans l'adoption de pratiques touristiques durables et responsables)
- Axe stratégique 2 : Mobilité durable (favoriser la mobilité durable vers les attraits touristiques de la région des Laurentides)
- Axe stratégique 3 : Approvisionnement responsable et local (favoriser l'approvisionnement responsable et local au sein des entreprises touristiques de la région des Laurentides)

Formation en adaptation aux changements climatiques avec Ouranos

- 6 heures de formation
- 4 capsules d'information
- 5 heures d'accompagnement individuel
- 1 plan d'action sur l'impact et l'adaptation aux changements climatiques dans le secteur touristique.
Objectif principal : sensibiliser et soutenir les entreprises et les destinations touristiques de la région des Laurentides via l'innovation, la structuration et la bonification d'une offre touristique 4 saisons qui soit durable et responsable
- Axe stratégique 1 : développer des initiatives en adaptation aux changements climatiques basées sur de véritables besoins et priorités des acteurs concernés





Engagement de Tourisme Laurentides envers un tourisme durable et responsable, appuyé par GreenStep

- Lettre d'engagement publique
- Certification de l'organisation - Bronze
- 2 cohortes de formation pour 11 entreprises sur le développement durable

Déploiement du Plan montagnes

- Accompagnement de 3 entreprises et développement d'outils sur la thématique de l'économie circulaire et de l'approvisionnement local et responsable par Synergie Économique Laurentides
- 7 projets financés et en cours de développement, 1,6M octroyés dans l'ensemble de la région (Notre-Dame-du-Laus, Sentier des cimes Laurentides, Société de plein air des Pays-d'en-Haut (SOPAIR), MRC des Laurentides, Éco-corridors Laurentiens, Parc régional Kiamika)



Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme EPRTNT 2022-2025

- En vertu de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) avec le ministère du Tourisme (MTO), ce fonds de 2 217 000 \$ vise à renouveler et bonifier l'offre touristique en région en fonction du Cadre d'intervention 2021-2025 - Agir aujourd'hui - Transformer demain, du Plan d'action pour un tourisme responsable et durable 2020-2025 et des priorités régionales. Mis en place pour les exercices 2022-2023, 2023-2024 et 2024-2025 par le ministère du Tourisme, une somme de 786 600 \$ a été confirmée pour la troisième année, sur laquelle des frais de gestion de 7,5 % ont été appliqués. Pour cette même année, l'engagement de Tourisme Laurentides est de 500 000 \$ via la taxe sur l'hébergement. C'est une somme totalisant 3,8 millions de dollars qui a été accordée, en collaboration avec Tourisme Laurentides, pour appuyer 99 projets retenus.
- Des sommes ont été engagées à la suite de l'approbation des projets par les comités de gestion de l'EPRTNT en juin et décembre 2024. Les contributions du MTO et de Tourisme Laurentides ont été déboursées en juillet 2023 à la suite de la signature des conventions par les promoteurs et du respect des exigences du programme. De plus, plusieurs projets ont pu être complétés au cours de l'année 2024-2025 et les montants finaux de leur contribution ont été versés avant le 31 mars 2025.



Restructuration du « Living Lab » Laurentides afin de mieux répondre aux besoins régionaux

- Embauche d'une firme externe (LLIO) pour la création d'un guide pour la restructuration d'un laboratoire d'expérimentation de solutions innovantes qui répondent aux enjeux touristiques territoriaux de la région des Laurentides.

Création et déploiement pilote d'un nouveau programme d'accompagnement et d'appui aux entreprises touristiques de la région des Laurentides : NEXUS LAURENTIDES

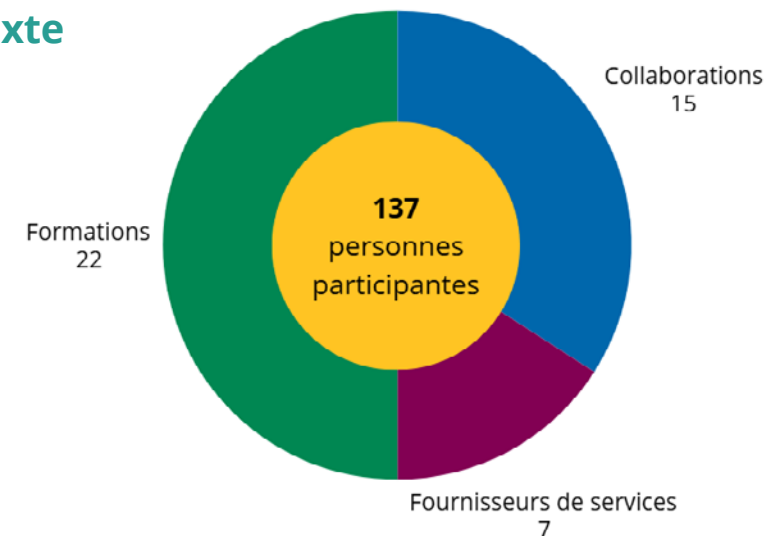
- Tournée régionale dans 4 secteurs du territoire (Hautes-Laurentides, Basses-Laurentides, Coeur-des-Laurentides). 60 membres présents, 4 conférenciers, 8 ateliers animés.
- Cohorte 1 :
 - 10 entreprises
 - 3 partenaires de formations
 - 12 heures de sensibilisation sur la thématique de l'innovation
 - 12 heures de formation pour 2 groupes (sujet 1 - Les ressources humaines et la gouvernance; sujet 2 - La commercialisation)





Déploiement d'un projet de formation intitulé "Sentiers résilients et adaptés en contexte de changement climatique", visant à aider les gestionnaires à évaluer et à prévenir les risques en capital humain, matériel et financier, en lien avec les enjeux du changement climatique

- 15 collaborations
- 7 fournisseurs de services
- 22 formations
- 1 nouveau milieu de pratique en plein air - Nautique
- 3 nouveaux webinaires aux thématiques élargies
- 137 participants et participantes



Service de l'accueil

Opération du Bureau d'information touristique Laurentides à la Porte-du-Nord

Analyse continue des besoins en ressources humaines et adaptation des horaires. Entre le 1^{er} avril 2024 et le 31 mars 2025 nous avons accueilli 5 101 visiteurs, une baisse de 25 % par rapport à l'an dernier.

Programme de signalisation des équipements touristiques privés

En collaboration avec l'Alliance, le ministère du Tourisme et le ministère des Transports et de la Mobilité durable. En cas de sélection, où plus de trois entreprises désirent un affichage sur la même installation, Tourisme Laurentides applique une grille régionale complémentaire à celle du MTO.

Une seule sélection en 2024 à la sortie 23 de l'autoroute 15 Nord.

Poursuite des liens avec les responsables des lieux d'accueil de la région afin de favoriser la concertation régionale en matière d'accueil



Organisation d'une journée régionale en accueil pour le personnel des bureaux d'information touristique de la région, le 11 juin 2024.

Participation à la Table nationale des responsables de l'accueil et organisation de la Table régionale des responsables en accueil des Laurentides.

Soutien financier pour les services d'accueil et de renseignements touristiques du ministère du Tourisme.

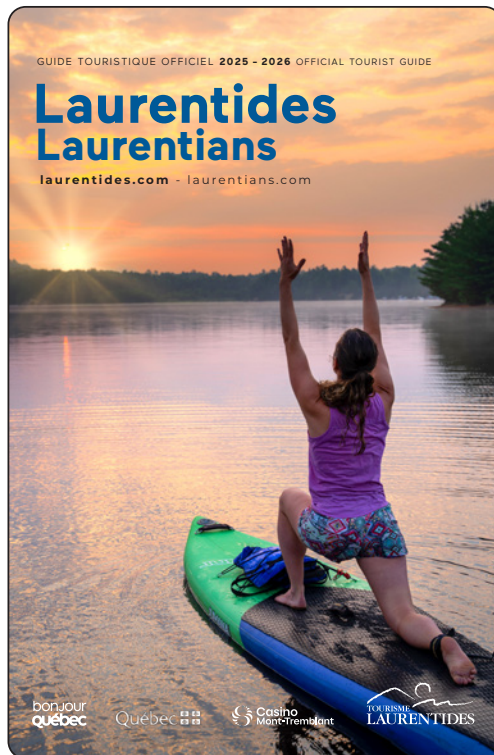
Le soutien découle de la mesure 2 du Plan d'action Bonjour Accueil du MTO.

Volet 1 : conception d'une stratégie de rehaussement des services d'accueil sur notre territoire pour le déploiement de la marque Bonjour Québec et/ou l'intégration du numérique. Le projet déposé consiste en l'installation de bornes d'information touristique et de comarquage avec la marque Bonjour Québec, Tourisme Laurentides et les identités des organismes locaux. Une subvention de 49 500 \$ a été accordée à Tourisme Laurentides pour le volet 1. La firme Experisens de l'ITHQ a été mandatée pour l'élaboration de la stratégie de rehaussement de l'accueil qui a été dévoilée en juin 2025.

Volet 2 : déploiement de la stratégie de rehaussement de l'accueil. Ce volet vise à soutenir les gestionnaires des services d'accueil identifiés dans l'adaptation, la réalisation et le déploiement du projet présenté dans le volet 1 de la mesure. Cinq bureaux d'information répondent aux critères et sont admissibles : Porte-du-Nord, Saint-Eustache, Saint-Sauveur, Info Mont-Tremblant et Mont-Laurier. Chacun des bureaux a obtenu une subvention de 49 500 \$. Les bornes d'information touristique seront installées au courant de l'automne 2025. Il s'agit d'un projet pilote pour la région qui pourrait, selon les résultats, s'étendre ailleurs sur le territoire.

Production de documentation papier présentant les offres d'escapades pour développer la rétention client

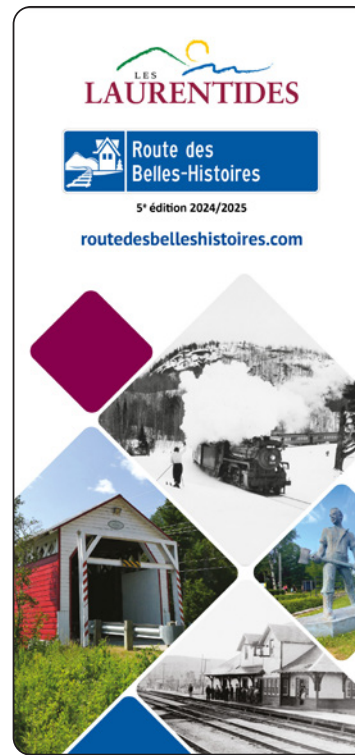
Analyse annuelle des besoins et ajustement du nombre de copies imprimées. En 2024-2025 six documents promotionnels ont été produits et imprimés.



70 000 copies bilingues



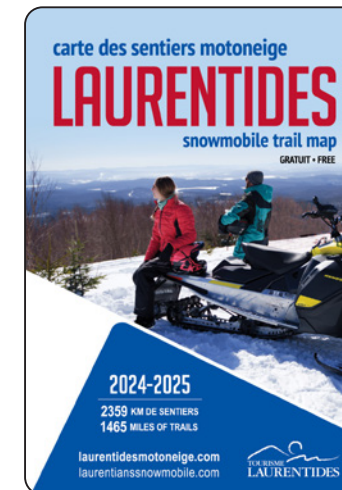
40 000 copies bilingues



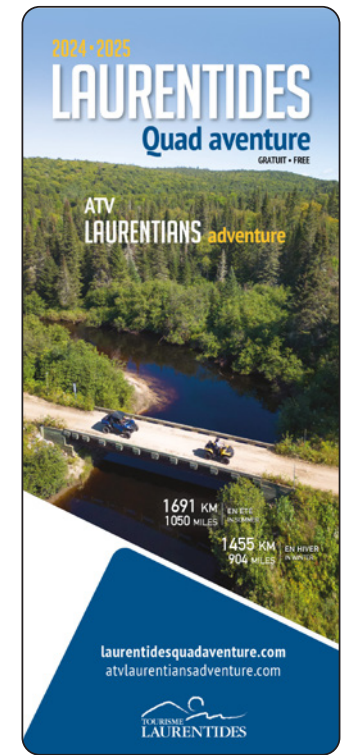
10 000 copies bilingues



17 000 copies FR
4500 copies ANG



60 000 copies bilingues



40 000 copies bilingues

Service aux membres

Infolettre bimensuelle destinée aux membres



Chaque édition de l'infolettre comprend :

- Les nouvelles de Tourisme Laurentides
- Les actualités de l'industrie touristique québécoise
- Les offres promotionnelles en cours ou à venir
- Ainsi que tout autre sujet d'intérêt pour nos membres (formations, événements, appels à projets, etc.)

Cette approche permet non seulement de centraliser l'information, mais aussi de mieux respecter le temps de nos membres, en évitant la multiplication des envois ponctuels. Elle contribue également à renforcer l'engagement et la fidélité de notre réseau en assurant une communication régulière, pertinente et professionnelle.

Alliance de l'industrie touristique : nos membres peuvent devenir des entreprises affiliées.

Intégration d'un processus de consentement pour les membres de Tourisme Laurentides souhaitant adhérer à titre de membres affiliés entreprises de l'Alliance. 75 entreprises se sont affiliées en 2024-2025. Veille continue au respect des conditions de l'entente avec l'Alliance ainsi qu'un droit de regard sur les communications en provenance de l'Alliance pour diffusion aux membres de Tourisme Laurentides.

Mise à jour de la plateforme CRM (Eudonet) afin d'assurer un partage des données avec le nouveau site Web

L'analyse des plateformes CRM a confirmé le choix d'Eudonet pour sa simplicité et sa capacité à s'intégrer avec WordPress (nouveau site Web). Migration vers la solution Asso-Pro.

En parallèle à la refonte du site Web, une migration des informations des membres vers la plateforme Eudonet a été effectuée pour les fiches Web et un extranet a été créé pour les membres.

Lancement du nouveau portail Eudonet pour les membres, simultanément au lancement du nouveau site Web.

Analyse des solutions de facturation des programmes et des adhésions via la plateforme Eudonet. Les travaux sont en cours et le lancement a été effectué au printemps 2025, en synergie avec l'intégration de la nouvelle plateforme de comptabilité.



Tournées de familiarisation régionales

Au printemps 2024, les membres de l'équipe de Tourisme Laurentides ont pris part à trois tournées de familiarisation à travers le territoire. Ces visites avaient pour objectif de mieux connaître la région et d'aller à la rencontre de nos membres sur le terrain.

Ces tournées ont permis de rencontrer une vingtaine d'entreprises touristiques réparties dans l'ensemble de la région, favorisant ainsi un échange direct, une meilleure compréhension des réalités locales et le renforcement des liens avec notre réseau.



Coeur des Laurentides – 3 mai 2024



Basses-Laurentides – 23 mai 2024



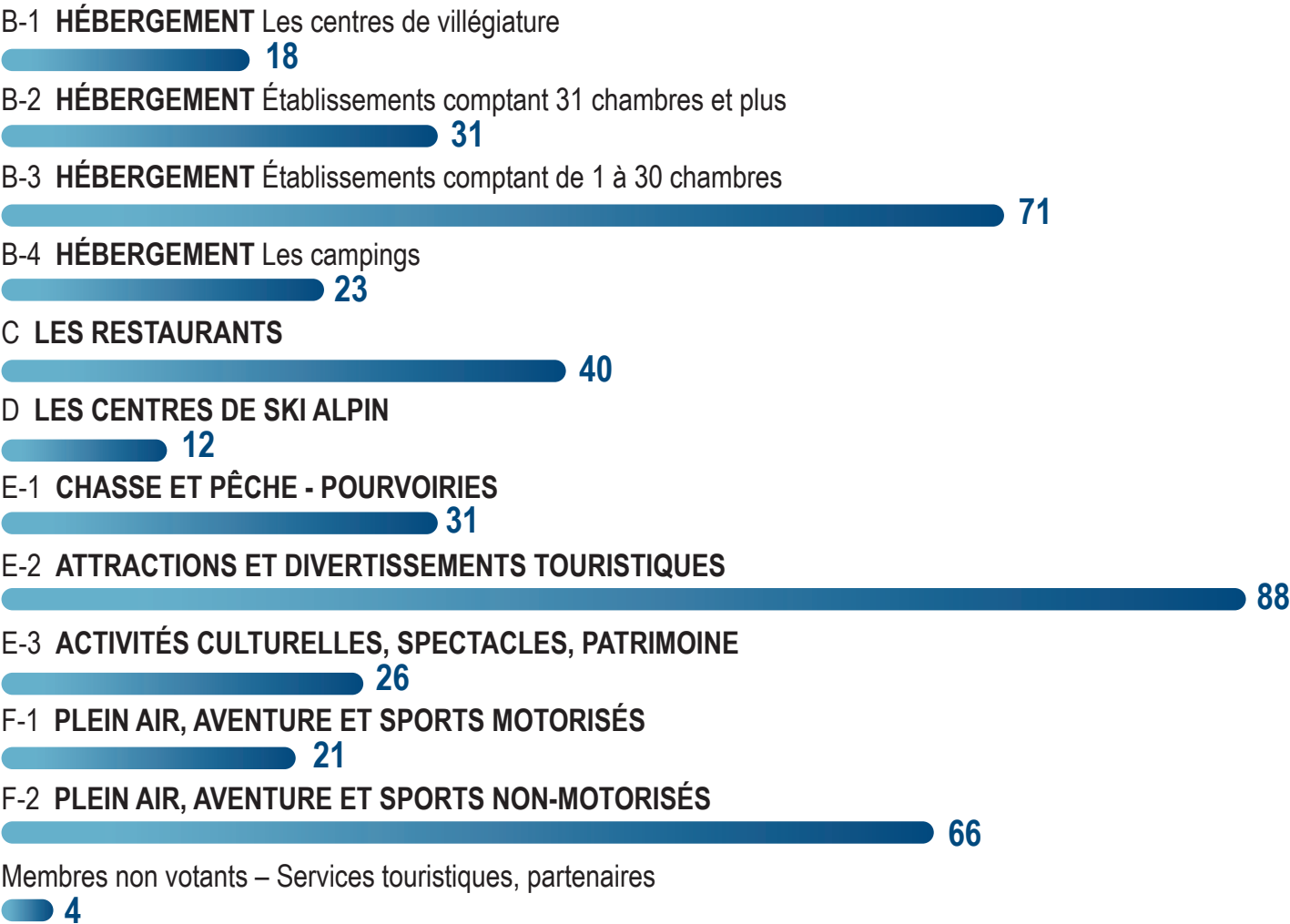
Hautes-Laurentides – 29 mai 2024



État du membership (au 31 mars 2025)

472 membres en 2024-2025 : 431 entreprises touristique et 41 membres associés

CATÉGORIES DE MEMBRES - ENTREPRISES TOURISTIQUES :



TOTAL ENTREPRISES TOURISTIQUES : 431

MEMBRES ASSOCIÉS :



TOTAL MEMBRES ASSOCIÉS : 41

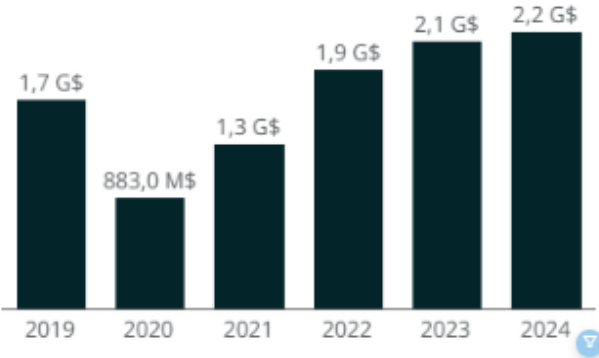
Performance des hébergements touristiques – Indicateurs clés pour la région des Laurentides en 2024-2025

Chaque année, des millions de visiteurs viennent découvrir la richesse de notre patrimoine naturel et culturel, soutenant ainsi des centaines d’entreprises locales dans des secteurs variés tels que l’hébergement, la restauration, le commerce, les activités récréotouristiques et les services. Cette affluence répartie sur les quatre saisons génère des retombées économiques de plus de 2,2 G\$ ¹ pour la région, dont 402 M\$ provenant de marchés étrangers. Elle crée et maintient plus de 22 000 emplois de qualité dans plus de 1 700 entreprises², et dynamise nos centres-villes, nos villages et nos territoires ruraux.

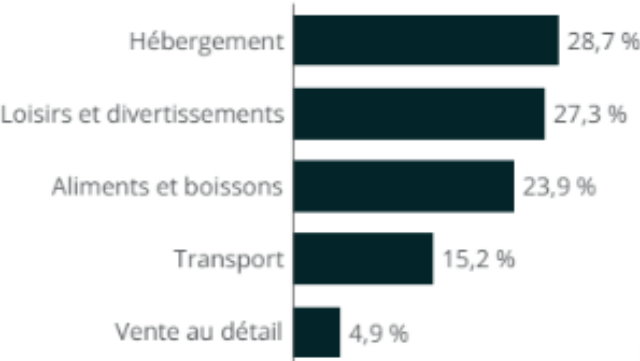
Performance touristique

Les dépenses touristiques régionales démontrent des signes de stabilisation depuis les années difficiles liées à la pandémie.

Dépenses totales en 2019-2024 ▼



Dépenses par catégorie en 2024 ▼

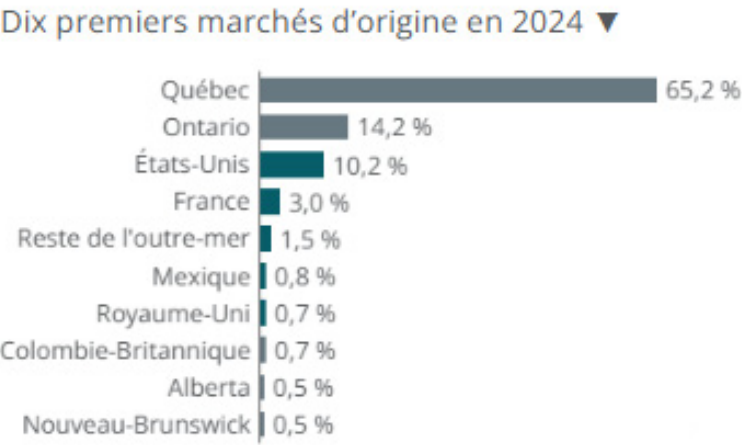


1 Consortium des données touristiques canadiennes, répartition par région, année 2024

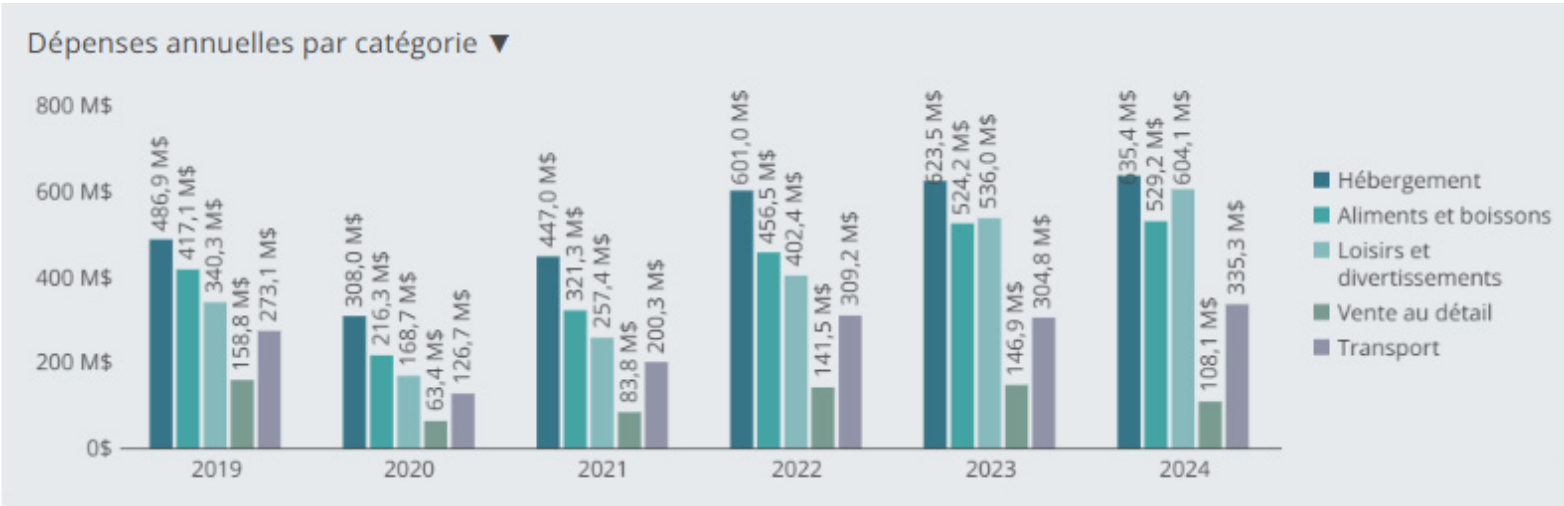
2 Répartition des entreprises associées au tourisme au Québec, 2023



Avec plus de 65 % des clients-visiteurs provenant du Québec, ce marché demeure le plus important pour la région. Par contre, les marchés de l'Ontario et des États-Unis se démarquent, avec plus de 14 % et 10 % des parts de marché, respectivement.



En analysant la performance par secteur depuis 2019, la plupart des secteurs ont démontré une croissance continue, allant de 23 % (transport) à plus de 77 % (loisirs et divertissements). Par contre, le secteur de la vente au détail est en baisse de presque 33 %, ce qui témoigne de l'impact de la vente du commerce en ligne et des grands détaillants sur les commerces de détail de la région.



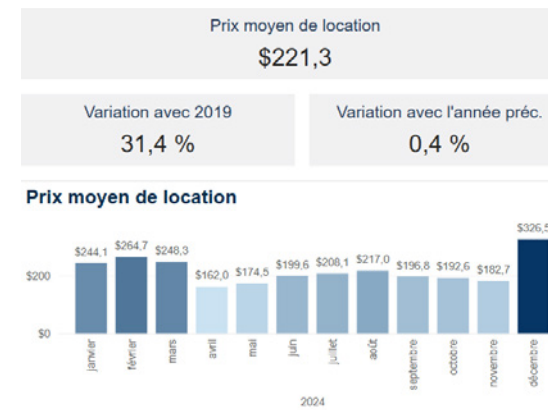
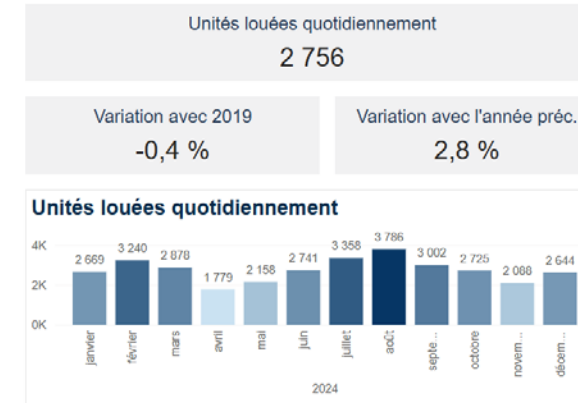
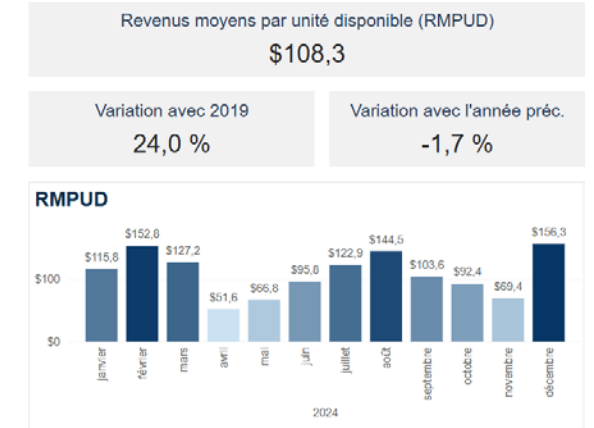
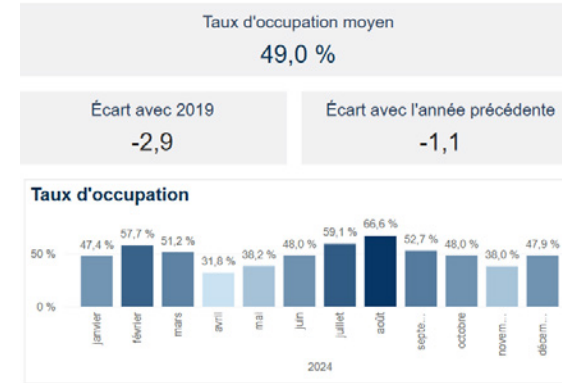
Source : Destination Canada, Consortium de données sur les dépenses touristiques canadiennes, Rapport des dépenses alignés sur l'hébergement.

Performance hébergement

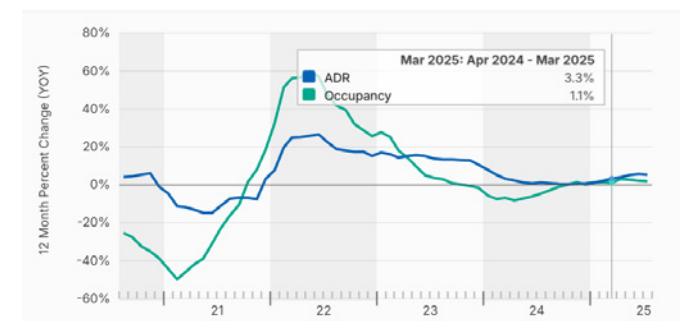
La performance du secteur de l'hébergement en 2024 est **légèrement en baisse** par rapport à 2019 et 2023 en termes de taux d'occupation et de **revenu moyen par unité disponible (RMPUD)**.

Malgré cela, le **nombre d'unités louées a augmenté** par rapport à l'année précédente.

Le **prix moyen de location est demeuré stable** par rapport à 2023 mais a subi une augmentation substantielle depuis 2019 de 31,4 %. Par contre, la légère variation du taux d'occupation depuis 2019 démontre une certaine stabilité des visites avec hébergement, malgré la hausse importante du prix moyen.



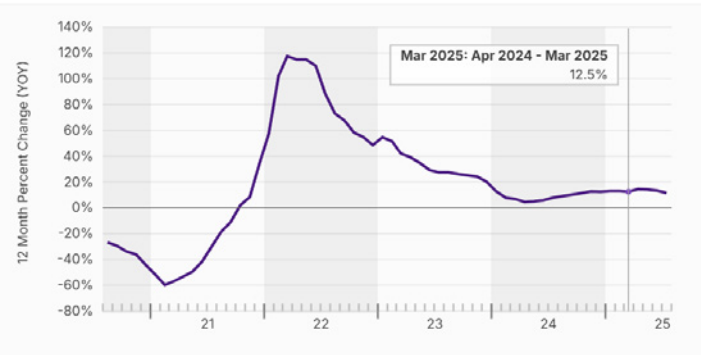
Occupancy & ADR Change



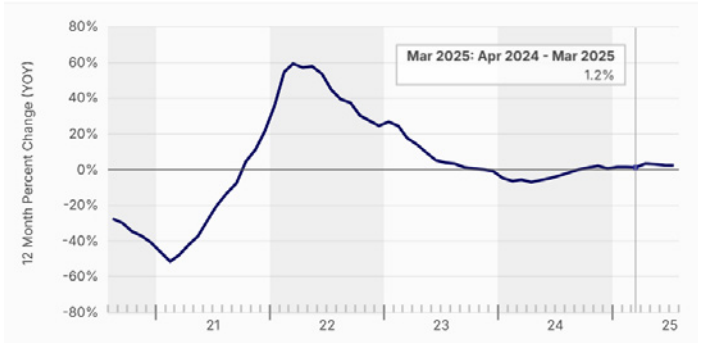


Le revenu moyen par unité (RMPUD) a **augmenté de 12,5 %** par rapport à la même période l'année précédente, démontrant une certaine prospérité de l'ensemble des hébergements en région.

Variation RMPUD

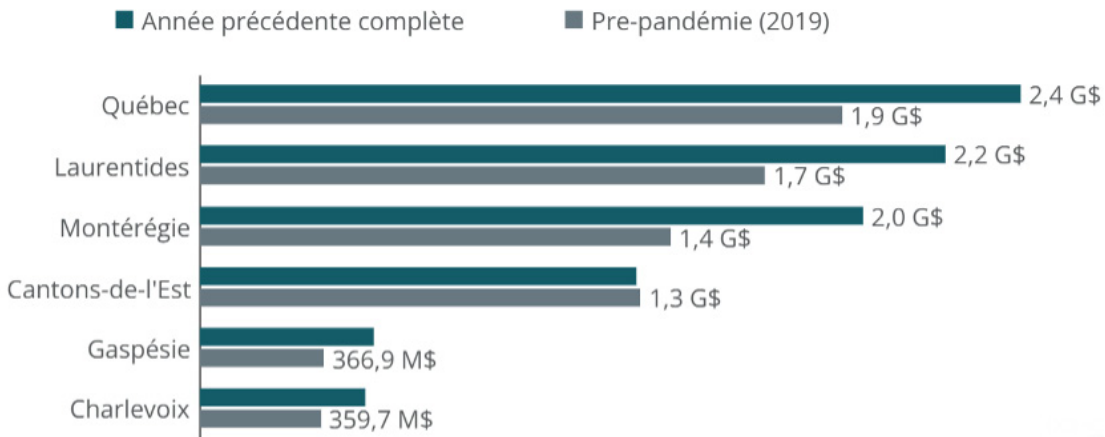


Variation demande



En somme, la destination des Laurentides confirme son statut de **troisième pôle touristique en importance au Québec**, derrière Montréal et Québec.

Dépenses totales pour l'année précédente et 2019



Depuis la fin de la pandémie, les dépenses touristiques affichent une progression soutenue, portée notamment par les secteurs des loisirs, du divertissement et de la restauration, tandis que d'autres segments, comme l'hébergement et le transport, affichent davantage de stabilité. Bien que des défis tels que la pénurie de main-d'œuvre et l'inflation des coûts d'opération pèsent sur certaines activités, la performance globale démontre la résilience et l'attrait constant de la région auprès des clientèles québécoise, ontarienne, américaine et internationale.

Grandes lignes

- Assurer le suivi des livrables liés à l'Entente-mandats 2022-2026 et à la participation aux rencontres des partenaires ATR du MTO.
- Tenue de 7 rencontres régulières du Conseil d'administration et du comité exécutif.
- Reddition de comptes, préparation de l'audit et des rapports financiers.
- Tenue de l'Assemblée générale annuelle, le 1^{er} octobre 2024 au AX Hôtel Mont-Tremblant, 40 participants et présentation de conférences par Paul Arseneault (Professeur au département de marketing de l'ESG-UQAM et expert en tourisme) et William Hogue (gestionnaire du développement des affaires chez GreenStep).
- Complétion de la mise à jour des procédures et politiques liées à la loi 25 (protection de la vie privée).
- Analyse et mise en œuvre des procédures liées au régime intérimaire et à la santé et sécurité au travail (CNEST), incluant le recrutement et l'intégration d'un comité interne de santé et de sécurité au travail.
- Travaux d'entretien de la Maison du tourisme (fenêtres, balcon, terrassement, mur pare-feu au sous-sol).



- Participation active aux activités et obligations liées au partenariat avec l'Alliance.
- Diffusion et sensibilisation régionale au mandat de Tourisme Laurentides, dont la présentation du PSDTDL 2023-2030.
- Adoption de politiques internes (télétravail, protection des renseignements personnels afin de se conformer à la loi 25, politique sur la prévention du harcèlement au travail).
- Analyse, mise en œuvre d'une transition et migration de la gestion des dossiers vers le nuagique (OneDrive et SharePoint) et intégration d'outils de communications virtuels (Teams).
- Envoi des résultats du tableau de bord 2023-2024 et dépôt du plan d'action 2025-2026 à l'Alliance.



Participation active en région

- Administrateur au CA de Culture Laurentides.
- Administrateur (ex officio) au CA de l'Association de villégiature Tremblant (AVT)
- Administrateur (ex officio) au Comité des citoyens du parc national du Mont-Tremblant (Sépaq).
- Coordination des activités de l'Association des centres de ski des Laurentides (comptabilité, administration, planification et coordination de la campagne de mise en marché).
- Participation à de multiples rencontres et assemblées d'organisations régionales (ex. CPERL, SADC Laurentides, Synergie économique Laurentides, Connexion Laurentides, P'tit Train du Nord).
- Présentations du mandat et objectifs de Tourisme Laurentides (Chambres de commerce régionales, TeCar Laurentides)
- Membre du Conseil de leadership des destinations canadiennes de Destinations International.

Équipe de Tourisme Laurentides (en date de juillet 2025)

◆ Administration

Martin Lacelle – Directeur général

Carole Leclerc – Adjointe à la direction générale

Stéphanie Halford-Boudreau – Secrétaire administrative/ services aux membres

◆ Marketing

Manon Lefebvre – Directrice marketing

Alex Ann Abel – Spécialiste marketing

Fabienne Hervé – Représentante commercialisation et relations de presse internationales

Lucie Gallant – Adjointe au marketing

Janie Bolduc-Jacob – Coordinatrice, tourisme d'affaires

- Médias

Mélanie Poirier – Gestionnaire médias

Élisabeth Legault – Agente, projet marketing

Valérie Fortier (contractuelle) – Relations de presse Canada et États-Unis

- Campagnes

Lilianne Vaillancourt – Coordinatrice de campagnes

Josée Laverdure – Infographiste

Frédéric Dubé-Mercure – Chargé de projet marketing

- Web

Kim Paulin – Gestionnaire Web

Stéphane Blanchard – Webmestre



◆ Développement

Myriam Miron-Lalonde – Gestionnaire, développement durable de la destination

Caroline Asselin – Coordinatrice de projets, développement durable

Francis Picard – Agent de projet de la destination

Amélie Lalonde – Responsable des programmes de financement MTO et analyste stratégique

◆ Finances

Nathalie Rodrigue – Gestionnaire des finances

Manon Roussel – Coordinatrice des services comptables

Chantal Trottier – Commis-comptable

Diana Melgar – Responsable des ressources financières/gestion des programmes et ententes

◆ Accueil

Natalie Danis – Directrice Accueil & Services aux membres

Éléonore Le Grand – Agente principale, accueil et services d'information touristique

Justine Laroche – Agente, accueil et services d'information touristique

Marie-Michèle Fortin – Préposée, accueil et services d'information touristique

Tourisme Laurentides remercie les membres de son conseil d'administration 2024-2025



Stéphane Michaud – Président
F2-Plein air, aventures et sports non motorisés

Simon Pagé – Vice-président
E2-Attractions et divertissement touristiques

Marie-Josée Leroux – Trésorière
B1-Hébergement – Centres de villégiature

Delphine Elefante – Secrétaire
B2-Hébergement – Établissement comptant 1 à 30 chambres

Alexandre Brousseau – Administrateur exécutif
B4-Campings

Alexandre Saey – Administrateur
F1-Aventure motorisée (activités de loisirs)

Alexandre Gélinas – Administrateur
E3-Activités culturelles, spectacles, patrimoine

Isabelle Émond – Administrateur
D-Centres de ski alpin

Sébastien Dumoulin – Administrateur
E1-Pourvoiries

Jeganaden Thungavelu (Amba) – Administrateur
B2-Hébergement – Établissement comptant 31 chambres et plus

Hugues Néron – Administrateur
C-Restaurants