

Rapport de saison 2025



DEM

Développement
Économique
Matanie

Bureau d'information touristique de La Matanie



Mataniexp
Tout un monde pour créer le vôtre



Une fréquentation soutenue, des pratiques qui se transforment

La Matanie accueille des visiteurs de partout lors de la saison touristique estivale. Nos services d'accueil et d'information touristique sont disponibles pour conseiller et accompagner le visiteur dans sa découverte du territoire. Le Phare de Matane demeure un lieu de rassemblement incontournable pour les visiteurs et les curieux souhaitant découvrir le patrimoine et l'histoire des lieux. D'autres kiosques d'accueil hors-les-murs, ainsi qu'une **nouvelle borne d'information numérique**, ont également été déployés cet été afin de **diversifier les points de contact avec la clientèle touristique**.

Le Bureau d'information touristique (BIT) de La Matanie et ses deux kiosques hors-les-murs ont reçu **10 589 visiteurs** du 2 juin au 28 septembre 2025, ce qui représente une baisse de 25 % par rapport à 2024. Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette diminution d'achalandage, notamment l'ajout de la borne d'information numérique au Parc des Îles, qui a déjà répondu aux besoins de 1 556 utilisateurs depuis son installation. La réduction des heures d'ouverture au kiosque du TNO, liée à la disponibilité de la main-d'œuvre, ainsi que l'absence de kiosque au Marché public durant l'été, ont également contribué à cette baisse. De plus, la grève du traversier a sans doute eu un effet sur la fréquentation du Phare. Malgré cela, les efforts de formation et de soutien offerts aux entreprises et organisations touristiques ont permis d'assurer une présence élargie sur le terrain, favorisant ainsi une meilleure qualité d'accueil pour les visiteurs.

Sur le plan économique, la saison 2025 confirme une performance touristique solide. Les hébergeurs parviennent à combiner meilleure occupation et hausse tarifaire, générant des revenus supérieurs. La Matanie se distingue par une efficacité accrue de son parc d'hébergement, démontrant un potentiel de croissance durable, notamment par l'allongement de la saison touristique. La saison estivale (juin à août) demeure le moteur principal de l'activité touristique, concentrant près de 70 % des séjours. Les mois de mai et septembre montrent cependant un potentiel de croissance intéressant, soutenu par la **hausse du taux d'occupation en septembre**. La clientèle de La Matanie demeure majoritairement québécoise, avec une proportion encore limitée de visiteurs hors province et internationaux.

La lecture de ce document vous permettra d'en apprendre davantage sur les statistiques de fréquentation du bureau d'information touristique de La Matanie et de ses kiosques hors-les-murs pour la saison estivale 2025 ainsi que sur les actions marketing effectuées par l'équipe en tourisme chez Développement économique Matanie.

Bonne lecture!



Valérie Landry-Cayouette
Directrice du développement touristique
Développement économique Matanie



Faits saillants

ACCUEIL ET CLIENTÈLE TOURISTIQUE

- Mise en place d'une **borne d'information numérique** au Parc des îles / Projet pilote en matière d'accueil touristique en collaboration avec Tourisme Gaspésie / **1 556 utilisateurs**
- Les séjours de 1 à 3 nuits représentant 41,5 % des visiteurs
- La clientèle est principalement âgée de 35 à 64 ans voyageant en couple ou en famille
- Hausse de la fréquentation provenant de l'Ontario et des provinces maritimes
- Augmentation de 52 % de l'achalandage des visites du Phare

LES RENDEZ-VOUS DU PHARE / NOUVEAUTÉ

- Organisation de **quatre événements en juillet et août** pour développer la perception du Phare comme un attrait touristique et lieu d'animation reconnu des résidents.
- Un peu plus de 120 participants aux activités / 60 % de visites au sommet de la tour
- Collaborateurs invités (Olivier Garot, Calie, Louis Blanchette et Luc Gagnon)

BOUTIQUE DU PHARE

- Développement de produits et vêtements marqués Matanie en partenariat avec Arseno





Résultats de la saison 2025

Bureau d'information touristique de La Matanie et ses kiosques hors-les-murs

NOMBRE DE CLIENTS SERVIS

- 10 589 visiteurs au BIT et kiosques hors-les-murs
- Diminution globale de l'achalandage de 25% incluant le BIT et ses kiosques hors-les-murs

ACHALANDAGE DANS LES KIOSQUES HORS-LES-MURS

- TNO Rivière-Bonjour (entrée principale de la Réserve faunique de Matane) : 256 visiteurs
- Traversier Matane-Baie-Comeau-Godbout : 599 visiteurs

OPÉRÉS PAR UNE ÉQUIPE DE 7 EMPLOYÉS SAISONNIERS

Annie Joncas (coordonnatrice), Mariane Gagné, Frédérique Rioux, Tomas Gagné, Samuel Chouinard, Tommy Gagnon et Jennifer Doucet



De gauche à droite : Tommy Gagnon, Frédérique Rioux, Tomas Gagné, Mariane Gagné et Samuel Chouinard
Au micro sur la scène: Annie Joncas, coordonnatrice
Absente sur la photo : Jennifer Doucet



Résultats de la saison 2025

Bureau d'information touristique de La Matanie et ses kiosques hors-les-murs

PÉRIODES D'OPÉRATION

- **BIT** : 2 juin au 28 septembre, tous les jours, de 9h à 18h (2 juin au 23 août), et de 9h à 17h (24 août au 28 septembre).
 - Nombre de jours : 119 jours
 - Nombre d'heures : 1 035 hrs
- **TNO Rivière-Bonjour** : 28 juin au 1er septembre
 - Nombre de jours : 23 jours d'opération
 - Nombre d'heures : 147 hrs
- **Traversier F.-A Gauthier** : Initialement prévu du 27 juin au 30 août, du vendredi au dimanche
 - Nombre de jours : 13 jours
 - Nombre d'heures : 91 hrs



Résultats de la saison 2025

Provenance de la clientèle touristique

BIT (PHARE DE MATANE)

Principalement des **québécois** provenant des régions de la **Montréal**, du grand **Montréal** et de la région de Québec. Augmentation des **clientèles en provenance du marché de l'Ontario et des provinces maritimes**.

TNO RIVIÈRE-BONJOUR

Principalement des **québécois** provenant en majorité de la **Gaspésie**, du grand **Montréal** et de la région de **Québec**, avec une forte proportion de **Français (21%)**.

TRAVERSIER MATANE-BAIE-COMEAU-GODGOUT

Principalement des **québécois** provenant en majorité du **Bas-Saint-Laurent**, du grand **Montréal** et de la région de **Chaudière-Appalaches**, avec une forte proportion de **Français (16%)**.



Résultats de la saison 2025

Visites de la tour du phare et du musée maritime

Visite audioguidée et visite guidée offerte du 2 juin au 28 septembre inclusivement.

Animation à l'occasion de la **Journée québécoise des phares** le 13 juillet avec une offre spéciale de visites guidées gratuites pour la journée. Près de 100 personnes en ont profité !

RÉSULTATS DES VISITES - 2025

- 1 347 personnes de 15 ans et plus
- 342 enfants de 6 à 14 ans
- 34 enfants de 5 ans et moins
- Total : **1 723 visiteurs**
- Augmentation de **52 %** de l'achalandage

Notre fréquentation détaillée

Figure 1 - Provenance de l'ensemble des touristes en 2025

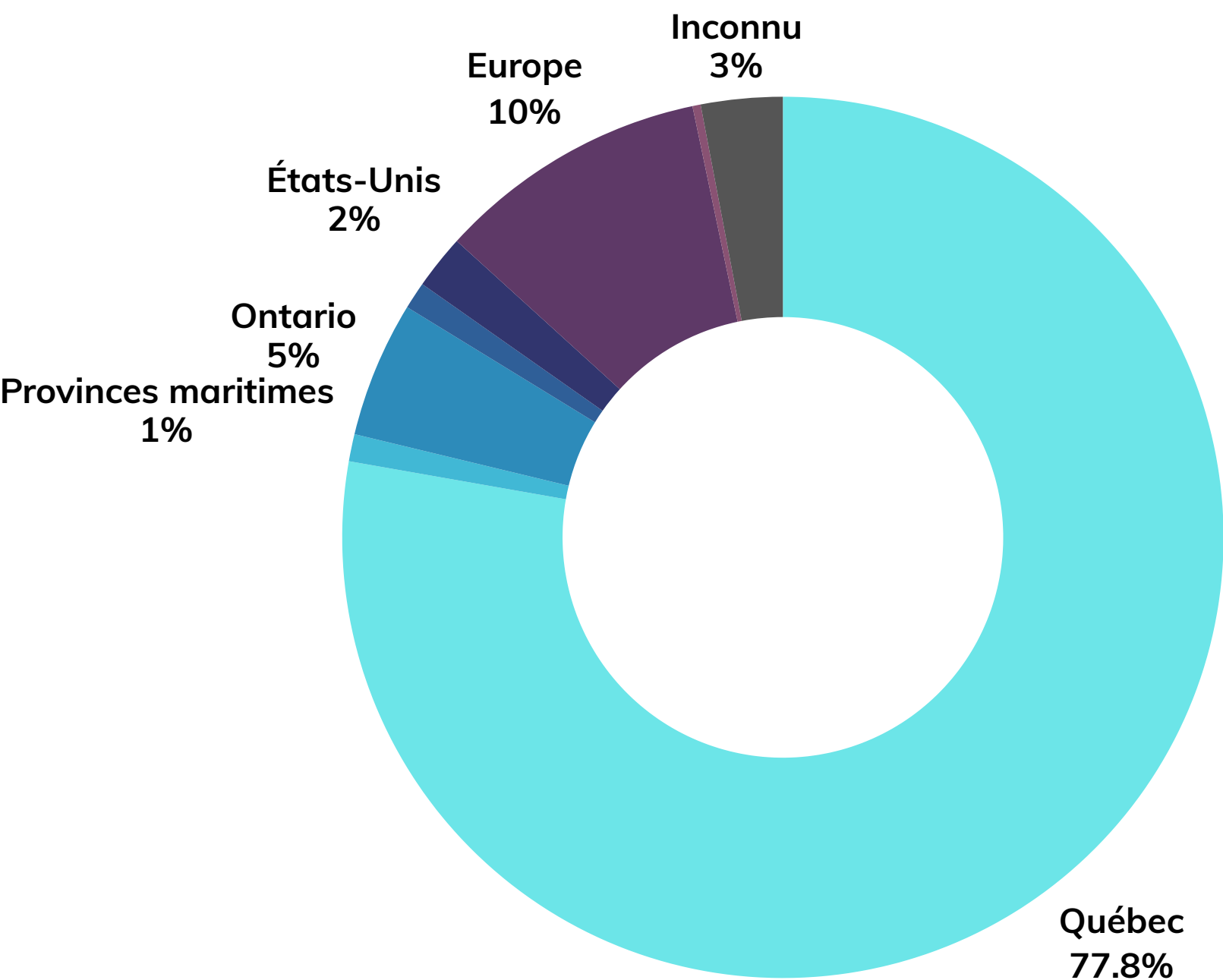


Tableau 1 - Sommaire et comparatif de la provenance des touristes

Provenance - BIT de La Matanie et ses kiosques	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Total Canada incluant le Québec	85%	83%	99,9 %	99%	90%	86%	85%	85%
Québec	70%	77%	97%	95%	83%	81%	81%	78%
États-Unis	3%	2%	0%	0,1%	1%	1,5%	2%	2%
Europe	12%	15%	0,1%	0,6%	9%	12%	13%	10%
Autres	0%	0%	0%	0%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%

Notre fréquentation détaillée

Tableau 2 - Provenance des visiteurs québécois

Provenance	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Abitibi-Témiscamingue	1,10%	1,20%	0,60%	0,80%	1%	2%	2%	1%
Bas-Saint-Laurent	3,20%	1,80%	1,70%	1,30%	1,80%	1,60%	3%	3%
Cantons-de-l'Est	8,00%	6,70%	7,40%	8,20%	9%	7,30%	8%	8%
Centre-du-Québec	4,10%	3,70%	4,50%	4,40%	5,10%	4,60%	4%	4%
Charlevoix	0,10%	0,30%	0,50%	0,40%	0,30%	0,30%	0%	1%
Chaudière-Appalaches	6,90%	6,10%	6,60%	6,70%	6,70%	7,70%	8%	7%
Duplessis	0,80%	0,70%	0,40%	0,40%	1%	0,50%	1%	1%
Gaspésie	5,70%	7,30%	3,10%	4,60%	8,10%	6,80%	15%	9%
Îles-de-la-Madeleine	0,10%	0,30%	0,10%	0,10%	0,10%	0%	0%	0%
Lanaudière	5,90%	6,90%	6,80%	7%	5,60%	8%	5%	6%
Laurentides	7,80%	8,50%	7,50%	9,10%	9,10%	8,10%	7%	8%
Laval	3,80%	4%	3,80%	4,90%	3,40%	2,70%	2%	3%
Manicouagan	0,80%	2,40%	0,60%	0,30%	0,70%	0,60%	1%	1%
Mauricie	4,50%	5,40%	3,70%	4%	3,70%	4%	4%	3%
Montérégie	16,60%	12,90%	17%	17,20%	17,90%	15,60%	14%	17%
Montréal	12,60%	13,70%	18,70%	16,30%	11,80%	13%	11%	12%
Nord-du-Québec/Baie-James	0,30%	0,80%	0,20%	0,60%	0%	0,20%	0%	0%
Outaouais	2,30%	3,10%	3%	2,50%	2,80%	2,20%	3%	3%
Québec	10,50%	9,80%	11,20%	9,80%	9,40%	11,50%	9%	10%
Saguenay Lac Saint-Jean	3,40%	2,60%	2,30%	1,80%	2,40%	3,20%	3%	3%

Tableau 3 - Synthèse des données statistiques 2025

Provenance		Juin	Juillet	Août	Sept.	Total
Canada	Québec	1 287	2 906	3 173	878	8 244
	Maritimes	21	37	52	41	151
	Ontario	111	132	176	107	526
	Canada (autres)	32	26	23	34	115
Total du Canada		1 451	3 101	3 424	1 060	9 036
	Etats-Unis	48	42	48	38	176
Total des Etats-Unis		48	42	48	38	176
	Mexique	0	0	0	2	2
	Amérique centrale	0	0	0	0	0
	Amérique du sud	0	0	0	1	1
Total Autres Amériques		0	0	0	3	3
Europe	France	62	162	305	199	728
	Royaume-Uni	0	1	0	2	3
	Allemagne	8	10	50	21	89
	Italie	2	7	48	4	61
	Suisse	0	39	12	22	73
	Belgique	0	16	27	13	56
	Autre pays d'Europe	5	14	10	20	49
Total Europe		77	249	452	281	1 059
Autres	Japon	0	0	0	0	0
	Autres pays d'Asie	2	0	4	7	13
	Afrique	0	0	0	0	0
	Océanie	0	4	9	4	17
Total Autres continents		2	4	13	11	30
Provenance inconnue		53	66	122	44	285
Total Provenance non précisée / Autre		53	66	122	44	285
GRAND TOTAL		1 631	3 462	4 059	1 437	10 589

Notre fréquentation détaillée

Figure 2 - Évolution de l'achalandage de 2002 à 2025

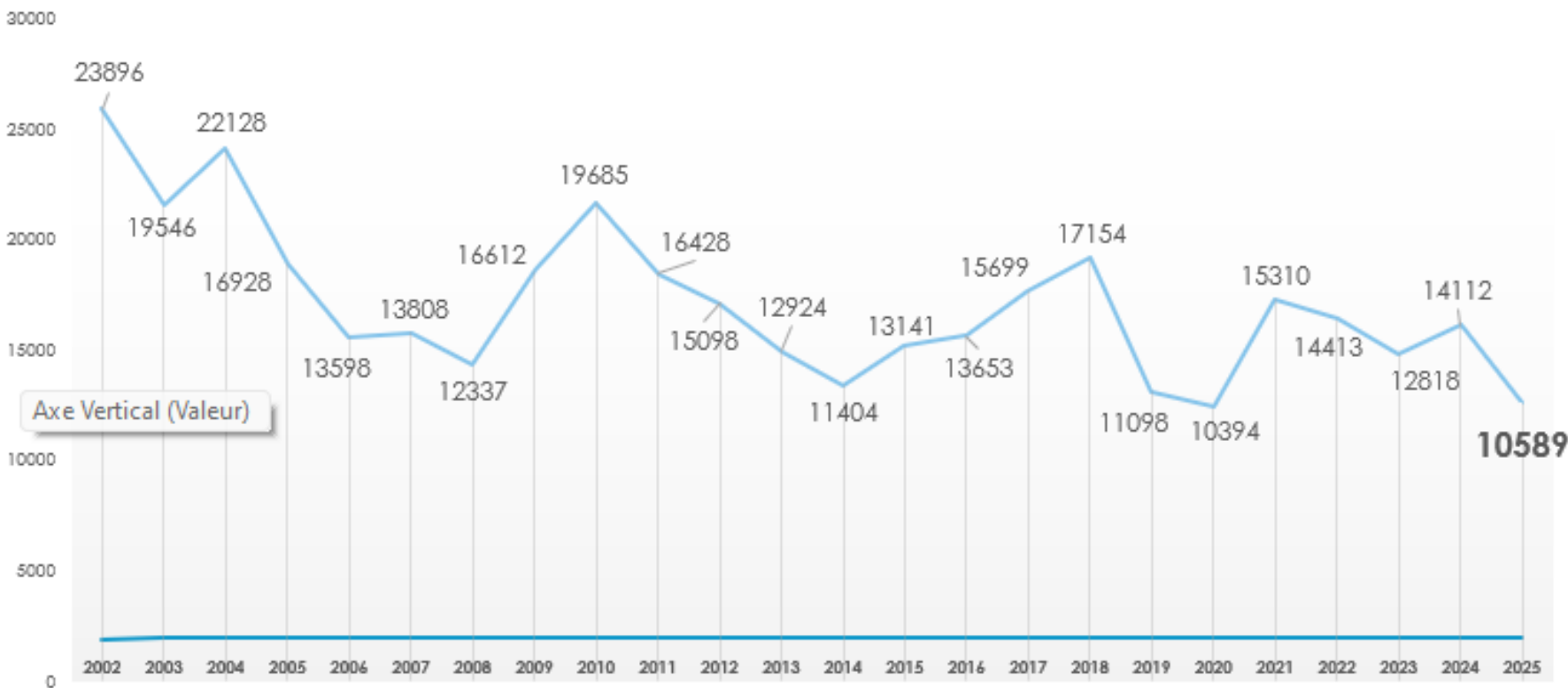


Tableau 4 – Sommaire et comparatif de 2018 à 2025

Achalandage des services d'accueil touristique en Matanie	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Variation 2024/2025
Juin	1 713	794	593	1 815	1 606	1 350	1973	1 631	- 17 %
Juillet	6 777	3 952	4 058	6 039	5 538	5 009	5151	3 462	- 33 %
Août	6 772	4 714	4 276	5 973	6 091	4 895	5515	4 059	- 26 %
Septembre	1 892	1 401	1 407	1 446	1 178	1 564	1473	1 437	- 2 %
Octobre	N/A	237	54	37	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
TOTAL	17 154	11 098	10 388	15 310	14 413	12 818	14112	10 589	- 25 %



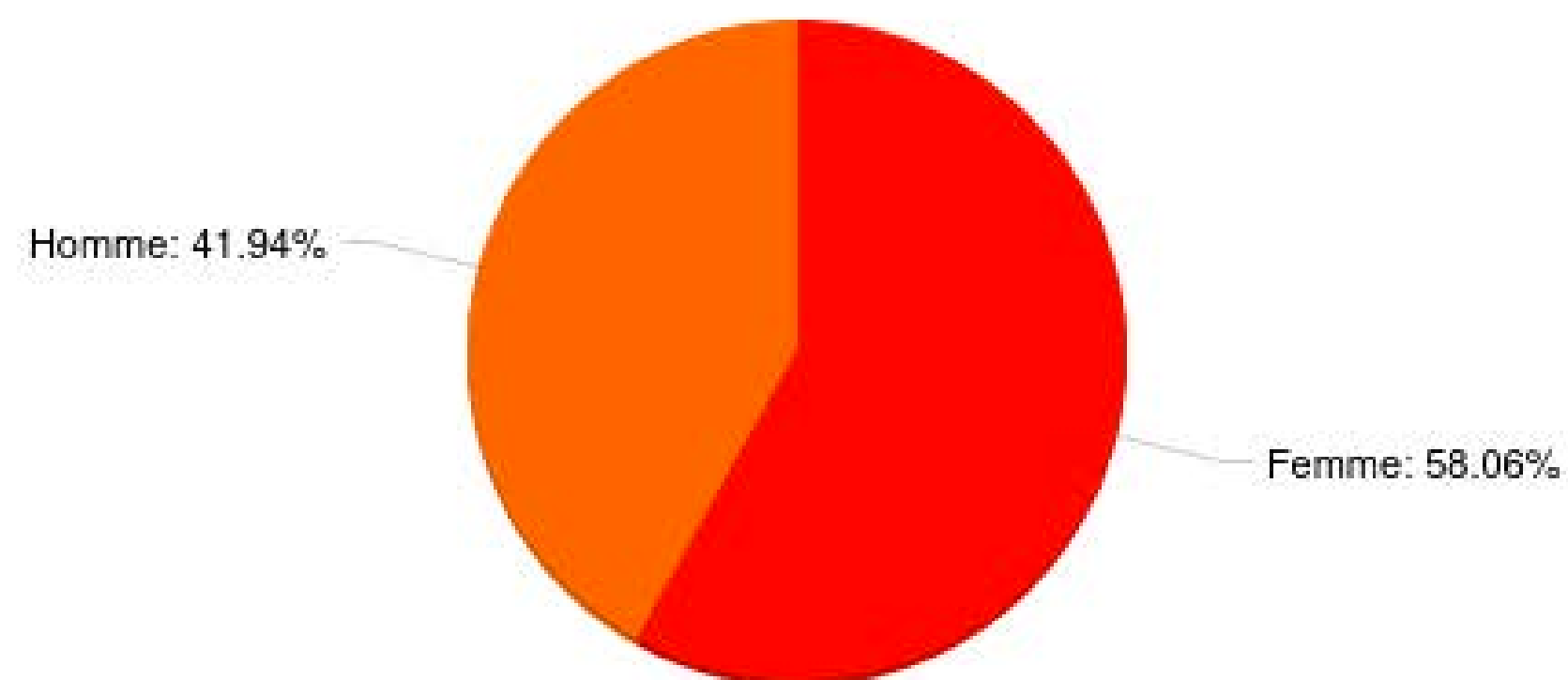
Sondage aux visiteurs

SYNTHÈSE

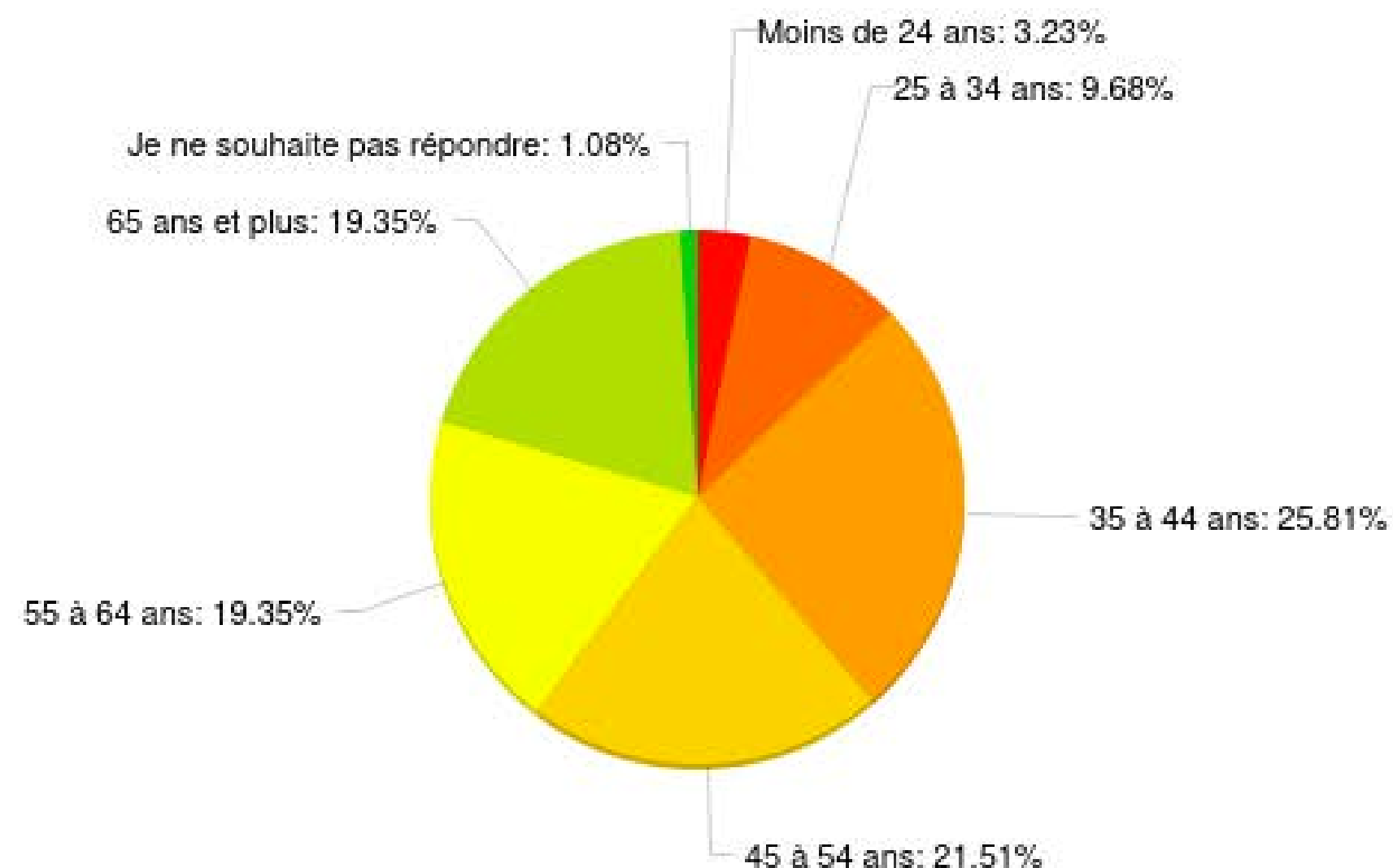
- **Participants:** ~90
- La clientèle provient presque exclusivement du Québec, principalement âgée de 35 à 64 ans, voyageant en couple ou en famille.
- La Matanie est visitée d'abord pour la mer, le littoral et la gastronomie locale avec une forte recherche de détente et repos.
- L'hébergement se concentre sur l'hôtellerie, les chalets locatifs et le camping.
- La région se fait beaucoup connaître par le bouche-à-oreille et la répétition des séjours.

Sondage aux visiteurs

À quel genre vous identifiez-vous ?

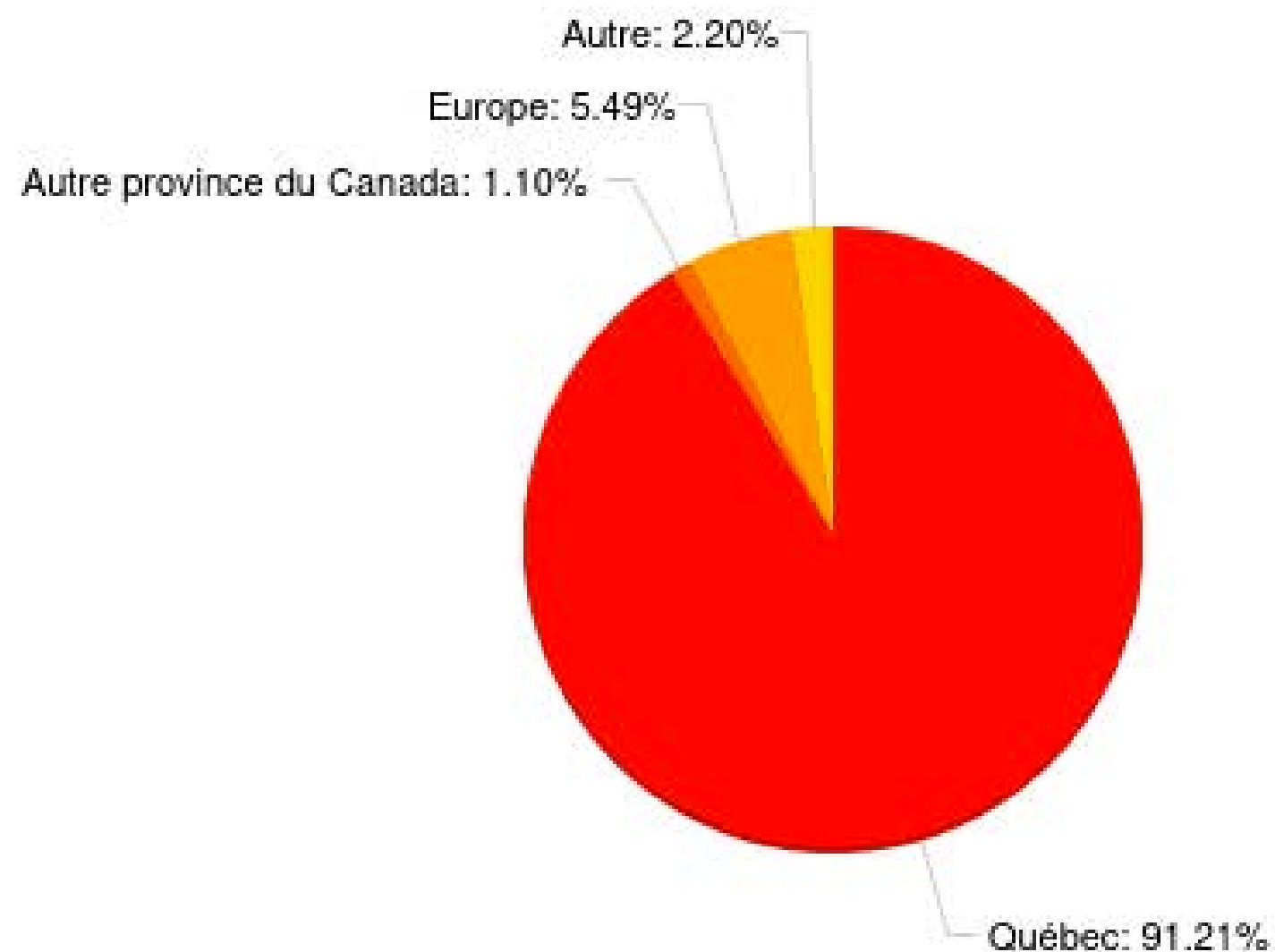


Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

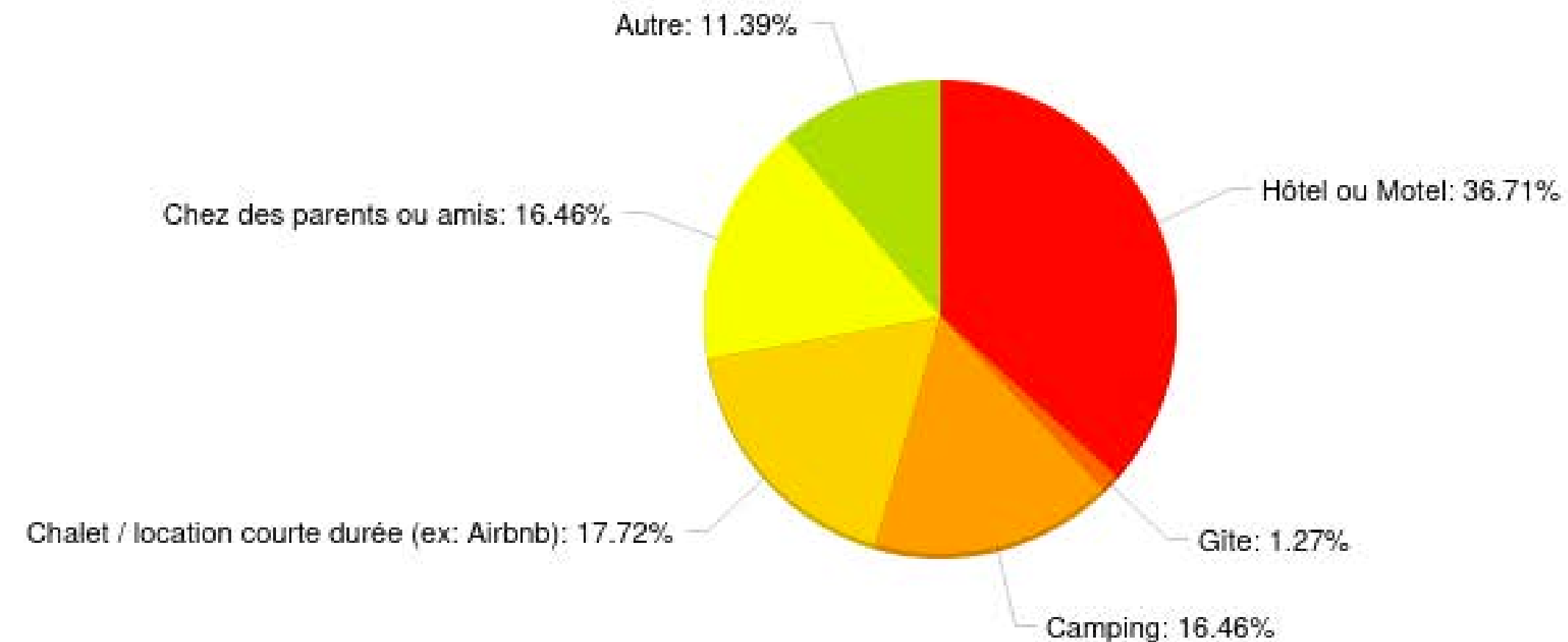


Sondage aux visiteurs

Quel est votre lieu de résidence principal ?

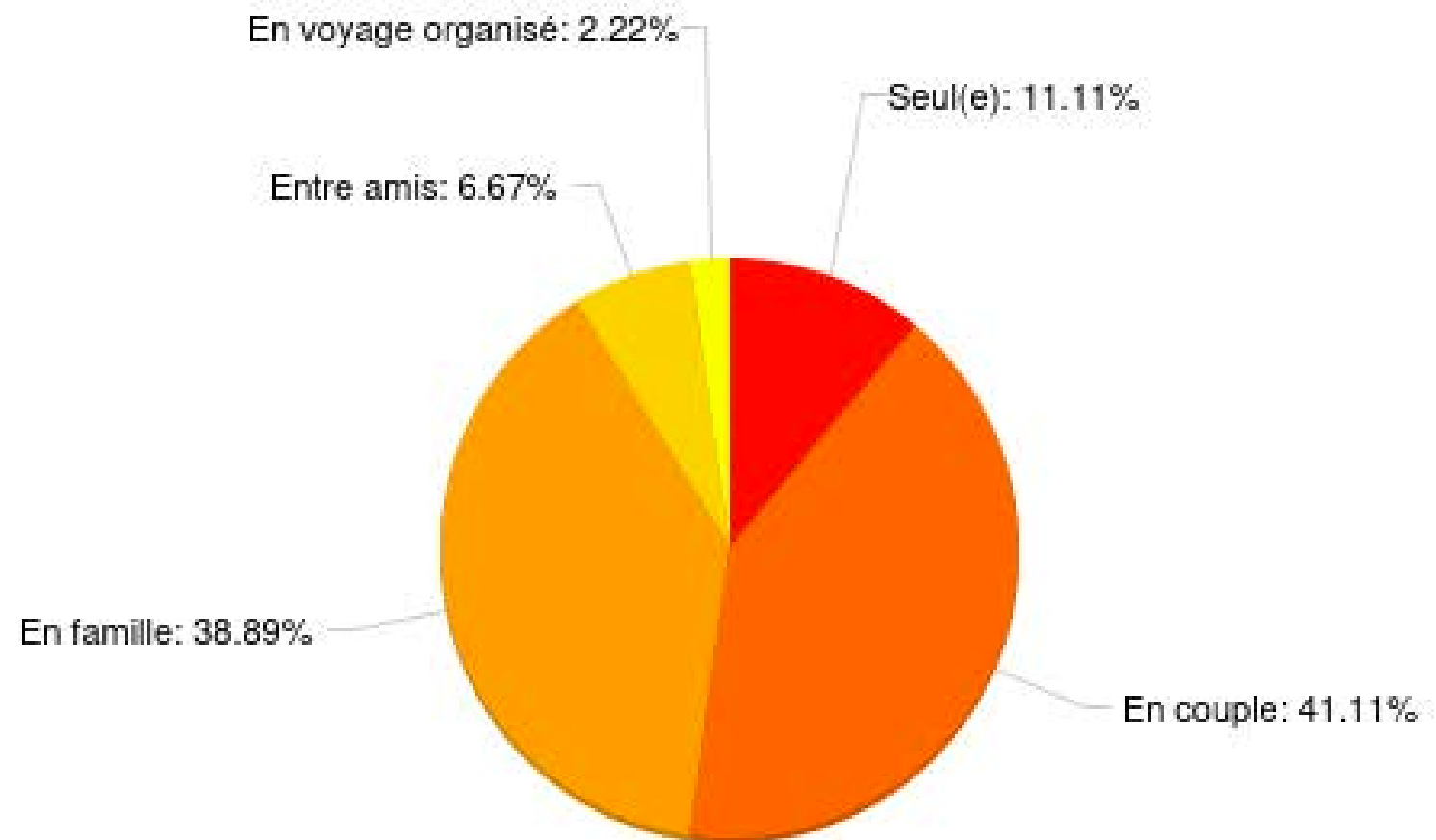


Quel type d'hébergement utilisez-vous lors de votre séjour ?

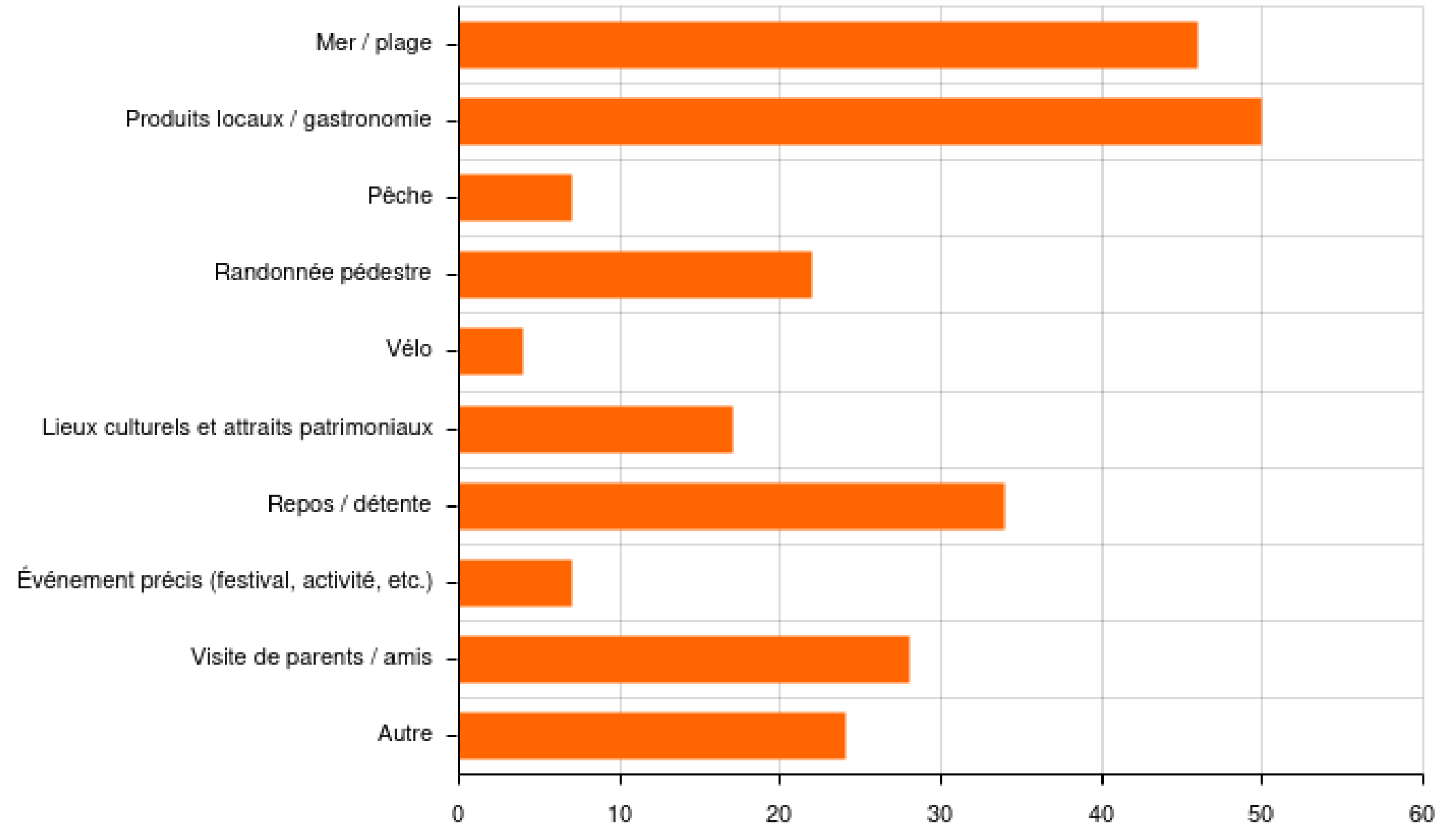


Sondage aux visiteurs

Avec qui voyagez-vous ?

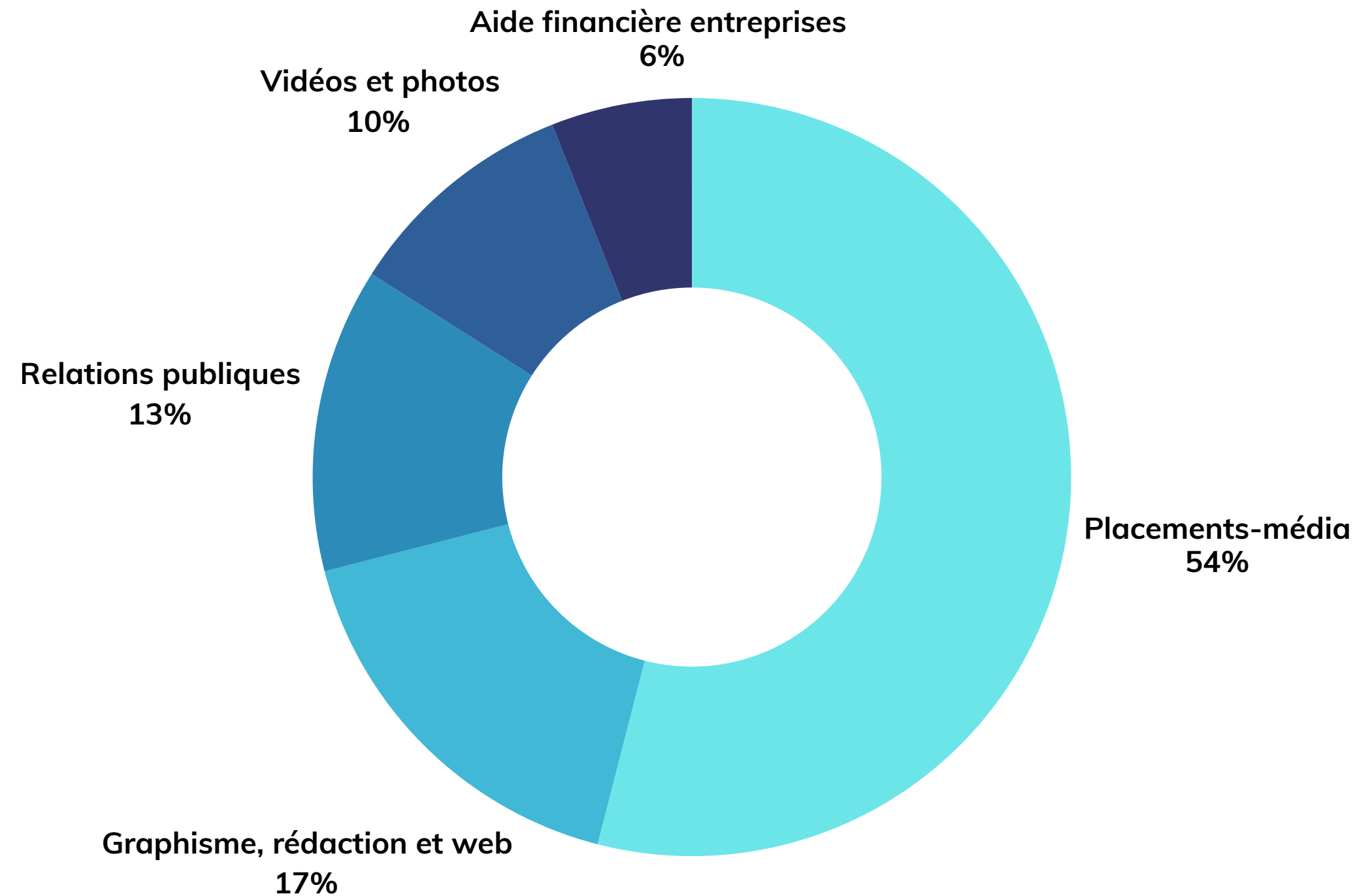


Quelle a été votre principale motivation pour visiter La Matanie ?



Faits saillants - Promotion touristique

RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS / BUDGET DE 50 000 \$





Faits saillants - Promotion touristique

OUTILS DE PROMOTION TOURISTIQUE

- Cartes touristiques bilingues / imprimé à **25 000 copies**
- Cartes géoréférencées et disponibles en mode hors-ligne sur l'application **Ondago**
- Nouvelle **borne d'information numérique** au Parc des îles
- Infolettres hebdomadaires des activités offertes sur le territoire
- **Infolettres saisonnières** aux visiteurs
- Affiches et autocollants Quoi faire en Matanie avec **répertoire touristique** (code QR)
- Conception d'une nouvelle carte touristique hivernale
- **Espace membre** site web / Références, sources et documentation
- Bandeaux web pour sites web et courriels automatisés

INITIATIVES ÉVÉNEMENTIELLES

- Tournée marketing avec Tourisme Gaspésie / Centre de ski Mont-Castor
- Lancement de la saison touristique estivale / Marché public de La Matanie
- Journée québécoise des Phares
- Les Rendez-vous du Phare (4) - Animations et visites du Phare au coucher de soleil



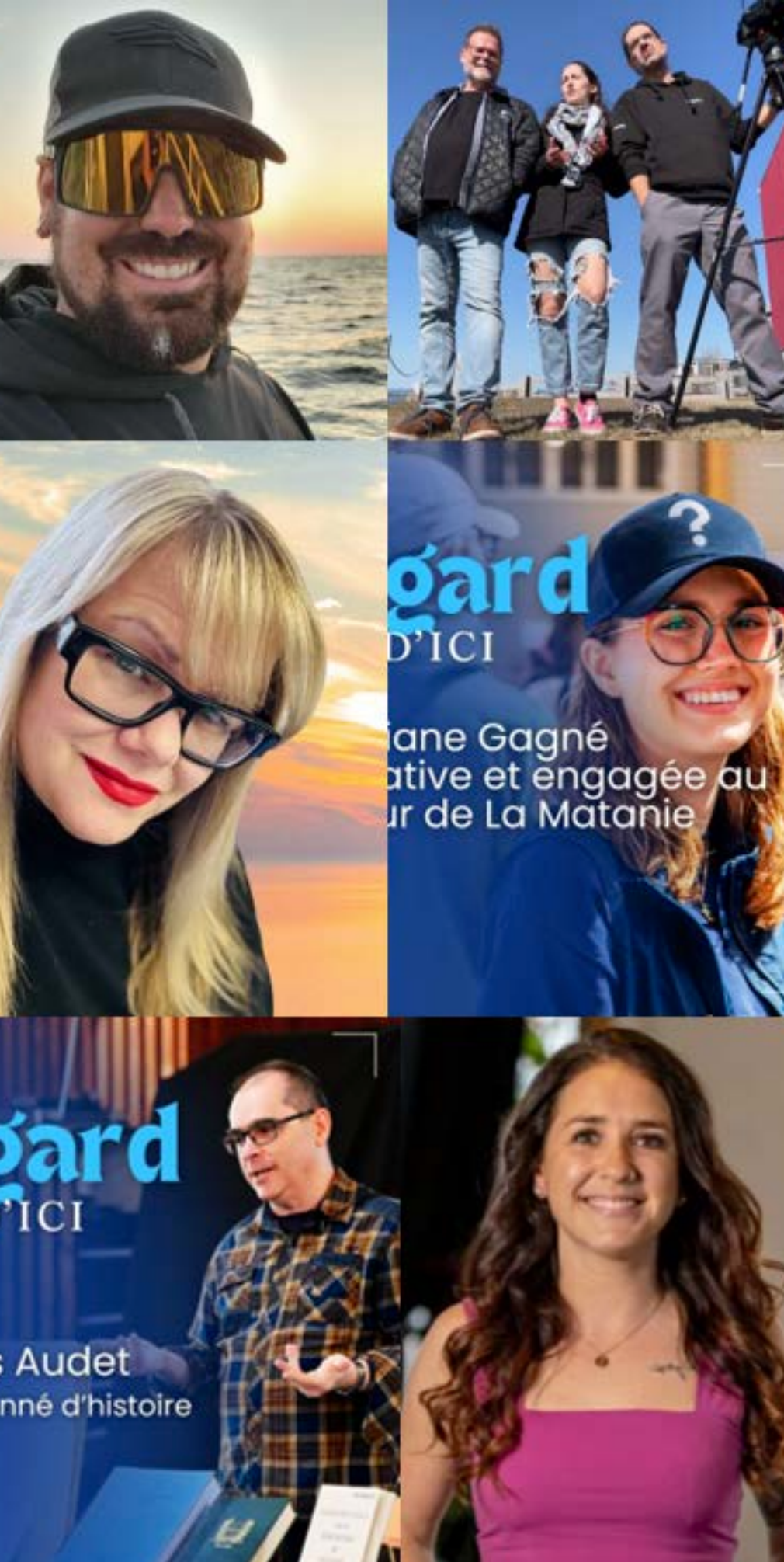
Faits saillants - Promotion touristique

PLACEMENTS-MÉDIA

- Guide touristique ATRG / imprimé à **60 000 copies**
- Campagne parapluie hivernale Tourisme Gaspésie / **630 103 impressions**
- Campagne parapluie estivale et automnale Tourisme Gaspésie / **955 558 impressions**
- Concours avec Mollo par URBANIA / **235 251 impressions**
- Campagne Europe francophone avec Québec Maritime / **161 678 impressions**
- Campagne motoneige avec Québec Maritime / **114 749 impressions**

RELATIONS PUBLIQUES

- Participation au salon de la motoneige et du quad de Québec
- Participation au salon aventure et plein air de Montréal / tirage d'un séjour en Matanie
- Organisation et accueil d'un séjour estival avec Lydiane autour du monde / **613 134 vues**
- Accueil d'un séjour hivernal en collaboration avec Mytik Shack Sucré et edlPhotographie / **13 924 vues**



Faits saillants - Promotion touristique

CRÉATION DE CONTENU

- Billets de blogue saisonniers
- Entrevues avec 4 ambassadeurs locaux dans le cadre du Mois du tourisme gaspésien
- 3 séries thématiques estivales (Regard d'ici, Virée en Matanie et Capte La Matanie) / **35 publications ayant généré 46 389 vues**



PORTRAIT



DÉFI DÉCOUVERTE



COUP D'ŒIL



CIRCUIT

Nos abonnés:

- Facebook : 6 769 abonnés
- Instagram : 1 612 abonnés
- YouTube : 37 542 visionnements
- TikTok : 326 abonnés

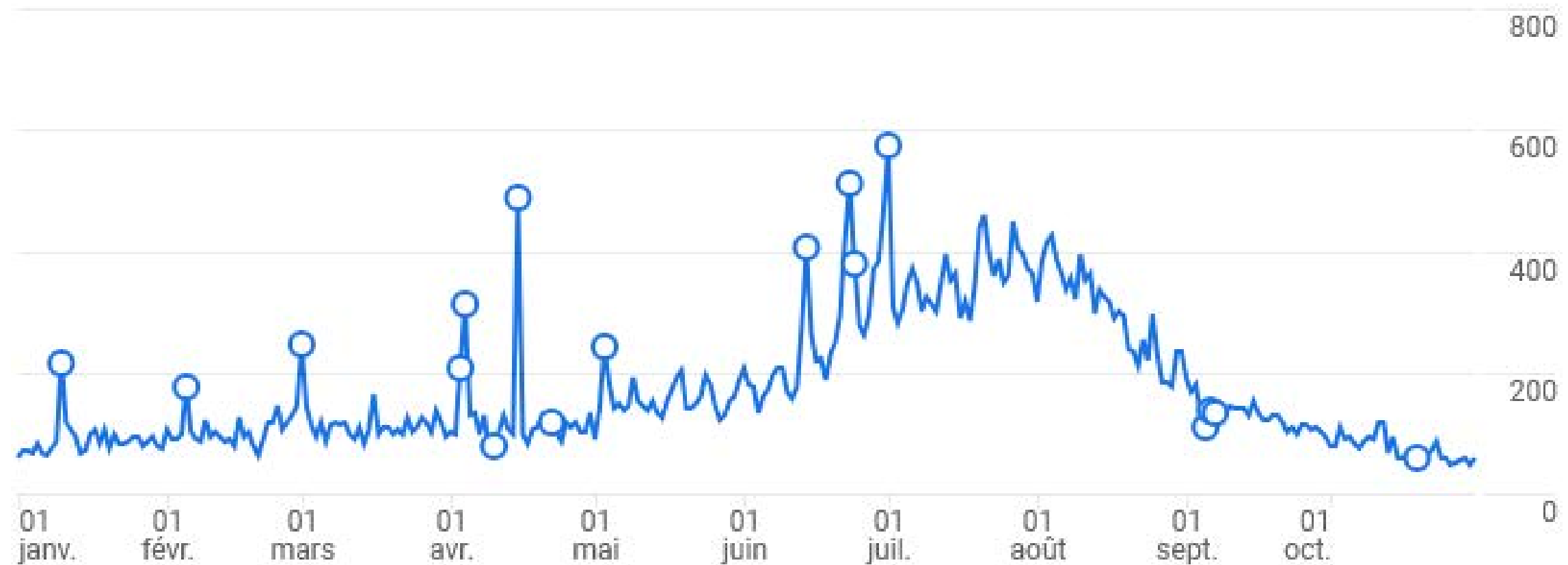
Promotion numérique

SITE WEB TOURISMEMATANE.COM

Notre site Web est la référence incontournable pour planifier un séjour en Matanie. Il accompagne l'utilisateur à chaque étape de son voyage, de la planification jusqu'à destination, en offrant des informations touristiques fiables et mises à jour fréquemment.

Du 1er janvier au 31 octobre 2025

- 227 792 pages vues;
- 44 464 utilisateurs;
- 44 279 nouveaux utilisateurs;
- 66 043 sessions;
- 5,13 pages vues par utilisateur en moyenne;
- 1,31 minutes par utilisateur en moyenne;
- Taux d'engagement moyen de 77,62 %;
- 15 546 refus des témoins de navigation.



Promotion numérique

SITE WEB TOURISMEMATANE.COM

Provenance des utilisateurs :

1. Montréal – 25 %
2. Matane – 16 %
3. Toronto – 10 %
4. Ville de Québec – 4 %
5. France – 3 %
6. États-Unis, Pays-Bas, Allemagne, Suisse - 3 %

Systèmes d'exploitation utilisés :

1. IOS – 43 %
2. Android – 30 %
3. Windows – 16 %

Appareils utilisés :

1. Mobile – 69 %
2. Ordinateur – 26 %
3. Tablette – 5 %

Pages les plus consultées :

1. Page d'accueil
2. Quoi faire? Attraites et activités
3. Les incontournables - Les fous du plein air, terre, mer
4. Quoi faire? - Les sentiers de la Grotte des Fées
5. Où manger? - Restaurant Le Matelot
6. Où dormir? - Hôtellerie

Acquisitions Web :

1. Recherche organique – 80 %
2. Direct – 14 %
3. Référence venant d'un autre site web – 2 %
4. Réseaux sociaux – 2 %

Référencement - Visiteurs qui consultent le site de Tourisme Matane à partir de liens se trouvant sur d'autres sites web ou réseaux sociaux :

1. Tourisme Gaspésie
2. Codes QR personnalisés présents sur les affiches publicitaires Quoi faire en Matanie
3. ChatGPT
4. Québec maritime
5. Club de golf de Matane
6. Cyberimpact (infolettres)
7. MatanieXP

Promotion numérique

APPLICATION ONDAGO - Cartes interactives avec géolocalisation et mode hors-ligne

Mises en ligne le 21 juin 2024

Statistiques du 1er janvier au 31 octobre 2025

	Téléchargement	Ouverture de la carte de La Matanie	Ouverture de la carte Ville de Matane
Janvier à mars	15	23	13
Avril à juin	66	127	103
Juillet à septembre	116	200	177
Octobre	10	11	8
TOTAL 2025	207	361	301
2024	181	261	176

CARTES TOURISTIQUES DE LA MATANIE
TOURIST MAPS OF LA MATANIE

Mataniexp

ONDAGO

Explorez la région sans limites

Téléchargez gratuitement les cartes touristiques interactives de La Matanie sur l'application Ondago (géolocalisation en mode hors ligne).

Download for free the interactive tourist maps of the region of Matane on the app Ondago (geolocation in offline mode).

Balayez-moi Scan me

Carte disponible sur Map available on ONDAGO APPLICATION MOBILE

DISPONIBLE SUR Google Play

Disponible sur App Store

Conclusion

Ce bilan de saison permet de mieux comprendre comment les visiteurs vivent et explorent La Matanie. Les données recueillies éclairent les choix à poser pour améliorer l'accueil, adapter nos services et soutenir le développement de l'offre touristique.

La collaboration entre les partenaires demeure centrale. En unissant nos efforts, nous pouvons continuer à diversifier les clientèles, prolonger la saison et renforcer l'expérience proposée sur le terrain. DEM poursuivra son rôle de soutien et d'accompagnement auprès des entreprises et organisations du milieu.

La Matanie continue d'attirer, de surprendre et d'inspirer. Ensemble, nous restons engagés à faire évoluer l'accueil et la mise en valeur du territoire, dans le respect de son identité et de ses forces.

Crédit photos : Yann Gonthier, Jayden Boland, David Dubé, Suzy Bergeron, Stéphanie Kraess, Tourisme Gaspésie, Fanny Allaire-Poliquin

