

BILAN

2025

PERFORMANCES TOURISTIQUES
ET ORGANISATIONNELLES



Mot de la présidente et de la directrice

Chers membres et partenaires,

L'année 2025 le confirme : Québec s'impose durablement parmi les destinations les plus prisées au monde. Elle démontre également que notre industrie sait se renouveler et croître, même dans un environnement en transformation rapide, et surtout, que les efforts déployés au cours des dernières années portent leurs fruits.

Ce bilan en fait la démonstration, avec des résultats qui parlent d'eux-mêmes.

Des retombées économiques et des jalons historiques

Cette année, avec une croissance soutenue de plus de 10 % pour une deuxième année consécutive, les dépenses touristiques ont atteint 2,7 milliards de dollars, un sommet historique. Une fois de plus, la région a affiché le meilleur taux d'occupation hôtelier au Canada durant le temps des Fêtes, et le nombre de vols vers la région a progressé de 23 %. Ces résultats sont d'abord ceux des artisans, des entreprises et des partenaires d'ici qui font battre le cœur de notre destination au quotidien.

Parmi les moments phares de l'année, la première sélection du Guide MICHELIN à Québec constitue un jalon marquant dont toute l'industrie peut être fière. Elle consacre le talent de nos chefs, de nos artisans et de nos producteurs, et positionne la région comme destination gastronomique de calibre international.

Pour la première fois de son histoire, le Port de Québec a accueilli une croisière hivernale, ce qui témoigne de l'attractivité de Québec en toutes saisons et de l'audace d'une industrie touristique qui n'a pas froid aux yeux.

Un rayonnement mondial sans précédent

Sur le plan de la visibilité, 2025 a été une année remarquable. Grâce à la mobilisation de l'ensemble de l'industrie et de nos partenaires, Québec a accueilli le congrès TBEX, le plus grand rassemblement de créateurs de contenu de voyage en Amérique du Nord, ainsi que les éditeurs de Travel Classics.

Les 513 créateurs accueillis ont généré quelque 5 700 publications sur les médias sociaux.

Au total, 1 121 journalistes, experts du voyage et créateurs de contenu ont fait rayonner notre destination auprès de leurs communautés, une visibilité qui profite à toute l'industrie.

Ancrer l'avenir dans un tourisme durable

La croissance que nous bâtissons ensemble est importante, mais elle est aussi durable. En plus du renouvellement de la certification Biosphère, qui avait fait de Québec la première destination francophone au monde à détenir cette reconnaissance, nous sommes passés du 38e au 23e rang mondial au Global Destination Sustainability Index. Ces accomplissements confirment que ce virage est bien réel et témoignent de l'engagement de notre communauté d'entreprises.

Dans les prochaines années, nous poursuivrons cette lancée en misant notamment sur le tourisme printanier, les événements sportifs d'envergure et le développement du tourisme d'affaires, des leviers complémentaires qui contribueront à un achalandage plus équilibré et durable.

Cette année marque également la fin d'un cycle important, qui nous a permis de diversifier nos marchés, de renforcer notre rayonnement international et d'ancrer le tourisme durable au cœur de nos pratiques. Nous amorçons la suite avec des fondations solides.

Derrière ces résultats se trouve un travail collectif remarquable porté par nos membres, l'ensemble des acteurs de l'industrie touristique et les citoyens de Québec, dont l'accueil chaleureux contribue largement à l'expérience des visiteurs. Ils témoignent également de l'expertise et du professionnalisme des équipes chez DQC, dont le talent constitue une force essentielle à notre succès.

Merci pour votre engagement indéfectible. Grâce à vous, Québec est une destination qui ne finit pas de surprendre.



Samantha McKinley
LA DIRECTRICE,
SAMANTHA MCKINLEY



Lucie Charland
LA PRÉSIDENTE,
LUCIE CHARLAND

QUÉBEC DESTINATION AFFAIRES 2025

L'année 2025 a consolidé l'élan amorcé l'an dernier pour Québec Destination affaires (QDa), marquant l'achèvement du Plan stratégique 2023-2025 avec des résultats qui témoignent de la vitalité exceptionnelle de la destination. Grâce à une présence accrue sur les marchés clés et à une collaboration étroite avec des partenaires, Québec continue de s'imposer comme une destination de choix pour le tourisme d'affaires.

L'équipe de QDa a maintenu un rythme soutenu d'activités promotionnelles à travers le monde. La tournée promotionnelle de QDa a permis de renforcer les liens avec les décideurs de l'industrie, de démontrer le savoir-faire de la région et de promouvoir les infrastructures uniques à destination. Ces efforts se traduisent par un volume d'affaires robuste requérant un suivi rigoureux des opportunités générées tout au long de l'année pour favoriser la conversion.

Réalisations 2025

Occasions d'affaires et activités de promotion

Les efforts de prospection ont porté leurs fruits, permettant d'engendrer des résultats tangibles pour l'économie locale :

712

occasions d'affaires
générées

233

confirmations obtenues,
garantissant la tenue
d'événements majeurs dans
les années à venir

598

nouveaux comptes créés,
élargissant ainsi la base de
clients potentiels

60

activités de promotion,
incluant une importante
tournée promotionnelle en
autocar dans les régions de
Toronto et d'Ottawa

62

visites d'inspection, dont
63 % se sont conclues avec
une confirmation



© André-Olivier Lyra, Destination Québec cité



© André-Olivier Lyra

Placements publicitaires et retombées médiatiques

- Placements publicitaires dans **8** médias de l'industrie :
 - **1,6 M** d'impressions;
 - Plus de **18 000** clics.
- Campagne de marketing de contenu avec *Le Monde*;
- Retombées médiatiques : **13 mentions répertoriées** dans la presse spécialisée à propos de Québec et des partenaires de QDa.

Marketing courriel, site web et réseaux sociaux

- **52** envois de courriels, incluant **35** suivis postévénements :
 - Plus de **1 900** nouvelles relations d'affaires;
 - Faible taux de désabonnement à **0,46 %** pour les infolettres à la clientèle, ce qui témoigne de l'engagement des abonnés.
- Plus de **68 000** pages vues sur le site web :
 - Taux d'engagement de **66,8 %** sur les fiches des partenaires de QDa.
- **6** nouveaux articles publiés sur le site web valorisant les nouveautés, les membres, les industries clés, etc.;
- Performance des plateformes (pages Facebook, Instagram et LinkedIn combinées) :
 - Croissances combinées de **3,59 %** sur les trois plateformes principales;
 - Augmentation de **12,5 %** des abonnés LinkedIn;
 - LinkedIn confirme son rôle de plateforme prioritaire pour QDa, avec une audience en croissance, très engagée et alignée sur le positionnement affaires.

Cercle des ambassadeurs

- **10** congrès internationaux tenus avec des ambassadeurs;
- Présentation de **3** dossiers au Fonds d'attraction de congrès internationaux de Destination Canada :
 - **2** dossiers de candidature gagnés grâce à l'appui de ce programme, totalisant une aide financière de près de **3 M\$**.
- Septième édition du concours *Soutien à l'organisation de congrès internationaux scientifiques* où **4 bourses totalisant 30 000 \$** ont été remises à des chercheurs qui organisaient un congrès international à Québec au cours de 2025;
- Envoi de **9 infolettres** destinées aux membres du Cercle afin de garder le lien avec eux et de partager des nouvelles;
- Création d'un groupe LinkedIn privé afin de partager les meilleures pratiques dans l'organisation de congrès internationaux;
- 1 activité de formation sur la plateforme Spark AI, un outil d'intelligence artificielle dédié aux planificateurs de congrès.



Performance et promotion de la destination





Bilan touristique



En 2025, la région de Québec affiche une hausse de 4,5 % du nombre d'unités louées en hébergement touristique, qui comprend à la fois l'hôtellerie et l'hébergement collaboratif, par rapport à ce qui avait été observé en 2024. Le nombre d'unités louées en hébergement touristique a progressé de 3,49 millions d'unités en 2024 à 3,65 millions en 2025. La période estivale, soit de juin à septembre 2025, représente 40,7 % des unités louées dans l'année.

Le nombre de chambres louées en hôtellerie est en hausse de 3,7 %, tandis que le nombre d'unités louées en hébergement collaboratif est en hausse de 9,4 %. Le tarif quotidien moyen pour la location d'une chambre d'hôtel progressait de 212 \$ en 2024 à 223 \$ en 2025, soit une hausse de 5 %. Le taux d'occupation hôtelier pour l'ensemble de l'année s'élève à 67,7 %, ce qui représente une hausse de 2,4 points de pourcentage par rapport à 2024 (65,3 %).

Les dépenses touristiques effectuées par les visiteurs dans la région atteignent 2,70 G\$ en 2025, soit une hausse de 13 % par rapport à l'année précédente. C'est d'ailleurs une deuxième année consécutive où une hausse de 10% et plus est observée dans la région. Les dépenses des clientèles intra-Québec (+ 16 %) et de l'Ontario (+ 29 %) affichent de très fortes croissances annuelles.

Notons également qu'octobre et le temps des fêtes 2025-2026 ont été particulièrement achalandés dans la région. Lors du temps des fêtes, Québec a d'ailleurs affiché de loin le meilleur taux d'occupation hôtelier parmi toutes les destinations touristiques canadiennes.

La destination maintient un niveau de satisfaction des clientèles touristiques à un niveau élevé, puisque le taux de satisfaction des entreprises touristiques de la région demeure à 86 %. C'est un taux similaire à celui observé en 2024.

67,7 %

Taux d'occupation hôtelier

+ 4,5 %

Hausse du nombre d'unités louées

+ 5,3 %

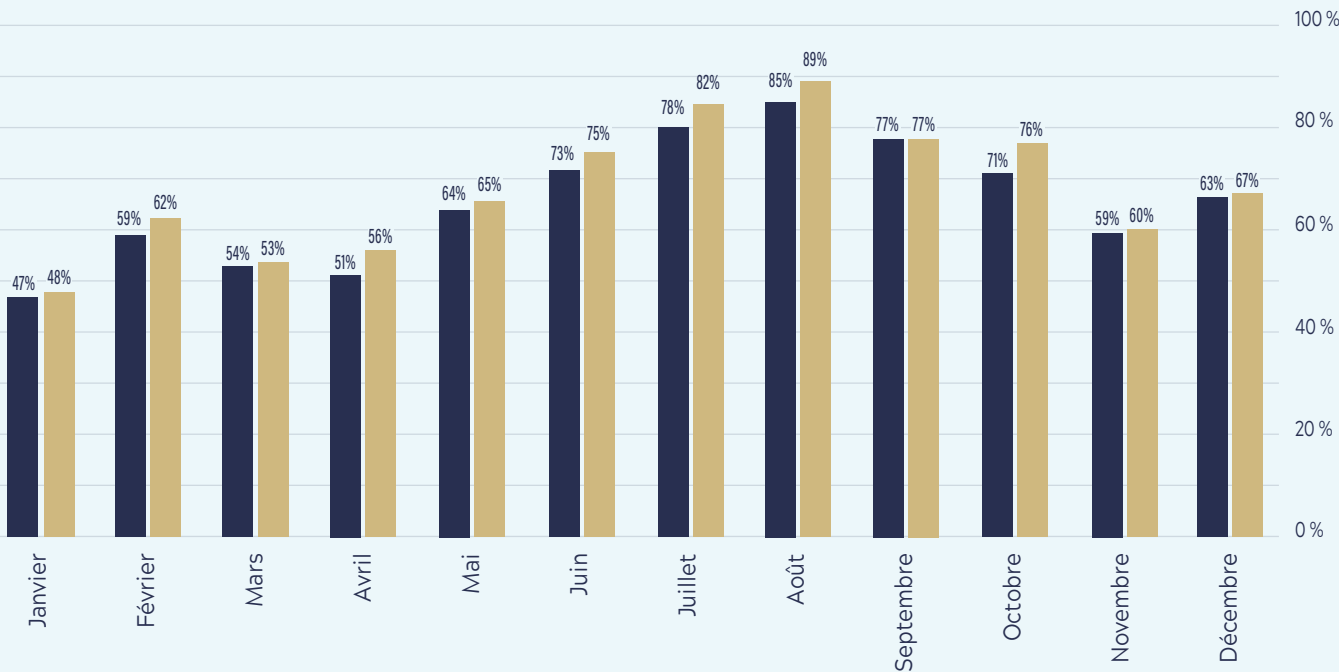
223 \$, tarif quotidien moyen d'une chambre louée

Unités louées en hébergement touristique
(RÉGION DE QUÉBEC)



Statistiques hôtelières
(RÉGION DE QUÉBEC)

Comparatif des taux d'occupation mensuels moyens 2024 2025



Marketing consommateur

En 2025, année touristique record, les comportements des visiteurs ont confirmé une réalité incontournable : la découverte d'une destination se fait désormais à travers une multitude de points de contact, dans un parcours non linéaire, et avec une attention plus limitée pour les formats longs.

Dans ce contexte, DQc a adapté sa stratégie en diversifiant ses plateformes de diffusion et en optimisant la découvrabilité des contenus, notamment face à la baisse du trafic direct et organique vers ses écosystèmes numériques.

L'année a aussi été marquée par le renforcement du marketing relationnel et des données propriétaires, afin de maintenir un lien direct avec les audiences, ainsi que par une présence terrain ciblée pour consolider la visibilité de la marque à destination.

Campagnes et initiatives payantes

Faits saillants pour l'ensemble des campagnes et initiatives payantes en 2025

756 M

d'impressions des publicités
sur l'ensemble des plateformes

3,4 M

de sessions sur les plateformes web

382 600

occasions d'affaires générées

344 M

de vues de vidéos des campagnes
estivales et hivernales

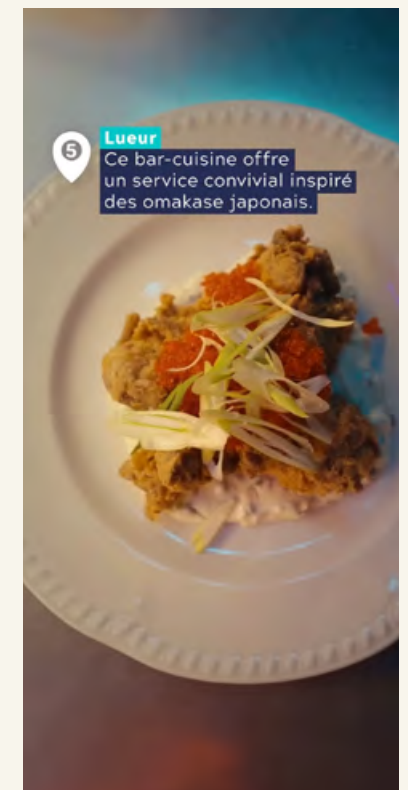
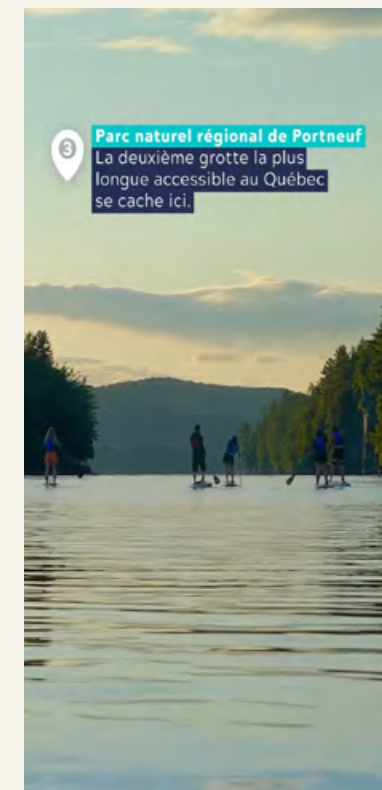
Intra-Québec

Carnet d'adresses, Foulard et autres initiatives multiplateformes en continu

CAMPAGNE EN CONTINU

Carnet d'adresses à Québec

Une série de capsules vidéo courtes a été produite et diffusée pour une toute première année afin d'assurer une présence en continu sur différentes plateformes (par exemple Meta, TikTok, YouTube, etc.) tout au long de l'année. Conçues pour refléter la richesse, l'authenticité et la durabilité de l'expérience proposée dans la région de Québec, ces vidéos visent à positionner la destination comme un coup de cœur vivant et accessible en toutes saisons. Elles ont été adaptées de façon agile aux marchés intra-Québec, canadien et américain et suscitent la curiosité et l'engagement en mettant de l'avant des expériences locales vraies.





CAMPAGNES THÉMATIQUES AUTOMNALES

Saveurs locales et culture animée

DQc a aussi déployé, pour une nouvelle année, les campagnes Saveurs locales et Culture animée à l'automne afin de mettre en lumière la vitalité gourmande et l'effervescence culturelle de la région de Québec.

Avec Saveurs locales, la destination s'est racontée à travers les artisans, les chefs et les producteurs d'ici qui la font vibrer et les produits du terroir et adresses phares, invitant les visiteurs à savourer une cuisine authentique et généreuse.

De son côté, Culture animée a célébré la richesse artistique de la région en valorisant festivals, expositions, galeries et spectacles qui témoignent de la créativité et de l'énergie de Québec.

Faits saillants pour ce marché en 2025 :

159 M

d'impressions des publicités sur
l'ensemble des plateformes

81 M

de vues de vidéos des
campagnes estivales et
hivernales

760 000

sessions sur les
plateformes web

CAMPAGNE HIVERNALE

Foulard

Dans cette toute nouvelle campagne, l'hiver féérique de Québec se raconte à travers une histoire aussi surprenante qu'attachante : celle du foulard d'une jeune femme. Pris de nostalgie pour les paysages enneigés, il prend les devants et réserve un voyage à Québec, entraînant sa propriétaire dans une aventure complice pleine de découvertes. Entre glissades, boules de neige et rencontres inattendues, la campagne fait rayonner la magie, la chaleur et l'esprit unique de l'hiver à Québec.



Canada et États-Unis

Campagnes publicitaires et autres initiatives multiplateformes en continu

CAMPAGNE THÉMATIQUE ESTIVALE

Québec City : It Will Rock Your World

L'été 2025 a marqué la deuxième diffusion de la campagne Québec City : It Will Rock Your World, déployée sur les marchés canadien et américain. Portée par un ton léger et assumé, la campagne a mis en valeur la beauté de la région et le contraste unique entre son charme d'inspiration européenne et son énergie vibrante. Elle a invité les voyageurs à vivre des expériences fortes renforçant ainsi le positionnement de Québec comme une destination incontournable, tant au Canada qu'aux États-Unis.

Faits saillants pour ce marché à l'été 2025 :

214 M

d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes

129 M

de vues de vidéos des campagnes

524 000

sessions sur les plateformes web



CAMPAGNE HIVERNALE

Time travel

Sur les marchés canadien et américain, la campagne hivernale mise sur un récit sensible et immersif. Une mère emmène sa jeune fille réaliser son rêve : découvrir la région de Québec. Grâce à un jeu de cadrages et de perspectives, on alterne entre le regard émerveillé de la fillette et celui de la mère, qui redécouvre le charme de l'hiver à Québec à travers les yeux de son enfant.

Cette approche narrative met en valeur nos thématiques prioritaires et transforme nos publicités en récits humains et mémorables, conçus pour toucher l'audience et donner envie de vivre Québec en hiver.

Faits saillants pour ce marché à l'hiver 2025 :

145 M

d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes

78 M

de vues de vidéos des campagnes





France

Coup de foudre et autres initiatives multiplateformes en continu

En 2025, la campagne hivernale Coup de foudre, diffusée pour une troisième et dernière année en France, a continué de faire briller Québec comme la destination incontournable en hiver. Mêlant humour et images spectaculaires, elle raconte une histoire d'amour aussi inattendue qu'attachante, sur fond de paysages enneigés dignes d'un conte. Résultat : un récit fort, capable de toucher, de surprendre et de donner envie de venir vivre la magie de l'hiver à Québec.

Faits saillants pour ce marché à l'hiver 2025 :

87 M

d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes

43 M

de vues de vidéos des campagnes

252 000

sessions sur les plateformes web



Tous marchés

Volet conversion et autres initiatives multiplateformes en continu

DQc a déployé plusieurs initiatives numériques visant à générer des opportunités d'affaires pour les entreprises touristiques et à soutenir leurs efforts de commercialisation. En optimisant continuellement le ciblage à cette étape clé du parcours d'achat, ces actions ont permis de rejoindre des audiences démontrant une intention de voyage claire, notamment auprès de celles qui étaient déjà engagées dans la planification d'un séjour et prêtes à réserver un hébergement.

Faits saillants pour ce volet en 2024 :

24 M

d'impressions des publicités sur l'ensemble des plateformes

150 976

sessions sur les plateformes web

38 400

liens sortants du site web ou vers des sites partenaires

Projet spécial à destination - Explore Québec cité

L'achalandage équilibré demeure au cœur des préoccupations de DQc. La plateforme Explore Québec cité a ainsi bénéficié de divers ajouts de contenu pour enrichir l'expérience des utilisateurs. Parmi les nouveautés, des adresses incontournables à visiter à Wendake, à Sillery ainsi que dans les MRC ont été intégrées, permettant ainsi de découvrir des lieux authentiques et d'élargir l'offre touristique de la région de Québec

8 500

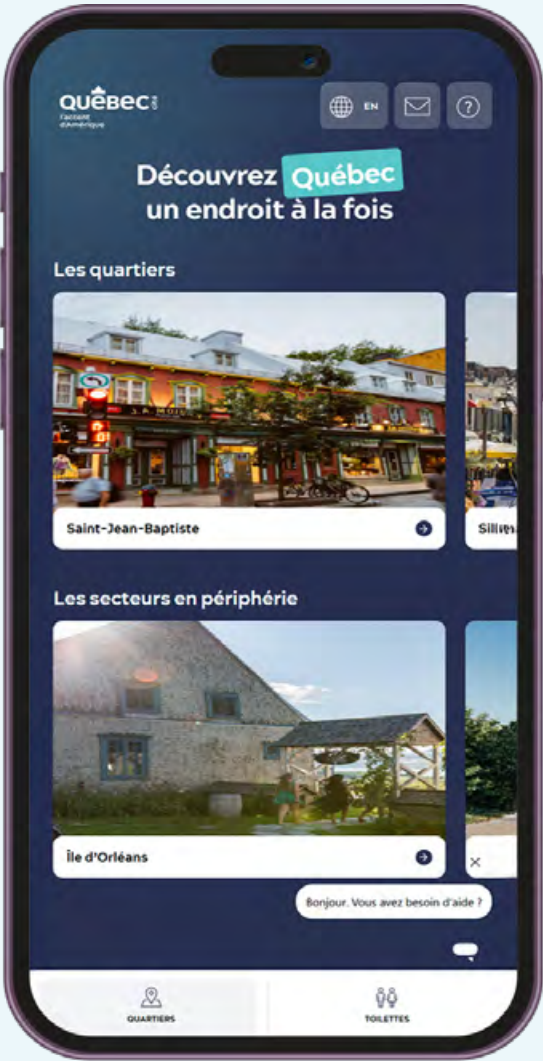
vues sur les bornes interactives
situées au Centre Infotouriste
de Québec et au Musée de la
civilisation

7 050

sessions en provenance
de tablettes

près de
41 000

vues sur la
plateforme mobile



Partenariats

DQc poursuit ses partenariats d'affaires en commercialisation afin d'assurer le rayonnement de la destination et de ses différents produits prioritaires et de niche.

Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ)

- Participation à des campagnes en partenariat sur les marchés de la France, des États-Unis et du Canada.

Promotion des produits de niche

- Promotion du ski via la campagne de l'Association des stations de ski du Québec et via la campagne collective de l'AITQ;
- Promotion de la motoneige via la campagne collective de l'AITQ;
- Promotion des traditions autochtones via la campagne collective de l'AITQ;
- Promotion du vélo de montagne via le collectif Québec vélo de montagne regroupant cinq centres de calibre international (Vallée Bras-du-Nord, Sentiers du Moulin, Empire 47, Mont-Sainte-Anne et Le Massif);
- Promotion du Chemin du Roy en collaboration avec Tourisme Lanaudière et Tourisme Mauricie - déploiement de campagne à l'été 2025 et mise en œuvre du plan triennal 2024-2026;
- Promotion des excursions aux baleines au départ de Québec via la campagne collective Viens voir les baleines orchestrée par Tourisme Côte-Nord.



Relations directes avec le consommateur

Performance des plateformes propriétaires destinées aux consommateurs

SITE WEB

8,5M

de sessions sur le site web, ce qui représente une diminution de 12,4 % par rapport à 2024

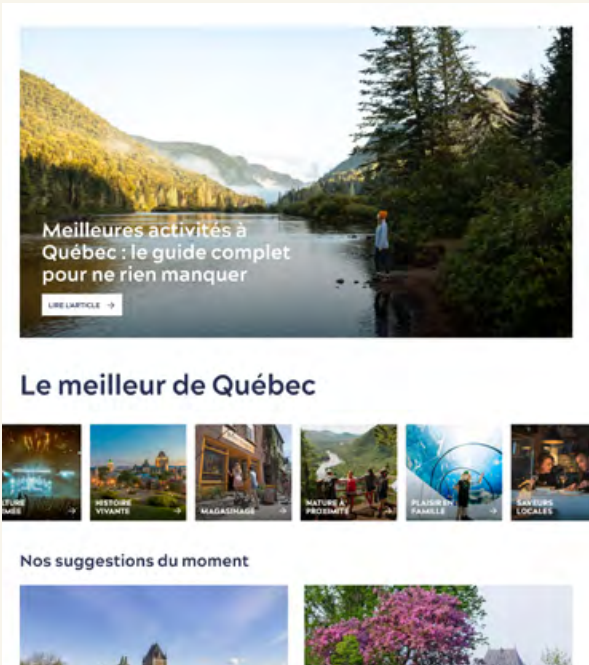
SESSIONS ORGANIQUES

- 25 %

en provenance de la recherche organique en comparaison à 2024

Contenus les plus consultés sur le site en 2025

- Top 10 Must-See Attractions
- A Winter Wonderland
- Quoi faire à Québec?
- Les incontournables de Québec : 10 attraits touristiques à visiter
- Les 25 meilleurs restaurants à Québec
- 8 nouveaux restaurants à découvrir à Québec
- Why Visit Québec City
- What to Do in Québec City
- A Hot Summer in Québec City
- Féerie hivernale à Québec



Stratégie de marque

Marketing à destination

Pendant 2025, DQc a poursuivi ses offensives pour favoriser un achalandage équilibré dans la région. La transformation des toilettes publiques de la maison Robert-Paré, réalisée à l'été 2024, continue d'inciter les visiteurs à explorer la ville en entier et à prolonger leur séjour avec davantage d'activités.

Cette initiative s'ajoutait à de nombreux points de contact déjà présents sur le territoire pour mettre de l'avant la plateforme Explore Québec cité. Pour assurer une présence optimale au centre-ville, DQc a promu son outil au Stade Canac, sur la flotte àVélo, dans les taxis, aux terminaux de croisières, au terminus de la place D'Youville et grâce à l'habillage permanent de cette place. À cela s'ajoutent les housses autour de sa patinoire durant l'hiver, renforçant la visibilité de la plateforme tout au long de l'année.

De plus, plusieurs bornes Explore Québec cité ont été ajoutées dans des endroits stratégiques de la région, dont les bureaux d'accueil, ce qui accroît la visibilité et l'accessibilité de la plateforme l'année durant.



Signature 3D

Depuis l'automne 2025, deux nouvelles signatures ont été ajoutées en partenariat avec la Commission de la capitale nationale à la place des Canotiers ainsi qu'avec Parcs Canada devant la porte Saint-Louis. Elles s'ajoutent à l'initiative amorcée à l'été 2022, alors que la région de Québec s'est dotée d'une reproduction en trois dimensions de Québec cité (DQc), qui a fait voyager son accent un peu partout dans la ville et sur les médias sociaux. Depuis l'automne 2023, les visiteurs peuvent d'ailleurs la retrouver devant la gare du Palais.

Petit-Champlain (photo)

À l'hiver, la place Royale s'illumine grâce au sapin, orné de décorations et de lumières aux couleurs de la marque de la destination. Il crée une ambiance chaleureuse et immersive, tandis qu'à l'été, les parapluies suspendus prennent le relais au cœur de ce secteur patrimonial. Le rouge, le bleu, le vert, le beige et le turquoise teintent le ciel et invitent à la découverte. Cette collaboration sera reconduite pour la saison 2026.



Magazine

En collaboration avec l'Association hôtelière de la région de Québec (AHRQ), l'équipe de DQc poursuit la production d'une publication gratuite et bilingue en format magazine. Distribuée dans plus de 15 000 chambres d'hôtel de la région de Québec et à plusieurs autres points stratégiques à travers la province, elle plonge les visiteurs au cœur des entreprises touristiques grâce à des contenus captivants. Deux éditions sont produites chaque année : l'une mettant en valeur la féerie hivernale et l'autre, l'ambiance festive de l'été.

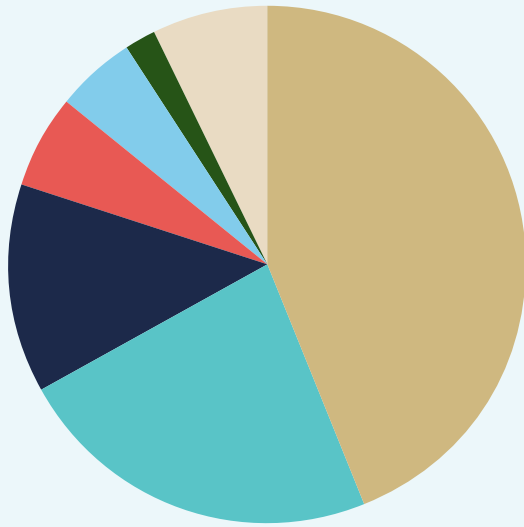
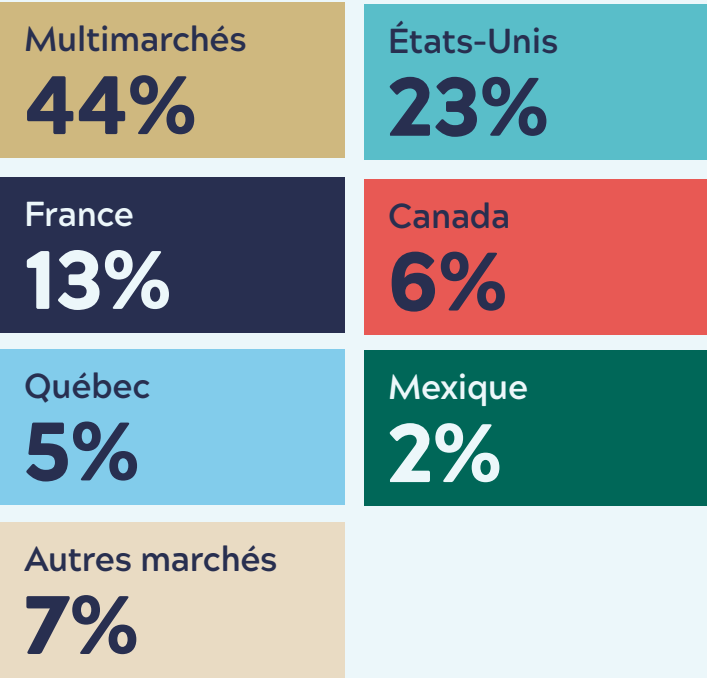


Cette année, une cabine de prises de photos en forme de couverture du magazine est également installée lors d'événements, permettant aux visiteurs d'immortaliser leur moment et de prolonger l'expérience sur place.

Commercialisation internationale

En 2025, la région de Québec a profité d'une visibilité exceptionnelle grâce à la réalisation de plusieurs initiatives structurantes qui ont permis de valoriser les entreprises locales auprès des médias et du réseau de distribution touristique. L'accueil des événements TBEX (congrès de créateurs de contenu) et Travel Classics, combiné avec la participation de la destination à 19 événements et bourses touristiques, a grandement renforcé notre présence auprès d'acteurs d'influence. Ces actions ont suscité un engouement notable : pas moins de 1 121 journalistes, experts du voyage et créateurs de contenu ont accepté notre invitation à découvrir la région, contribuant ainsi à en faire rayonner les attraits auprès de leurs communautés de voyageurs.

Provenance des médias et spécialistes du voyage accueillis



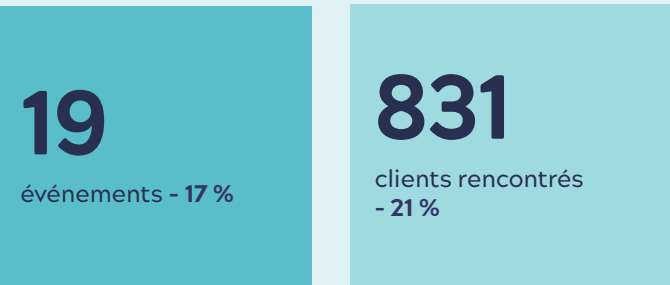
Médias et créateurs de contenu



Relations avec le réseau de distribution



Missions et événements promotionnels en marché



Tournages à Québec

L'équipe de DQc a contribué à l'accueil de neuf tournages visant le rayonnement touristique de la région en 2025. Ces projets de grande portée ont fait rayonner nos expériences et entreprises touristiques auprès de millions de téléspectateurs canadiens, français et coréens.

Principaux tournages

Global News

Winter Segment : **11,8 M** de téléspectateurs et **+ 2,8 M** de portée sur les médias sociaux

Mr. Youngman Hur's Journey Across Korea's Tables

Audience de **1,56 M** pour le premier épisode et de **1,04 M** pour le deuxième, 50 articles de presse

Motosports.tv

4 reportages tournés dans les MRC à être diffusés au printemps 2026



TV5 Monde

460 M de téléspectateurs sur TV5 et **26,5 K** abonnés YouTube, pour l'émission *Des racines et des ailes*

Un chef au bout du monde

+ 11,2 K visionnements, **8,9 K** abonnés YouTube et **+ 2,6 M** d'abonnés sur Instagram pour le chef Philippe Etchebest



Médias imprimés et numériques

La destination a accueilli l'événement Travel Classics en octobre 2025, en étroite collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec. Cet événement a permis de faire vivre la destination à 121 éditeurs et pigistes américains, portant à 312 le nombre de journalistes accueillis dans l'année. L'accent a été mis sur les médias canadiens, français et américains.

Quelques exemples d'articles performants

Au total, 211 articles sur la destination sont parus en 2025.

Canada

- *Global News* : « A charming, quick getaway to Quebec City », circulation de 11,8 M;
- *Zoomer* : « A Bad Catholic's Silent Retreat », circulation de 1,4 M.

États-Unis

- *Food & Wine* : « This Is the Perfect 48-Hour Itinerary for Tasting Quebec City », circulation de 11,4 M;
- *Business Insider* : « I dreamed of a European vacation », circulation de 50 M;
- Magazine *AAA Explorer*, « Quebec, visitors sip and savor their way around bucolic île d'Orléans », circulation de 2,65 M

France

- *Ouest-France* : « Se “réchauffer” au Carnaval de Québec », circulation de 103 K;
- Magazine *Saveurs* : « De Québec à Charlevoix en 9 étapes », circulation de 89 K.

BON COUP ★

Travel Classics

Travel Classics est une conférence qui permet des rencontres entre des éditeurs de publications de voyage américaines et des journalistes pigistes sélectionnés. L'édition 2025 de ce prestigieux événement s'est tenue au Fairmont Le Château Frontenac du 13 au 16 octobre 2025. Un total de 18 éditeurs et 44 journalistes étaient présents. Ce fut l'occasion de faire rayonner l'offre touristique régionale dans le cadre de cinq préteurs auxquels ont participé notamment des rédacteurs de *AAA Explorer*, *Virtuoso*, *Smart Luxury*, *Shermans* et *Saturday Evening Post*.

Campagnes d'influence

DQc continue de s'appuyer sur la grande crédibilité que les créateurs de contenu exercent auprès de leurs communautés. Alors que les médias sociaux jouent un rôle de plus en plus déterminant dans le choix d'une destination voyage, ces créateurs deviennent des partenaires essentiels pour les destinations touristiques. Grâce à la collaboration précieuse de ses partenaires, DQc a accueilli 513 créateurs de contenu en 2025, générant plus de 5,7 K publications et 85 M d'impressions. Chaque créateur a été sélectionné avec soin selon la qualité de son contenu, la portée de son audience ainsi que le niveau d'engagement de sa communauté.

Principales collaborations

- Accueil du youtubeur français Bruno Maltor, en automne et en hiver :
 - **46 stories, 10 publications, 13 vidéos TikTok et 4 vidéos YouTube;**
 - **+ 10 M** de personnes uniques rejointes.
- Accueil des instagrammeurs canadiens @thelosttwo :
 - **63 stories, 42 publications et 38 vidéos YouTube;**
 - **3,4 M** de personnes uniques rejointes.
- Accueil de l'instagrammeuse canadienne @goanniewhere :
 - **22 stories, 33 publications, 9 vidéos TikTok et 1 vidéo YouTube;**
 - **1,5 M** de personnes uniques rejointes.



Accueil du congrès de créateurs de contenu TBEX

La région de Québec a accueilli en juin 2025 le plus grand rassemblement de blogueurs, influenceurs et créateurs de contenu de voyage en Amérique du Nord. Des réalisations et résultats en découlent :

- Réalisations
 - 13 Pre-BEX Tours et 10 FAM Trips organisés à travers la région et la province;
 - Concours pour stimuler la génération de contenu avec trois séjours à gagner en hiver;
 - Promotion de la culture autochtone et culinaire : conférence d'ouverture, marché d'artisans, soirée de clôture, Pre-BEX Tours et tournées de familiarisation.
- Principaux résultats
 - **432 participants**, dont **275 créateurs** de contenu;
 - **44 %** de créateurs de contenu américains et **27 %** de créateurs de contenu canadiens;
 - **+ 3,8 K** publications;
 - **+ 37,7 M** d'impressions.

Voyagistes et agents de voyages

DQc a accueilli, au cours de l'année, 161 chefs de produit, de voyagistes internationaux (*tours-opérateurs*) et d'agences réceptives de même que 121 agents de voyages. L'équipe de DQc a notamment poursuivi ses efforts pour positionner Québec auprès des agents de voyages spécialisés en séjours de luxe et en croisières internationales.

Événements promotionnels

L'équipe de la commercialisation internationale poursuit également ses efforts de prospection afin d'inciter des associations de journalistes et divers experts en voyages à organiser leur congrès annuel à Québec. Ces démarches ont notamment permis à la destination d'accueillir en 2025 l'événement TBEX et de confirmer la tenue à Québec du sommet mondial en tourisme d'aventure, un événement qui rassemblera à Québec en 2026 de 700 à 800 voyagistes internationaux et médias spécialisés en tourisme d'aventure.

En 2025, les délégués de DQc ont représenté fièrement les entreprises de la région sur l'ensemble des marchés cibles. Ils ont rencontré plus de 830 clients au cours de 19 missions et événement promotionnels :

États-Unis

- IMM New York - TravMedia International Media Marketplace 2025
- Forum Virtuoso
- Seatrade Cruise Global 2025
- Congrès annuel de Society of American Travel Writers 2025
- Signature Travel Network Event 2025

France

- IMM Paris - Mars 2025

Canada

- Bourse des médias québécois - Été 2025
- Bourse des médias québécois - Hiver 2025
- Événement Bonjour Québec à Toronto et à Vancouver 2025 (printemps)
- TMAC - Travel Media Association of Canada 2025
- Événement Virtuoso Travel Week 2025
- Événement Bonjour Québec à Toronto 2025 (automne)
- Carrefour GoMedia Canada 2025

Marchés multiples

- Rendez-vous Canada 2025
- Adventure Elevate 2025 - Denver, Colorado
- TBEX - Travel Blog Exchange - Québec
- Sommet mondial en tourisme d'aventure - ATWS 2025
- Bienvenue Québec 2025

Asie

- Focus Canada Asie 2025



Tourisme de luxe

Les clientèles haut de gamme continuent de faire l'objet d'initiatives ciblées en commercialisation. En 2025, DQc a accru ses investissements pour stimuler la demande dans ces segments, notamment par la mise en œuvre de plans marketing au sein des réseaux d'agences de voyages Virtuoso et Signature Travel Network ainsi que par la présence de l'équipe dans diverses activités en marché. Les performances des réseaux Virtuoso et Signature Travel Network ont connu une croissance importante par rapport à 2023.

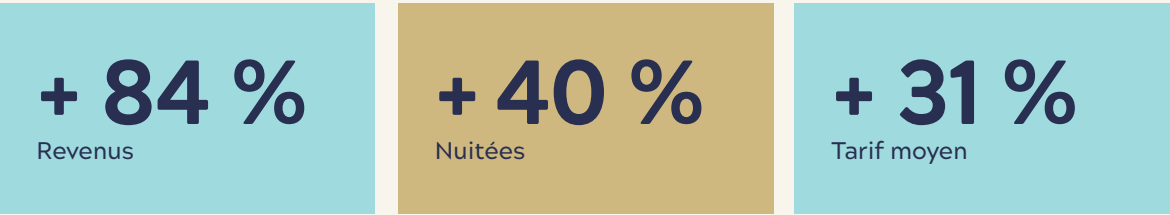


BON COUP ★

Travel Classics

La performance des établissements de la région de Québec dans les ventes des agents de voyages affiliés au réseau Virtuoso a connu une progression majeure entre 2023 et 2025. Ces résultats démontrent l'intérêt croissant des clientèles de luxe pour Québec ainsi que l'efficacité des actions de commercialisation ciblant ces segments.

Ventes de nuitées à Québec via le réseau Virtuoso



Liaisons aériennes

L'accessibilité aérienne touristique de la destination a été bonifiée en 2025. Le nombre total de vols vers Québec est en hausse de 23 % par rapport à 2024, tandis que le nombre de sièges disponibles vers la destination est également en hausse, cette fois de 7 %. Plusieurs liaisons ont subi des modifications par rapport à l'année précédente :

- **Toronto** : légère réduction (environ 5 %) du nombre de vols et de sièges;
- **New York** : hausse d'environ 15 % du nombre de vols et de sièges;
- **Chicago** : hausse d'environ 15 % du nombre de vols et de sièges;
- **Calgary** : capacité triplée par rapport à 2024;
- **Charlotte** : capacité quadruplée par rapport à 2024;
- **Ottawa** : hausse d'environ 15 % du nombre de vols et de sièges;
- **Paris** : hausse d'environ 20 % du nombre de vols et de sièges;
- **Dallas** : ajout d'une liaison hebdomadaire vers Dallas, d'août à octobre;
- **Philadelphie** : hausse de 12 % des vols et de 25 % du nombre de sièges disponibles;
- **Vancouver (Air Canada)** : diminution d'environ 25 % du nombre de vols et de sièges disponibles.

Croisières internationales

En 2025, la région de Québec a accueilli 103 escales de navires de croisière, pour un total de 135 933 visiteurs. Cette performance se démarque par une évolution structurante de l'offre, notamment grâce à la plus longue saison jamais enregistrée, s'étendant du 28 janvier au 2 novembre 2025.

Bien que le nombre de navires accueillis fût en baisse de 13 % par rapport à 2024, la région a tout de même su maintenir un positionnement solide dans un contexte de repositionnements cycliques au sein de l'industrie.

La saison 2025 a également compté 21 opérations d'embarquement et de débarquement ainsi que 6 voyages inauguraux.

Il faut souligner que 2025 a été marquée par la première croisière hivernale de l'histoire du Port de Québec grâce à Ponant et à son navire d'exploration polaire, *Le Commandant Charcot*, permettant aux visiteurs de découvrir la ville en plein cœur de l'hiver. S'ajoute également l'arrivée d'une nouvelle compagnie, Virgin Voyages, qui a effectué sa première visite à Québec avec le *Brilliant Lady*. Ces éléments témoignent de l'attractivité renouvelée de la destination et de la diversification continue de son offre dans le marché des croisières internationales.



© Le Commandant Charcot : Scott P. Brown

BON COUP ★

Québec, meilleure destination de croisière, Canada et Nouvelle-Angleterre

Québec a décroché le titre de la meilleure destination de croisière du Canada et de la Nouvelle-Angleterre pour une troisième année consécutive, une distinction décernée par le magazine *Porthole Cruise and Travel*. Cette reconnaissance témoigne de la capacité de la destination à continuer de se démarquer auprès des croisiéristes et des visiteurs grâce à son accueil, à son charme et à la qualité de l'expérience offerte.

Québec a également été honorée lors des prix World Cruise, où elle a été nommée « North America's Best River Cruise Destination 2025 ». Cette distinction renforce davantage le positionnement de la destination parmi les incontournables de l'industrie des croisières en Amérique du Nord.



© Brilliant Lady : Lora Films



Développement de l'offre

Partenariat avec l'industrie

L'équipe de développement touristique travaille avec les acteurs de l'industrie pour favoriser la concertation et la mobilisation autour des enjeux du secteur. Elle offre un accompagnement adapté aux organisations, allant du conseil stratégique à la formulation d'avis sectoriels éclairés. En plus de répondre annuellement à plus d'une centaine de demandes d'information en lien avec le développement de l'offre, les membres de l'équipe participent à divers comités et groupes de travail qui visent le soutien au développement, à la structuration et à la compétitivité de l'offre régionale afin d'assurer la pérennité de celle-ci en cohérence avec les axes prioritaires.

Partenaires

DQc collabore avec de nombreux partenaires tels que :

- Secrétariat à la Capitale-Nationale;
- Développement économique Canada;
- Les MRC de Portneuf, La Jacques-Cartier, La Côte-de-Beaupré et L'Île-d'Orléans;
- Québec Destination affaires;
- Ministère du Tourisme.

Elle travaille également en complémentarité avec les services de la Ville de Québec, notamment le Bureau des grands événements, le Service de développement économique et de grands projets et le Service de la culture et du patrimoine.



DQc participe activement à divers comités et tables de concertation visant à assurer la pérennité, la cohérence et le développement structuré de l'offre touristique. Ces instances favorisent la concertation des partenaires et la mise en œuvre d'actions concertées alignées sur les orientations stratégiques régionales. Voici quelques exemples :

Tourisme patrimonial

Maintenir une synergie entre les intervenants et encourager les actions conjointes.

Comité du Fonds AHRQ-DQc

Aborder de manière concertée certains enjeux de destination et contribuer au déploiement de solutions adaptées.

Agrotourisme et tourisme gourmand

Soutenir l'essor de la gastronomie régionale et la mise en valeur du patrimoine agricole.

Table de concertation du Vieux-Québec

Participer au volet du tourisme durable.

Société des établissements de plein air du Québec

Contribuer à un développement intégré des territoires, notamment de la réserve faunique de Portneuf et du parc national de la Jacques-Cartier.

Comité Paysages Capitale-Nationale

Participer à l'élaboration et à la mise en œuvre d'un plan d'action 2025-2028, visant la réalisation d'activités répondant aux enjeux paysagers des territoires concernés.



Programmes de financement

Renouvellement de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) 2025-2027

En collaboration avec le ministère du Tourisme (MTO), l'équipe du développement de l'offre a contribué à la mise en place de l'EPRTNT. Cet investissement conjoint d'un montant total de 5,1 M\$ contribuera de façon significative au développement de l'offre touristique de la région.

Mesure de soutien au tourisme hivernal (MSTH)

La MSTH a été mise en place en 2024 par le MTO, en collaboration avec les associations touristiques régionales des trois villes portes d'entrée du Québec (Québec, Montréal et Gatineau). Cette mesure, reconduite en 2025, aura notamment contribué avec un investissement de 2 M\$ à poursuivre le développement du pôle hivernal du Vieux-Port de Québec démarré l'année précédente.

Pôle hivernal du Vieux-Port de Québec

Trois promoteurs ont mis à contribution leurs expertises afin de développer un pôle d'intérêt touristique hivernal dans le secteur du Vieux-Port, visant à bonifier l'offre d'activités durant cette période. Ces projets, développés en cohésion avec l'espace occupé, ont permis de créer une offre récréotouristique complémentaire à l'offre culturelle existante dans les quartiers à proximité du site du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Ainsi, le Carnaval de Québec, le Village Nordik du Port de Québec et la Communauté allemande de Québec ont rallié leurs forces afin d'offrir des activités favorisant un mode de vie plus actif, de jour comme de soir. La reconduction des projets Gougoune et doudoune, DiscoGlace du Port de Québec et la mise en valeur d'un parcours lumineux ont contribué à diversifier les activités offertes et à encourager les déplacements actifs des visiteurs entre la haute et la basse ville de ce secteur.

Programme de soutien à l'industrie touristique (PSIT)

Quarante et un projets ont bénéficié d'un soutien financier de DQc au cours de 2025. Cette contribution de 3,3 M\$ aura contribué à générer des investissements totaux dans la région d'un montant avoisinant 51 M\$.

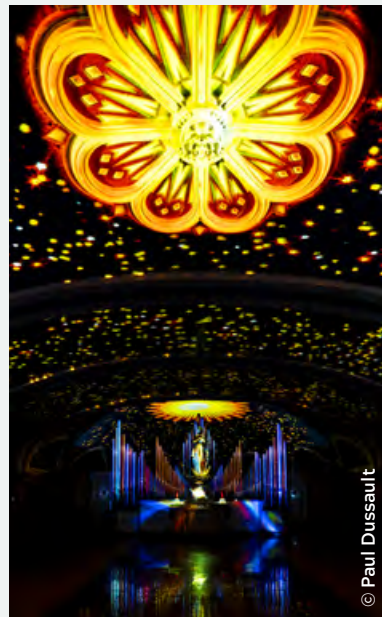
Exemples de projets qui ont bénéficié d'un soutien financier de DQc en 2025

ECHO, expérience son et lumière à la basilique de Sainte-Anne-de-Beaupré

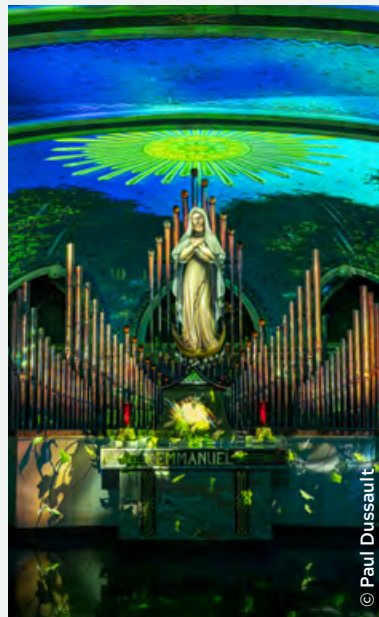
ECHO est une expérience immersive comprenant la projection d'effets visuels et sonores dans la chapelle de l'Immaculée Conception. Elle a comme objectif de mettre en valeur la richesse architecturale de la basilique de Sainte-Anne-de-Beaupré et son histoire, d'offrir une expérience spirituelle contemporaine respectueuse des traditions et de renforcer l'attractivité touristique et culturelle de ce site de notoriété internationale.



© Paul Dussault



© Paul Dussault



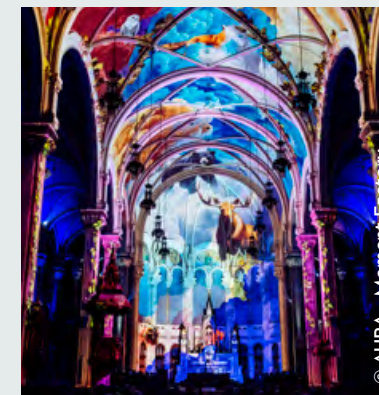
© Paul Dussault

KWE! À la rencontre des peuples autochtones - KWE! 2025

KWE! À la rencontre des peuples autochtones est un festival culturel gratuit qui met en valeur les cultures, les traditions et le savoir-faire des 11 Nations autochtones du Québec. L'édition 2025 proposait une programmation riche et interactive comprenant des démonstrations culturelles, des ateliers, des conférences, des activités familiales, une immersion dans les langues autochtones ainsi qu'une offre de cuisine et d'artisanat autochtones, favorisant la rencontre et le dialogue avec le public.



© André Olivier-Lyria



© AURA - Moment Factory

Spectacle AURA à l'église Saint-Roch

Créé par Moment Factory, le spectacle AURA propose une expérience immersive son et lumière dans la plus grande église de Québec. Celle-ci se métamorphose grâce à des projections à couper le souffle, à des jeux de lumière enveloppants et à une composition musicale orchestrale puissante qui mettent en valeur les détails architecturaux du bâtiment et créent un spectacle magique et émouvant.

Service aux membres

876

membres

45

nouveaux membres
en 2025

64

infolettres à l'industrie
touristique

70

rencontres individuelles
de membres

Offre de formation

La programmation 2024-2025 démontre le retour en force de la formation à DQc avec une grande variété de sujets : l'accueil et l'expérience client, le marketing, l'intelligence d'affaires, l'intelligence artificielle, le recrutement et les ressources humaines et plus encore.

En bref :

- 7 activités officielles;
- Taux de satisfaction de 9,5/10;
- Formats variés : présentiel, distanciel, liste de lecture YouTube, etc.;
- Création d'une page web qui répertorie l'ensemble de l'offre de formation offerte.



© Étienne Dionne

Expérience visiteur

Accueil

Au total, ce sont 22 978 demandes d'information qui ont été traitées en 2025, ce qui représente :

2 502

demandes téléphoniques

12 536

actes de renseignement par
l'équipe mobile

7 940

demandes d'information par
courriel, médias sociaux et
clavardage



© Étienne Dionne

Innovation

DQc a la conviction que l'innovation est un pilier fort du développement de projets porteurs pour la destination et pour les produits touristiques. C'est ainsi que l'organisation a poursuivi son implication active en 2025 pour s'ancrer davantage dans une culture d'innovation.

Grand partenaire du MT Lab

Dans le but de renforcer la culture d'innovation à l'interne et auprès de ses membres, DQc poursuit ses actions à titre de grand partenaire du MT Lab pour une troisième année consécutive. Cette association lui permet de s'ancrer davantage dans la culture de l'innovation en resserrant les liens de réciprocité entre l'industrie et les *startups*, de susciter et de soutenir l'innovation ouverte sous toutes ses formes dans le domaine du tourisme, de la culture et du divertissement. Elle génère également plusieurs effets positifs au bénéfice de tous ces domaines et favorise leur rayonnement à travers l'ensemble de l'industrie touristique de la région de Québec.

Les Grands Remous - Sommet du tourisme innovant et durable

L'événement Les Grands Remous est né d'un leadership partagé entre MT Lab et DQc, porté par une volonté commune de positionner la destination comme un acteur de premier plan en innovation et en développement durable dans le secteur touristique.

S'appuyant sur le leadership de DQc en tourisme durable et sur l'expertise du MT Lab en innovation ouverte, les partenaires ont souhaité créer un événement structurant capable :

- d'assembler l'écosystème de l'innovation et du développement durable (entreprises, institutions, *startups*, chercheurs, décideurs publics);
- de favoriser le dialogue, le partage de connaissances et la mise en action autour de grands enjeux de transformation du tourisme;
- de renforcer le rôle de la destination comme lieu d'expérimentation, de réflexion et de mobilisation collective.

La première édition, tenue les 30 et 31 janvier 2025, a rapidement confirmé la pertinence de cette initiative. Avec plus de 400 participants, l'événement Les Grands Remous s'est imposé dès son lancement comme le plus grand sommet au Canada consacré au tourisme durable et innovant, démontrant un fort intérêt du milieu et un besoin réel de convergence entre innovation et durabilité.



Pôle d'innovation en tourisme durable

En 2022, DQc et MT Lab ont cofondé le Pôle d'innovation en tourisme durable à Québec. Il vise à susciter l'innovation, à favoriser la croissance des jeunes entreprises et à propulser le tourisme durable comme une priorité majeure dans la région et la province. De plus, il s'appuie sur la richesse de la région de Québec en matière de tourisme et de développement durable.

La cocréation du Pôle d'innovation en tourisme durable s'intègre dans une vision globale de contribution à l'accompagnement des communautés issues des initiatives du Plan d'action en tourisme durable (cohortes Biosphere et Communauté Montagnes et nature). Grâce à son programme d'« incubés » Empreinte, le pôle permet d'accélérer des solutions d'impact répondant aux défis économiques, sociaux et environnementaux du monde du tourisme.

Pour ce faire, les actions suivantes ont été réalisées en 2025 :

- Participation à l'accompagnement des cohortes de la certification Biosphere;
- Participation à l'animation de la Communauté Territoire Vivant (autrefois Communauté Montagnes et nature);
- Transformation du programme Empreinte vers Empreinte+ - Pôle de décarbonation

Événements inspirants auxquels DQc a participé

- IMPACT 2025 (Victoria)
- Forum Carbone - Coop Carbone (Québec)
- Grande conférence Alliance (Québec)
- Symposium de Tourisme durable Québec (Shawinigan)
- La Grande Tablee 2025, Tablee des Chefs (Québec)



Tourisme durable

En 2025, DQc a entamé la première année de mise en œuvre de son deuxième plan d'action en tourisme durable (2025-2028). Ce nouveau plan s'inscrit dans une logique de continuité et de montée en ambition, en consolidant les acquis des dernières années tout en répondant aux enjeux émergents du secteur touristique. Il vise à poursuivre le positionnement de la région de Québec comme destination durable en intégrant de façon transversale les dimensions économiques, sociales et environnementales du développement touristique et en renforçant le rôle de la destination comme acteur mobilisateur de son écosystème. La mise en œuvre de ce plan repose sur la collaboration étroite des entreprises touristiques, des partenaires institutionnels et des acteurs du territoire ainsi que sur l'adhésion des communautés locales qui sont essentielles à la transition vers un tourisme plus durable, résilient et porteur de retombées positives pour la région.

AXE 1 Accompagner les entreprises touristiques de la région de Québec dans l'adoption de pratiques de gestion responsable

Les actions qui la composent se déclinent ainsi :

- 2 rassemblements Convergence :
 - avril 2025 : plus de 100 participants;
 - novembre 2025 : 70 participants.
- 4 webinaires thématiques portant sur :
 - loi C-59;
 - financement;
 - gestion environnementale des organisations;
 - approvisionnement local.
- 2 journées d'innovation ouverte, réunissant près de 30 personnes, tenues dans les MRC de La Jacques-Cartier et de L'Île-d'Orléans, afin de codévelopper des solutions adaptées aux réalités territoriales.
- Présence stratégique de DQc au Forum Carbone et au Symposium Québec vélo de montagne, contribuant au rayonnement de pratiques responsables et au renforcement des liens avec les écosystèmes sectoriels.
- Encouragement des entreprises touristiques à mesurer leurs empreintes carbone : en ce sens, DQc a offert gratuitement à cinq hôteliers de la région un accompagnement gratuit par la firme Coop Carbone dans la réalisation de leur bilan GES.



- Continuité du programme d'accompagnement à la certification Biosphère avec comme objectif de certifier 100 entreprises d'ici 2026. Quatre cohortes ont été accompagnées à ce jour et une cinquième a débuté en novembre 2025 :
 - En date du 31 décembre 2025, 74 entreprises sont certifiées et 130 ont amorcé leur processus de certification, ce qui place Québec comme la plus importante communauté Biosphère en Amérique.
 - Ce programme a permis de mettre en place des outils de transition durable pertinents et adaptés pour l'atteinte d'un haut standard en durabilité basés sur les 17 objectifs de développement durable des Nations unies (boîte à outils DQc, plan d'action climatique, plan diversité, équité, inclusion, etc.).
- Continuité du partenariat établi avec la Tablée des Chefs pour proposer des solutions concrètes au gaspillage alimentaire du secteur et contribuer à la sécurité alimentaire de la communauté :
 - Dans le cadre de ce partenariat, DQc a réalisé un atelier culinaire avec la Tablée des Chefs le 27 novembre 2025 et mobilisé 20 entreprises membres. Cela a permis de générer 126 portions de nourriture, cuisinées par les personnes présentes, qui ont été remises à la communauté dans le besoin.
- Continuité de la promotion entre DQc, le Réseau de transport de la Capitale (RTC) et l'AHRQ :
 - Près de 15 000 cartes d'autobus (de 3 jours illimités) ont été offertes en 2025 aux établissements d'hébergement participants pour les visiteurs séjournant 2 nuitées et plus.
 - 46 casques de vélo ont été envoyés. Ils s'ajoutent à ceux distribués depuis 2022, pour un total de 168 casques offerts. L'objectif est d'encourager les touristes à utiliser le service àVélo du RTC.
- Poursuite de la promotion du calculateur carbone de DQc auprès des visiteurs; 6 236 arbres ont ainsi été plantés depuis sa création en 2022.

AXE 2 Contribuer à la préservation du patrimoine naturel, matériel et immatériel

Bien qu'aucune initiative spécifique n'ait été déployée dans le cadre de cet axe au cours de l'exercice 2025-2026, Destination Québec cité a poursuivi son soutien à la mise en valeur du patrimoine matériel et immatériel du territoire par l'entremise de ses programmes de financement.

Dans l'analyse des projets soutenus, une attention particulière est accordée aux initiatives qui contribuent à préserver, interpréter et mettre en valeur les éléments distinctifs de l'identité régionale, qu'il s'agisse du patrimoine bâti, de l'histoire locale, des pratiques culturelles, des savoir-faire traditionnels ou des expressions culturelles propres à la destination.

Cette approche permet de favoriser l'intégration du patrimoine et de la culture locale dans l'expérience touristique offerte aux visiteurs, tout en contribuant à la valorisation des communautés et des territoires.

Contribution continue :

les critères d'analyse des programmes de financement demeurent favorables aux projets mettant en valeur le patrimoine matériel et immatériel de la destination.



AXE 3 Favoriser un tourisme inclusif, bénéfique pour les individus et respectueux des collectivités

Les actions qui la composent se déclinent ainsi :

- Rencontres et présentations liées à des mandats précis, dans le cadre de Destination jeunesse, provenant de l'équipe du futur Musée national de l'histoire du Québec, permettant de connaître l'opinion des jeunes des cégeps Limoilou et Mérici sur l'expérience et l'offre à venir de ce musée.
- Continuité du projet pilote Explore Québec cité dans l'objectif de permettre une meilleure gestion du flux touristique et ainsi de favoriser un achalandage équilibré.
- Réalisation du projet Bench Invasion, en collaboration avec EXMURO, pour favoriser les échanges entre résidents et touristes à destination.
- Continuité du calendrier de rencontres trimestrielles, avec le représentant du conseil de quartier du Vieux-Québec et celui du comité citoyen du Vieux-Québec, pour un partage commun d'informations afin de maintenir un développement touristique qui respecte les résidents.

Certification de destination

Au printemps 2024, DQc a obtenu sa certification Biosphere en tant qu'organisation. La certification pour l'ensemble de la destination a quant à elle été atteinte à l'automne 2024 faisant de la région touristique de Québec la première destination francophone au monde certifiée Biosphere Sustainable. Les deux certifications ont été renouvelées en 2025 dans un objectif d'amélioration continue.

Global Destination Sustainability Index

DQc en est à sa quatrième année de participation au Global Destination Sustainability Index pour constamment être au fait des meilleures pratiques en durabilité et se comparer aux destinations de partout dans le monde qui aspirent à devenir toujours plus responsables. DQc s'efforce d'augmenter son pointage d'année en année et a obtenu la note de 79 % en 2025, soit une augmentation de 7,21 points de pourcentage comparativement à 2024. Ce pointage a permis à la destination d'atteindre le 23^e rang mondial, soit une augmentation de 15 places par rapport à 2024.

ÉTATS

FINANCIERS

2025

Rapport de l'auditeur indépendant

Aux administrateurs de Destination Québec cité,

Opinion

Nous avons effectué l'audit des résultats (informations financières) de DESTINATION QUÉBEC CITÉ (DQc) pour l'exercice terminé le 31 décembre 2025, ainsi que les notes complémentaires, y compris le résumé des principales méthodes comptables. À notre avis, les informations financières ci-jointes ont été préparées, dans tous leurs aspects significatifs, conformément aux méthodes comptables décrites à la note 2.

Fondement de l'opinion

Nous avons effectué notre audit conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada. Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont plus amplement décrites dans la section « Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des informations financières » du présent rapport. Nous sommes indépendants de DQc conformément aux règles de déontologie qui s'appliquent à notre audit des informations financières au Canada et nous nous sommes acquittés des autres responsabilités déontologiques qui nous incombent selon ces règles. Nous estimons que les éléments probants que nous avons obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion d'audit.

Observation - État des sommes affectées à des fins particulières

Nous attirons l'attention sur le fait que les informations présentées à l'état des sommes affectées à des fins particulières (annexe B) n'ont pas fait l'objet d'un audit. Notre opinion n'est pas modifiée à l'égard de ce point.

Responsabilités de la direction et des responsables de la gouvernance à l'égard des informations financières

La direction est responsable de la préparation des informations financières conformément aux normes comptables décrites à la note 2, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'informations financières exemptes d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Il incombe aux responsables de la gouvernance de surveiller le processus d'information financière de DQc.

Responsabilités de l'auditeur à l'égard de l'audit des informations financières

Nos objectifs sont d'obtenir l'assurance raisonnable que les informations financières prises dans leur ensemble sont exemptes d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, et de délivrer un rapport de l'auditeur contenant notre opinion. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, qui ne garantit toutefois pas qu'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada permettra toujours de détecter toute anomalie significative qui pourrait exister. Les anomalies peuvent résulter de fraudes ou d'erreurs et elles sont considérées comme significatives lorsqu'il est raisonnable de s'attendre à ce que, individuellement ou collectivement, elles puissent influencer sur les décisions économiques que les utilisateurs des informations financières prennent en se fondant sur celles-ci.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, nous exerçons notre jugement professionnel et faisons preuve d'esprit critique tout au long de cet audit.

En outre :

- Nous identifions et évaluons les risques que les informations financières comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs, concevons et mettons en œuvre des procédures d'audit en réponse à ces risques, et réunissons des éléments probants suffisants et appropriés pour fonder notre opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative résultant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne;
- Nous acquérons une compréhension des éléments du contrôle interne pertinents pour l'audit afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de DQc;
- Nous apprécions le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, le cas échéant, de même que des informations y afférentes fournies par cette dernière.
- Nous communiquons aux responsables de la gouvernance notamment l'étendue et le calendrier prévus des travaux d'audit et nos constatations importantes, y compris toute déficience importante du contrôle interne que nous aurions relevée au cours de notre audit.

Mallette S.E.N.C.R.L.

Mallette S.E.N.C.R.L.
Société de comptables professionnels agréés

Québec, Canada
Le 11 mai 2026

État des résultats

Pour l'exercice terminé le 31 décembre 2025

REVENUS	2025		2024
Taxe sur l'hébergement	BUDGET (\$) note 3	RÉEL (\$)	RÉEL (\$)
Mise en marché	13 142 500	15 275 622	12 827 028
Crédits marketing utilisés	1 005 900	541 795	2 457 009
Destiné aux projets conjoints AHRQ - DQc	1 364 300	920 000	115 483
Destiné à l'Alliance de l'industrie touristique du Québec	3 750 000	4 334 381	3 631 441
Développement de l'offre	4 675 000	5 403 528	4 527 197
Administration	1 062 300	1 070 713	849 604
Total — Taxe sur l'hébergement	25 000 000	27 546 039	24 407 762
Secteur public			
Gouvernance régionale			
Ville de Québec	8 708 100	7 604 746	7 204 092
Gouvernement du Québec			
Ministère du Tourisme - Subvention d'opérations	844 400	844 423	844 423
Ministère du Tourisme - EPRTNT (2022-2025) (note 5)	2 142 000	1 046 858	1 859 699
Ministère du Tourisme - EPRT (2016-2020)	-	3 294	33 500
Ministère du Tourisme - EPRT (volet 1 et volet 3)	-	-	46 000
Ministère du Tourisme - Pôle hivernal (MSTH)	-	651 295	1 237 309
Ministère du Tourisme - Plan montagnes (note 5)	822 500	633 604	76 872
Ministère du Tourisme - Rehaussement d'accueil	-	40 484	-
Ministère du Tourisme - Transition climatique	-	8 050	-
	3 808 900	3 228 008	4 097 803
Gouvernement du Canada			
Développement économique Canada	935 000	643 607	935 000
Total — Secteur public	13 452 000	11 476 361	12 236 895
Secteur privé et organismes			
Alliance de l'industrie touristique du Québec (note 4)	1 800 000	1 000 000	1 000 000
Commanditaires - TBEX 2025	300 000	196 096	-
Activités de mise en marché	832 000	508 522	593 816
Cotisations des membres QDa	225 000	199 540	-
Cotisations et activités des membres	80 000	244 757	284 505
Total — Secteur privé	3 237 000	2 148 915	1 878 321
TOTAL DES REVENUS	41 689 000	41 171 315	38 522 978

État des résultats Suite

CHARGE	2025		2024
Charges d'opérations			
Mise en marché	22 478 900	20 486 634	21 099 321
Accueil touristique	1 102 900	723 799	736 345
Service aux membres	415 200	486 638	454 623
Bonification de l'expérience visiteur	400 000	374 017	428 133
Développement de l'offre	1 959 700	1 804 692	2 090 122
Versement à l'Alliance de l'industrie touristique du Québec	3 750 000	4 334 381	3 631 441
Projets conjoints AHRQ - DQc	1 364 300	920 000	115 483
Fonds - Tourisme durable	250 000	-	-
Administration - coûts directs	1 690 000	1 770 112	1 591 041
Administration - coûts imputés	3 278 800	2 922 256	3 214 541
Total - Charges d'opérations	36 689 800	33 822 529	33 361 050
Charges de programmes			
Programmes de développement de l'offre (note 6)	2 450 000	1 995 860	1 520 333
Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) (note 6)	3 570 000	1 760 925	3 230 684
Pôle hivernal (MSTH) (note 6)	-	981 503	2 043 512
Plan montagnes (note 6)	822 500	633 604	76 872
Rehaussement d'accueil	-	40 484	-
Transition climatique	-	8 050	-
Total - Charges de programmes	6 842 500	5 420 426	6 871 401
TOTAL DES CHARGES	43 532 300	39 242 955	40 232 451
EXCÉDENT (INSUFFISANCE) DES REVENUS SUR LES CHARGES			
Appropriation de résultats cumulés antérieurs	1 843 300		(1 709 473)
RÉSULTATS NETS BUDGÉTÉS			

Notes complémentaires

Au 31 décembre 2025



1 STATUTS CONSTITUTIFS ET NATURE DES ACTIVITÉS

Destination Québec cité (DQc) est un service municipal de la Ville de Québec (Ville), elle-même constituée en vertu de la Charte sur la Ville de Québec, chapitre C-11.5. Il exerce, en outre, les responsabilités confiées à la Ville par le Gouvernement du Québec à titre d'Association touristique régionale pour la région touristique de Québec.

2 PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

Comptabilité d'exercice

Les revenus et les charges sont enregistrés selon la comptabilité d'exercice. DQc reconnaît les revenus et les charges au cours de l'exercice où ont lieu les faits ou les transactions. Ces transactions sont comptabilisées sans égard au moment où les activités sont réglées par un encaissement ou un décaissement ou de toute autre façon.

Utilisation d'estimations

La préparation d'états financiers conformément aux normes comptables canadiennes pour le secteur public exige que la direction ait recours à des estimations et à des hypothèses qui ont une incidence sur les montants comptabilisés à titre de revenus et de charges au cours de l'exercice. Les résultats réels pourraient différer des résultats estimatifs.

Revenus de transfert

Les revenus de transfert sont comptabilisés dans l'exercice au cours duquel surviennent les faits qui donnent lieu aux transferts, dans la mesure où ils ont été autorisés, les critères d'admissibilité ont été satisfaits et une estimation raisonnable des montants est possible. Les transferts sont constatés à titre de revenus, sauf si les stipulations dont ils sont assortis créent une obligation répondant à la définition d'un passif.

Les revenus de transfert se composent des éléments de revenus suivants : taxe sur l'hébergement et revenus du secteur public (à l'exception du revenu de taxe sur l'hébergement destiné à l'Alliance de l'industrie touristique du Québec).

Revenus autres que les revenus de transfert

Les revenus autres que les revenus de transfert sont comptabilisés dans l'exercice au cours duquel ont eu lieu les opérations ou les faits dont ils découlent lorsqu'il y a existence d'un accord, que les services ont été fournis, qu'une estimation raisonnable des montants est possible et que le recouvrement est raisonnablement assuré.

Charges

Les charges comprennent le coût des biens consommés et des services obtenus au cours de l'exercice dans le cadre des activités propres à DQc et incluent les coûts imputés représentant la portion du coût des activités des divers services municipaux de la Ville attribuée à DQc. Elles présentent également la part du service de la dette et de l'amortissement des immobilisations corporelles qui lui est attribuable.

Les immobilisations corporelles, dont une part de l'amortissement est attribuée à DQc, sont comptabilisées au coût. L'amortissement est calculé en fonction de leur durée de vie utile, selon la méthode linéaire et les durées suivantes :

- Bâtisses | 40 ans
- Améliorations locatives (selon la durée du bail) | 15 ans
- Ameublement et équipement de bureau | 10 ans

3 BUDGET

Les chiffres du budget qui apparaissent à des fins de comparaison sont ceux adoptés originalement le 12 décembre 2024 par le Conseil de DQc, mais intégrant les changements requis pour être conformes à la présentation retenue dans le présent état des résultats.

4 ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

L'Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ) et DQc ont conclu une entente de partenariat d'affaires par principe de subsidiarité. En vertu de cette entente, l'AITQ donne un mandat d'exécution d'activités de mise en marché de la région de Québec sur les marchés hors Québec. Pour 2024 et 2025, des campagnes promotionnelles hors Québec, principalement en Ontario et aux États-Unis, ont été réalisées. Les résultats financiers de cette entente se présentent comme suit :

Dépenses	2025		2024	
	Campagnes Ontario	Campagnes États-Unis	Campagnes Ontario	Campagnes États-Unis
Publicité, activités de promotion et d'accueil	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Financement				
AITQ	500 000	500 000	500 000	500 000
Autres ressources de DQc	500 000	500 000	500 000	500 000
	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000

5 REVENUS - MINISTÈRE DU TOURISME

Les revenus de placements générés par les sommes versées par le ministère du Tourisme ainsi que les frais de gestion encourus dans le cadre de certains programmes (EPRTNT 2022-2025, Plan montagnes et Porte d'entrée) sont les suivants :

Revenus de placements	2025	2024
Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT 2022-2025)	23 741	45 329
Plan montagnes	41 189	49 985
Porte d'entrée	-	16 945
	64 930	112 259

Les revenus de placements ont été comptabilisés à titre de revenus reportés et seront disponibles pour l'octroi de subventions d'ici la fin du programme.

Notes complémentaires Suite

6 ENGAGEMENTS

Conformément à la signature de diverses ententes, DQc s'est engagée à verser des subventions en vertu de ses divers programmes. Ces engagements totalisent :

	2025	2024
Programme de support à l'industrie touristique (PSIT)	4 198 155	3 038 038
Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT 2022-2025)	800 595	2 754 819
Entente Plan montagnes	361 605	-
Projets conjoints AHRQ - DQc	230 000	-
Entente Pôle hivernal (MSTH)	207 000	701 503
Entente de partenariat régional en tourisme (EPRT volet 3)	50 000	150 235
Entente de partenariat régional en tourisme (EPRT 2016-2020)	-	20 000
Total	5 847 355	6 664 595

A – CHARGES PAR NATURE

Charges d'opérations	2025	2024
Publicité et édition	13 923 221	13 107 559
Subventions	11 033 738	11 327 332
Salaires et avantages sociaux	7 137 653	6 631 916
Honoraires professionnels et services techniques	2 667 839	2 599 970
Crédits marketing remboursés	413 047	2 026 205
Activité de promotion	623 037	713 293
Frais de déplacement et de séjour	308 691	187 586
Formation	92 433	219 294
Fournitures	33 199	32 133
Poste et messagerie	58 531	25 353
Affiliations à des associations	22 805	8 917
Divers	6 505	5 294
	36 320 699	36 884 852

Coûts imputés

Frais d'administration générale	1 740 201	2 275 106
Technologies de l'information et des télécommunications	741 471	302 080
Gestion des immeubles	425 528	235 420
Amortissement et intérêts	15 056	534 993
	2 922 256	3 347 599

Total des charges	39 242 955	40 232 451
-------------------	------------	------------

Nombre d'employés (équivalent temps complet)	59,8	59,8
--	------	------

B – ÉTAT DES SOMMES AFFECTÉES À DES FINS PARTICULIÈRES

	SOLDE AU 31 DÉCEMBRE 2024	VARIATIONS DE 2025		SOLDE AU 31 DÉCEMBRE 2025
		Résultats	Autres	
Crédits marketing	1 437 044	-	697 326	2 134 370
Projets conjoints AHRQ - DQc	2 956 921	-	486 894	3 443 815
Autres	10 557 371	1 928 360	-	12 485 731
	14 951 336	1 928 360	1 184 220	18 063 916

NOTES SUR LES ÉLÉMENTS DE L'ÉTAT DES SOMMES AFFECTÉES À DES FINS PARTICULIÈRES

Crédits marketing :
Part non encore utilisée des crédits marketing provenant d'une portion de la taxe sur l'hébergement et attribués aux membres admissibles de la catégorie hébergement pour la réalisation d'activités de promotion ou de publicité autorisées.

Projets conjoints AHRQ - DQc :
Solde non dépensé des sommes récupérées à la suite de la diminution du pourcentage dédié aux crédits marketing provenant des revenus de la taxe sur l'hébergement (TSH).

Autres :
Excédent cumulé des opérations autofinancées.



QUÉBEC^{cité}

l'accent
d'Amérique

quebec-cite.com

Tél. : 418 641-6654

2000, rue de l'Exposition, Québec (Québec) G1L 0B7

Québec 

Canada 

© Axelle St-Clair, With Axie