Rapport de saison 2026

DEM
Développement
Économique
Matanie

Bureau d’information touristique de La Matanie

Matanie**exp**
Tout un monde pour créer le vôtre



Une saison estivale sous le signe de la découverte et de la croissance

La Matanie continue d'attirer des visiteurs en quête de grands espaces, d'expériences authentiques et d'un accueil chaleureux. Grâce au Bureau d'information touristique (BIT) de La Matanie, situé dans le Phare de Matane, ainsi qu'aux différents points de service déployés sur le territoire, les voyageurs ont pu bénéficier d'un accompagnement personnalisé pour découvrir les attraits, activités et services de la région. Ces lieux d'accueil demeurent des portes d'entrée privilégiées pour faire rayonner l'offre touristique de La Matanie et de la Gaspésie.

Malgré une saison estivale marquée par une météo plus fraîche et pluvieuse que les années précédentes, les services d'accueil touristique de La Matanie ont enregistré d'excellents résultats. Les conditions météorologiques variables ont probablement incité davantage de visiteurs à rechercher des suggestions d'activités, de sites à visiter et d'expériences adaptées aux journées moins ensoleillées. Du début juin à la fin septembre, le BIT et ses kiosques hors-les-murs ont accueilli **12 993 visiteurs**, représentant une **hausse globale de 23 %** de l'achalandage par rapport à l'année précédente.

Le Phare de Matane se démarque particulièrement cette année avec une **augmentation de 47 % de visites de la tour**. Cette performance est d'autant plus remarquable que des travaux routiers réalisés devant le site durant tout le mois de juin ont temporairement affecté sa visibilité, bien que le site soit demeuré accessible. Une fois cette période passée, l'achalandage s'est maintenu à un niveau soutenu tout au long de l'été et s'est particulièrement démarqué en septembre, laissant entrevoir un intérêt croissant pour les escapades de fin de saison et le tourisme automnal.

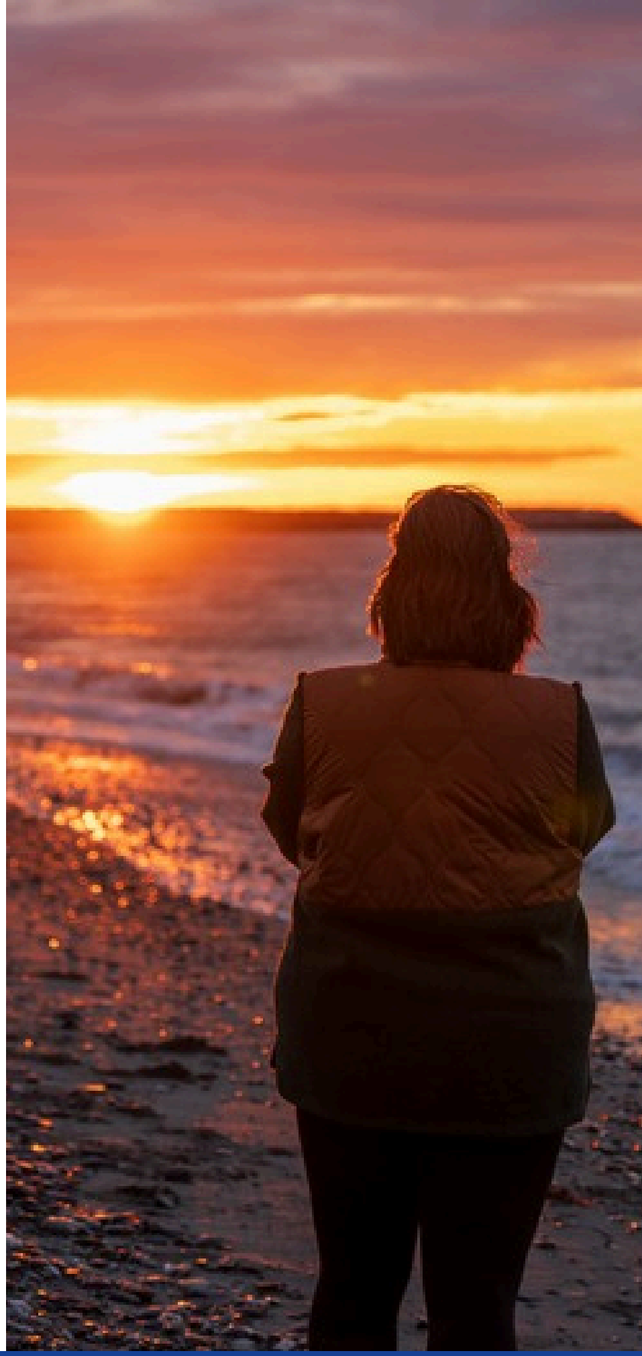
Les données et observations recueillies par l'équipe révèlent également certaines tendances intéressantes. Les visiteurs démontrent un intérêt accru pour la découverte du patrimoine et de la culture locale, notamment l'histoire du Phare de Matane et des expositions présentées sur le site. Dans un contexte économique où les voyageurs demeurent attentifs à leurs dépenses, la clientèle québécoise est restée fortement présente, privilégiant toutefois des activités gratuites ou à faible coût comme les plages, les promenades, la randonnée, les visites culturelles et les pique-niques.

Enfin, la hausse de la clientèle en provenance des États-Unis, des provinces maritimes ainsi que des provinces du centre et de l'ouest du Canada contribue à diversifier les marchés touristiques de la destination.

La lecture de ce rapport 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, ainsi que sur les principales actions de promotion réalisées depuis le début de l’année 2026.

Bonne lecture !

Suzy F. Bergeron
Technicienne en récréotourisme
Développement économique Matanie



Faits saillants

ACCUEIL ET CLIENTÈLE TOURISTIQUE

- Augmentation globale de 23 % dans les lieux de renseignements de La Matanie (Phare, Traversier, Réserve faunique).
- Les séjours de 1 à 3 nuits en Matanie représentent 49 % des visiteurs passés dans nos lieux de renseignements.
- Hausse des clientèles en provenance des États-Unis, des provinces maritimes et des provinces du centre et de l’ouest du Canada.
- Augmentation de 47 % de l’achalandage des visites du Phare.

BOUTIQUE DU PHARE

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





Résultats de la saison 2026

Bureau d’information touristique de La Matanie, ses kiosques hors-les-murs et sa borne numérique

NOMBRE DE CLIENTS SERVIS

- **12 993 visiteurs** au BIT et kiosques hors-les-murs
- **Augmentation globale de l’achalandage de 23%** incluant le BIT et ses kiosques hors-les-murs
- Augmentation de 16 % au BIT (Phare de Matane) avec 11 310 visiteurs.

ACHALANDAGE DANS LES KIOSQUES HORS-LES-MURS

- **TNO Rivière-Bonjour** (entrée principale de la Réserve faunique de Matane) : 294 visiteurs (+27%)
- **Traversier Matane-Baie-Comeau-Godbout** : 1 376 visiteurs (+131%)

OPÉRÉS PAR UNE ÉQUIPE DE 6 EMPLOYÉS SAISONNIERS

Claire Levasseur (cheffe d’équipe), Frédérique Rioux, Tomas Gagné, Samuel Chouinard, Tommy Gagnon et Benjamin Granger

BORNE D’INFORMATION NUMÉRIQUE - PARC DES ÎLES DE MATANE

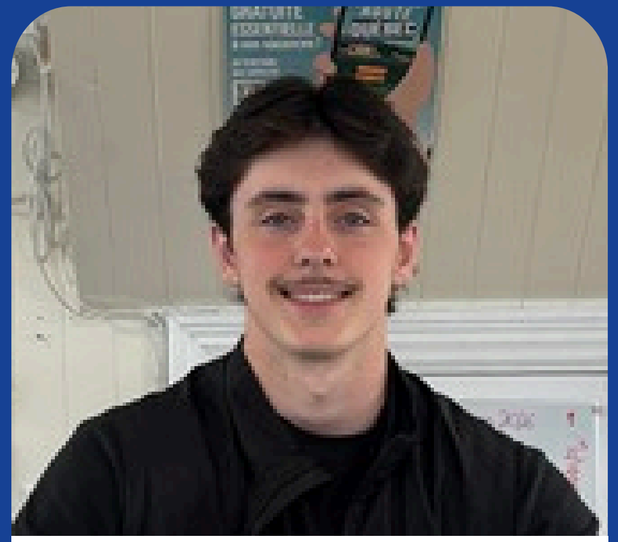
- **Hors-saison : 206 utilisateurs** entre le 1 janvier et le 31 mai 2026.
- **Saison estivale : 895 utilisateurs** entre le 1 juin et le 30 septembre 2026.



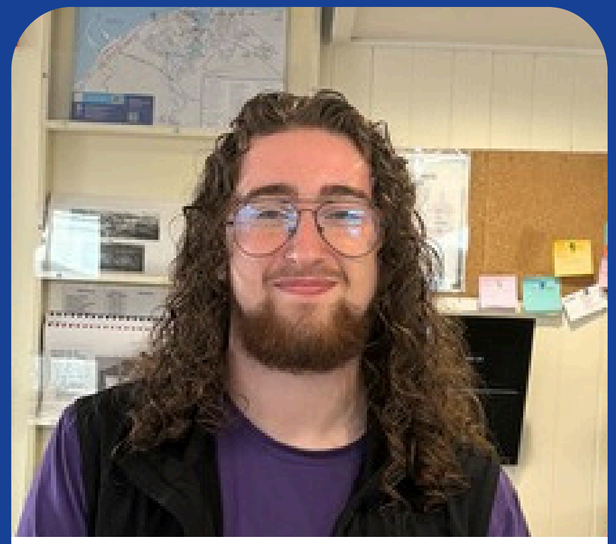
CLAIRE



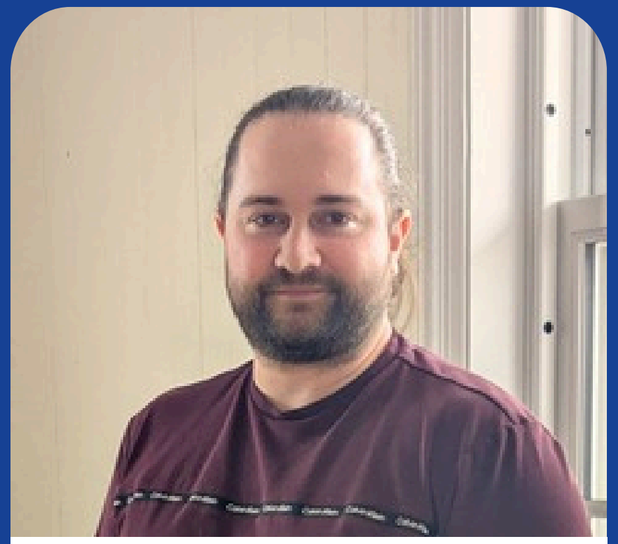
FRÉDÉRIQUE



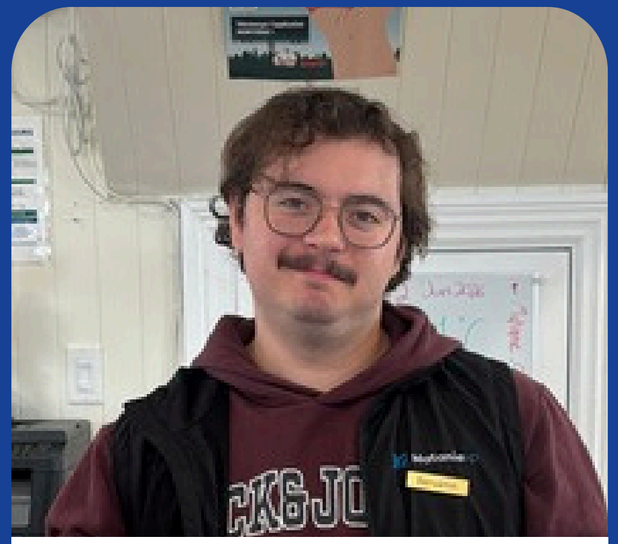
TOMAS



TOMMY



SAMUEL



BENJAMIN



Résultats de la saison 2026

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

PÉRIODES D’OPÉRATION

- **BIT :** 1 juin au 27 septembre, tous les jours, de 9h à 18h (1 juin au 22 août), et de 9h à 17h (23 août au 27 septembre).
  - Nombre de jours : 119 jours
  - Nombre d’heures : 1 035 hrs

- **TNO Rivière-Bonjour :** 3 juillet au 7 septembre, du vendredi au lundi
  - Nombre de jours : 30 jours d’opération
  - Nombre d’heures : 189 hrs

- **Traversier F.-A Gauthier :** 24 juin au 12 août, mercredi, vendredi et samedi
  - Nombre de jours : 25 jours
  - Nombre d’heures : 200 hrs



Résultats de la saison 2026

Provenance de la clientèle touristique

BIT (PHARE DE MATANE)

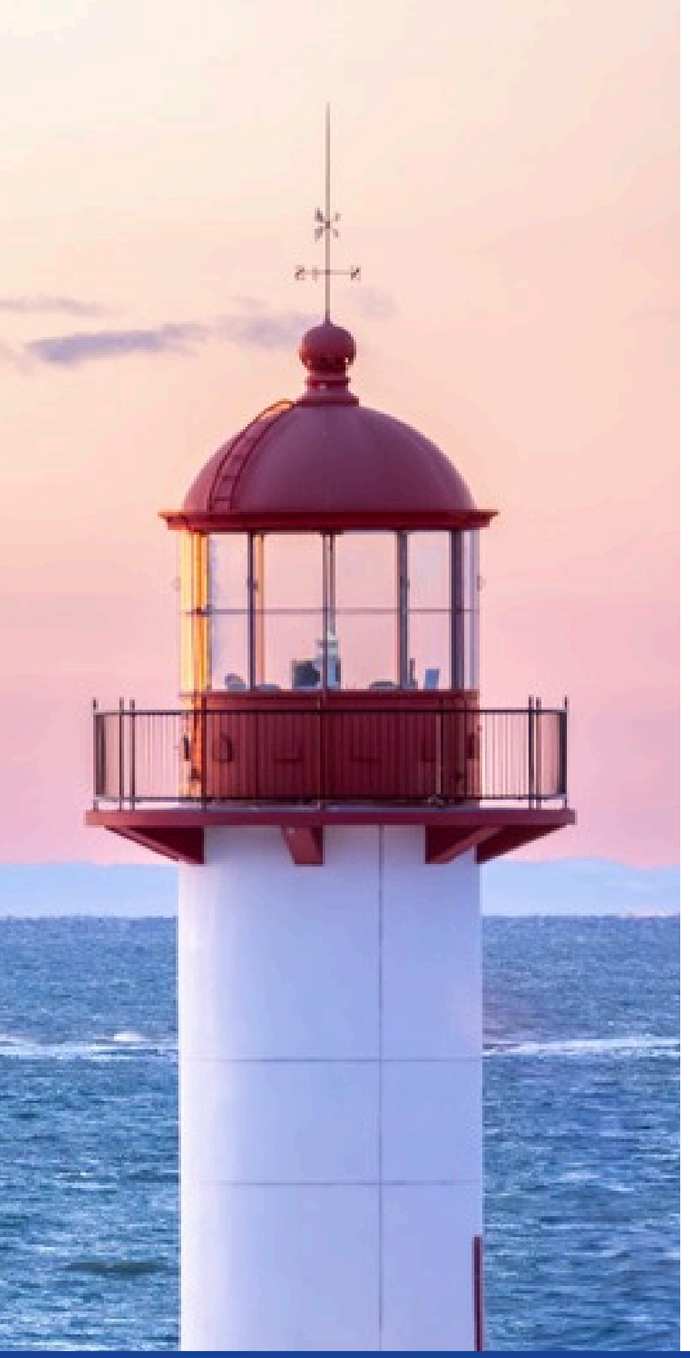
Principalement des **québécois** provenant des régions du grand **Montréal**, de la **Montérégie** et de la région de **Québec**. Augmentation des **clientèles en provenance des États-Unis, des provinces maritimes et provinces du centre et de l'ouest du Canada.**

TNO RIVIÈRE-BONJOUR

Principalement des **québécois** provenant en majorité de la **Gaspésie**, du grand **Montréal** et du **Bas-Saint-Laurent**, avec une proportion notable de **Français** (18%).

TRAVERSIER MATANE-BAIE-COMEAU-GODGOUT

Principalement des **québécois** provenant en majorité de la **Montérégie**, du **Bas-Saint-Laurent** et de la **Gaspésie**, avec une proportion notable de **Français** (12%) et de marchés des **autres provinces canadiennes** (10%).



Résultats de la saison 2026

Visites de la tour du phare et du musée maritime

- Visite audioguidée et visite guidée offerte du 1 juin au 27 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 118 personnes en ont profité !

RÉSULTATS DES VISITES - 2026

- 1 912 personnes de 15 ans et plus
- 543 enfants de 6 à 14 ans
- 83 enfants de 5 ans et moins
- Total : **2 538 visiteurs**
- Augmentation de **47 %** de l’achalandage

Notre fréquentation détaillée

Figure 1 - Provenance de l'ensemble des touristes en 2026

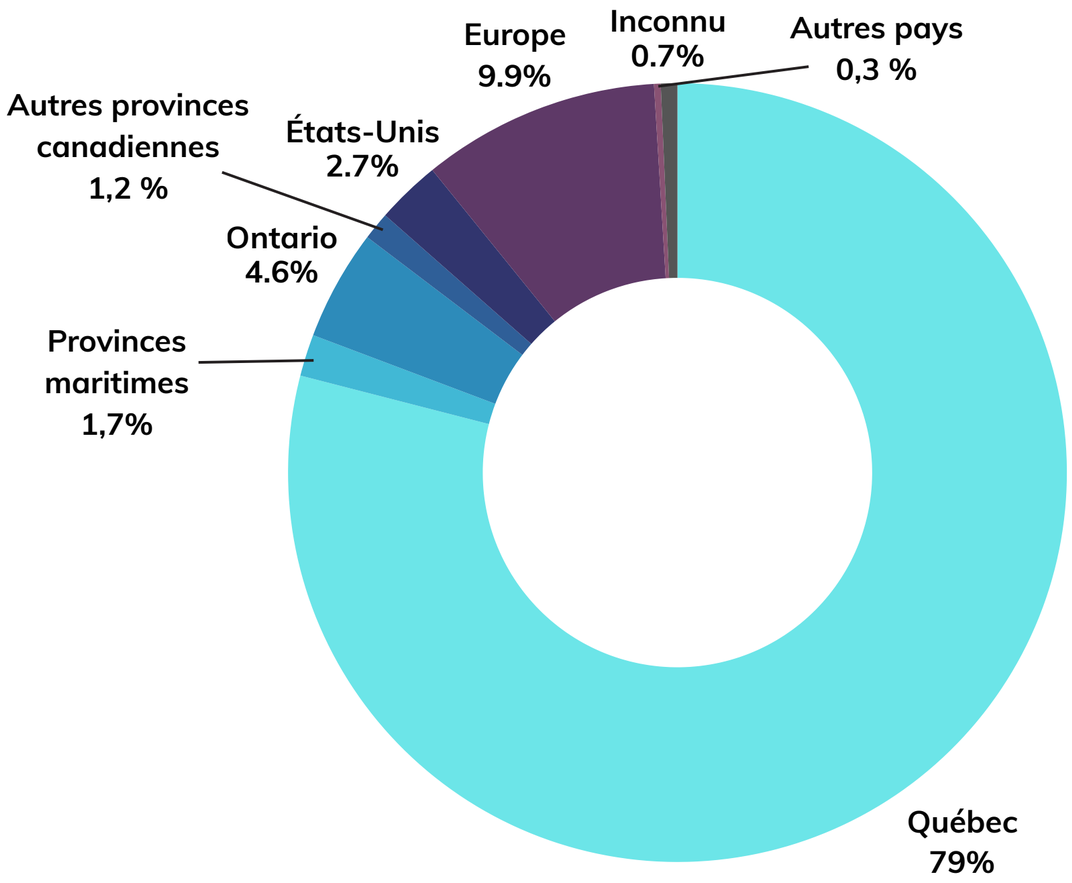


Tableau 1 - Sommaire et comparatif de la provenance des touristes

Provenance - BIT de La Matanie et ses kiosques	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Total Canada incluant le Québec	83%	99,9%	99%	90%	86%	85%	85%	86%
Québec	77%	97%	95%	83%	81%	81%	78%	79%
États-Unis	2%	0%	0,1%	1%	1,5%	2%	2%	3%
Europe	15%	0,1%	0,6%	9%	12%	13%	10%	10%
Autres	0%	0%	0%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,4%

Notre fréquentation détaillée

Tableau 2 - Provenance des visiteurs québécois

Provenance	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Abitibi-Témiscamingue	1%	1%	1%	1%	2%	2%	1%	1%
Bas-Saint-Laurent	2%	2%	1%	2%	2%	3%	3%	4%
Cantons-de-l'Est	7%	7%	8%	9%	7 %	8%	8%	8%
Centre-du-Québec	4%	5%	4%	5%	5%	4%	4%	4%
Charlevoix	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	1%
Chaudière-Appalaches	6 %	7%	7%	7%	8%	8%	7%	6%
Duplessis	1%	0%	0%	1%	1%	1%	1%	2%
Gaspésie	7%	3%	5%	8%	7%	15%	9%	8%
Îles-de-la-Madeleine	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Lanaudière	7%	7%	7%	6%	8%	5%	6%	5%
Laurentides	9%	8%	9 %	9%	8%	7%	8%	7%
Laval	4%	4%	5%	4%	3%	2%	3%	3%
Manicouagan	2%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	2%
Mauricie	5%	4%	4%	4%	4%	4%	3%	3%
Montérégie	**13%**	**17%**	**17%**	**18%**	**16%**	**14%**	**17%**	**14%**
Montréal	**14%**	**19%**	**16%**	**12%**	**13%**	**11%**	**12%**	**15%**
Nord-du-Québec/Baie-James	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
Outaouais	3 %	3%	3%	3%	2%	3%	3%	3%
Québec	**10%**	**11%**	**10%**	**9%**	**12%**	**9%**	**10%**	**10%**
Saguenay Lac Saint-Jean	3%	2%	2%	2%	3%	3%	3%	3%

Tableau 3 - Synthèse des données statistiques 2026

	Provenance	Juin	Juillet	Août	Sept.	Total
Canada	Québec	1 151	3 834	3 846	1 425	10 256
	Maritimes	32	85	53	55	225
	Ontario	117	153	217	109	596
	Canada (autres)	23	36	62	29	150
Total du Canada		**1 323**	**4 108**	**4 178**	**1 618**	**11 227**
Total des Etats-Unis		**99**	**71**	**98**	**79**	**347**
	Mexique	1	3	0	0	4
	Amérique centrale	2	3	1	0	6
	Amérique du sud	0	2	0	0	2
Total Autres Amériques		**3**	**8**	**1**	**0**	**12**
Europe	France	74	258	344	241	917
	Royaume-Uni	5	2	14	0	21
	Allemagne	12	22	13	10	57
	Italie	0	12	26	0	38
	Suisse	5	64	25	0	94
	Belgique	13	64	18	2	97
	Autre pays d'Europe	8	22	22	6	58
Total Europe		**117**	**444**	**462**	**259**	**1 282**
Autres	Japon	0	0	0	0	0
	Autres pays d'Asie	6	3	0	3	12
	Afrique	0	11	0	0	11
	Océanie	4	0	4	5	13
Total Autres continents		**10**	**14**	**4**	**8**	**36**
Provenance inconnue		8	23	27	31	89
Total Provenance non précisée / Autre		**8**	**23**	**27**	**31**	**89**
GRAND TOTAL		**1 560**	**4 668**	**4 770**	**1 995**	**12 993**

Notre fréquentation détaillée

Figure 2 - Évolution de l'achalandage de 2002 à 2026

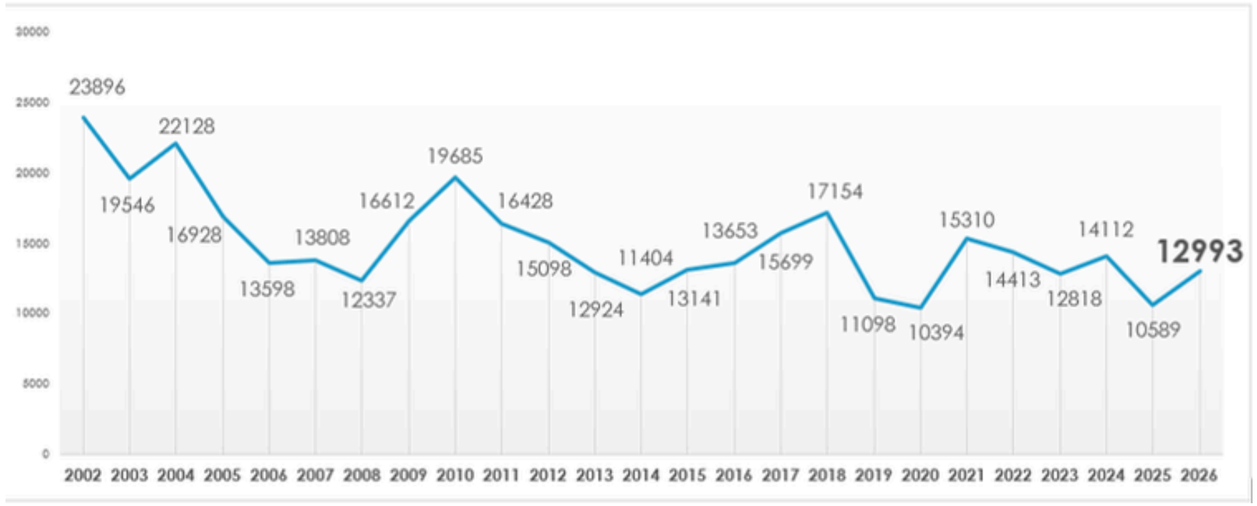


Tableau 4 – Sommaire et comparatif de 2019 à 2026

Achalandage des services d'accueil touristique en Matanie	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	Variation 2025/2026
Juin	794	593	1 815	1 606	1 350	1973	1 631	1 560	- 4 %
Juillet	3 952	4 058	6 039	5 538	5 009	5151	3 462	4 668	+ 35 %
Août	4 714	4 276	5 973	6 091	4 895	5515	4 059	4 770	+ 18 %
Septembre	1 401	1 407	1 446	1 178	1 564	1473	1 437	1 995	+ 39 %
Octobre	237	54	37	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
TOTAL	**11 098**	**10 388**	**15 310**	**14 413**	**12 818**	**14112**	**10 589**	**12 993**	**+ 23 %**



Sondage aux visiteurs

SYNTHÈSE

- **Participants:** ~50

- 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. En raison d’être localisé dans le Phare de Matane, une forte proportion des sondés ont mentionné aussi leur intérêt envers les lieux culturels et attraits patrimoniaux.

- Les types d’hébergement favorisés se concentre principalement sur l’hôtellerie et le camping.

- La région se fait beaucoup connaître par le bouche-à-oreille et la répétition des séjours. On remarque une montée de la découverte via les réseaux sociaux.

Avis Google

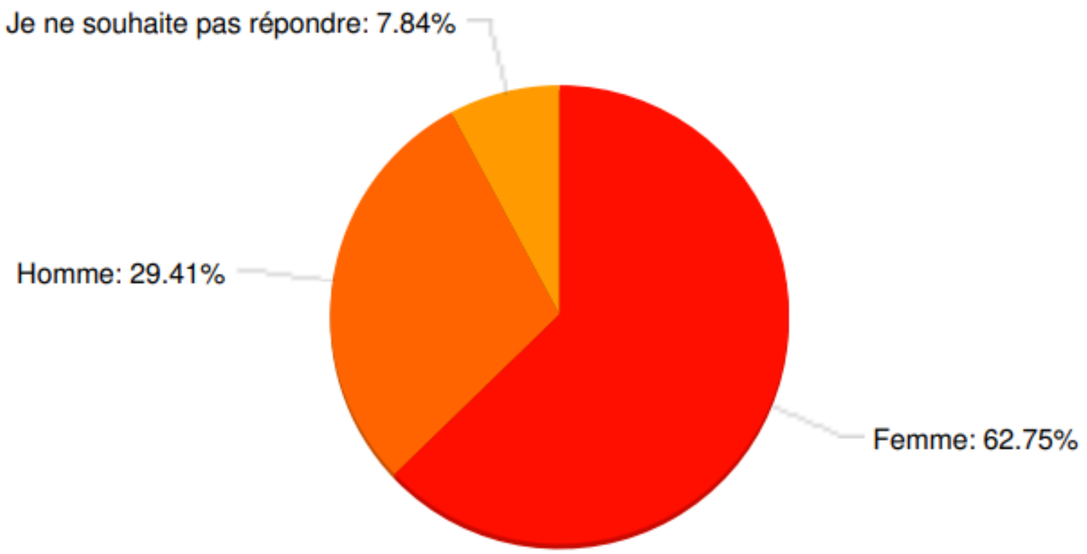
4,7 ÉTOILES - 55 NOUVEAUX AVIS

- Superbe accueil et faites la visite du phare, c'est fabuleux.
- Les employés aux renseignements sont extra.
- En anglais : *Staff was extremely helpful and we visited the small écomusée and lighthouse. It was fun.*
- Super pour les informations et ils ont même rajouté une belle pancarte "Matane".
- En anglais : *Kids loved going up in the lighthouse.*
- Endroit pour se renseigner sur la région. Vous pouvez aussi faire une visite du phare.
- La visite audio-guide du phare vaut le 7$.
- Mon garçon a adoré détenir les clés du phare et être le "gardien d'un jour". Merci pour la belle découverte!
- Super expérience. Visite du phare avec un audio-guide et salle au sous-sol montrant la Gaspésie en hiver.
- Beau phare musée à découvrir à Matane, ça vaut vraiment le détour.
- Nous avons été très bien reçus, merci au guide pour les nombreuses explications et pour nous avoir permis de visiter le phare, ça vaut vraiment la peine d’y monter, pour la vue et pour en apprendre plus sur l’histoire de la région.
- Très bel accueil. Prix vraiment correct pour visiter le phare. J’ai aimé.

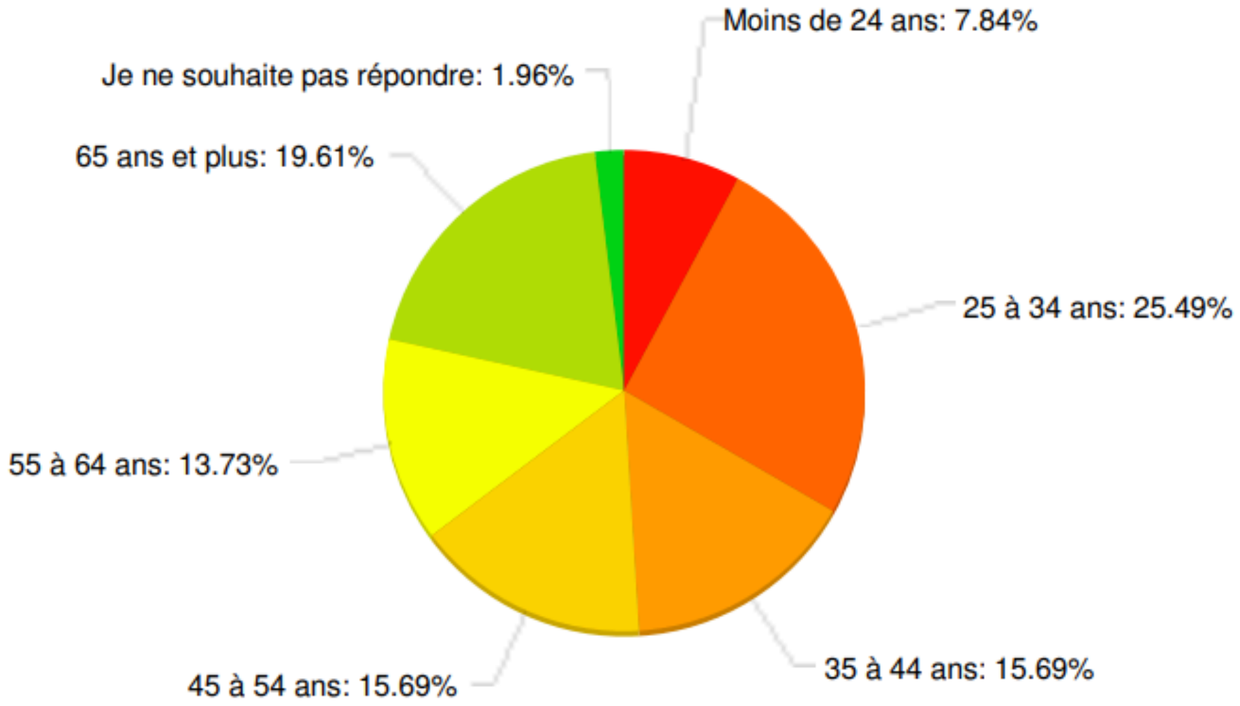


Sondage aux visiteurs

À quel genre vous identifiez-vous ?

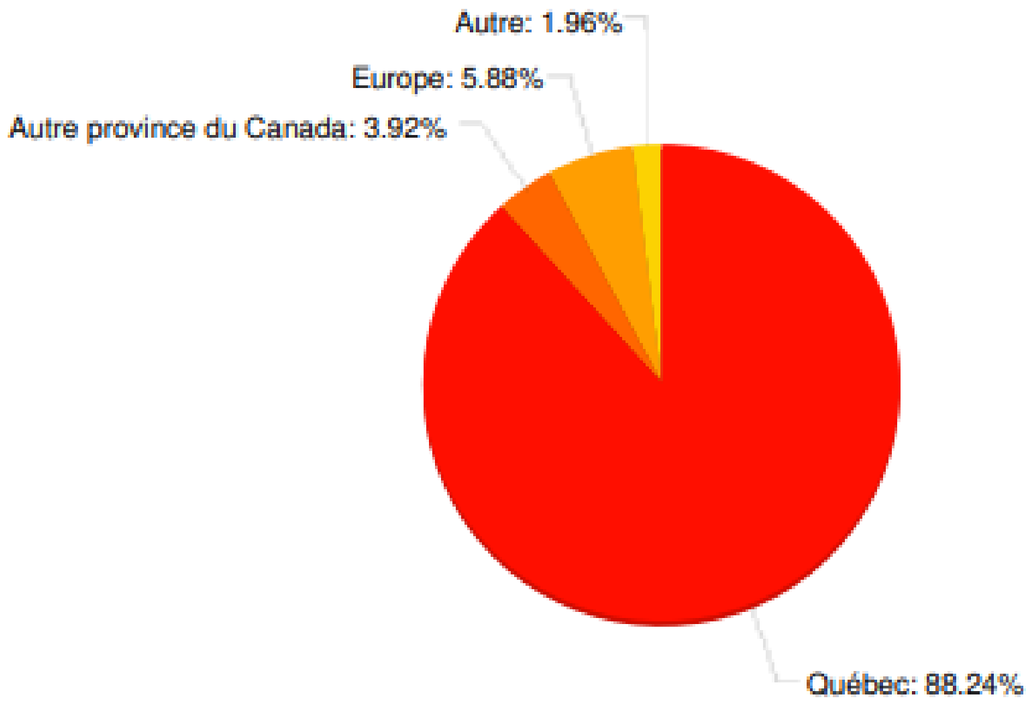


Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

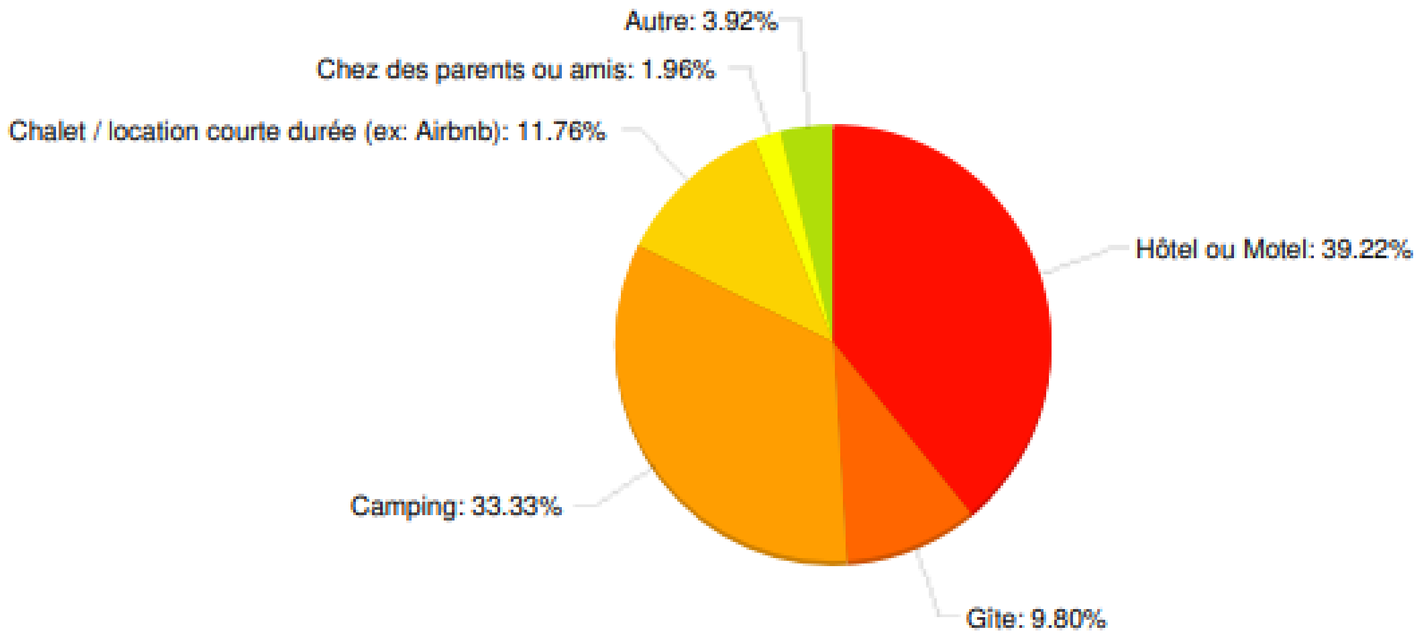


Sondage aux visiteurs

Quel est votre lieu de résidence principal ?

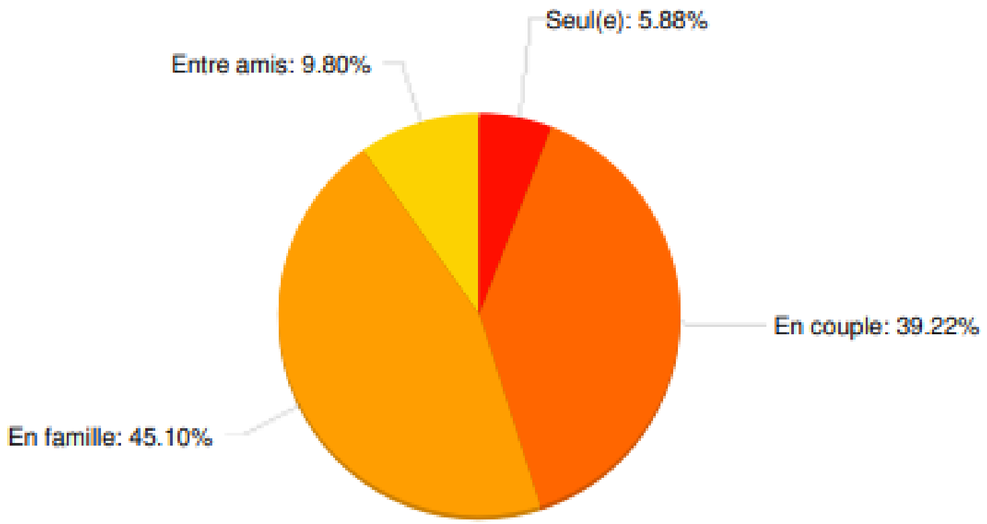


Quel type d’hébergement utilisez-vous lors de votre séjour ?

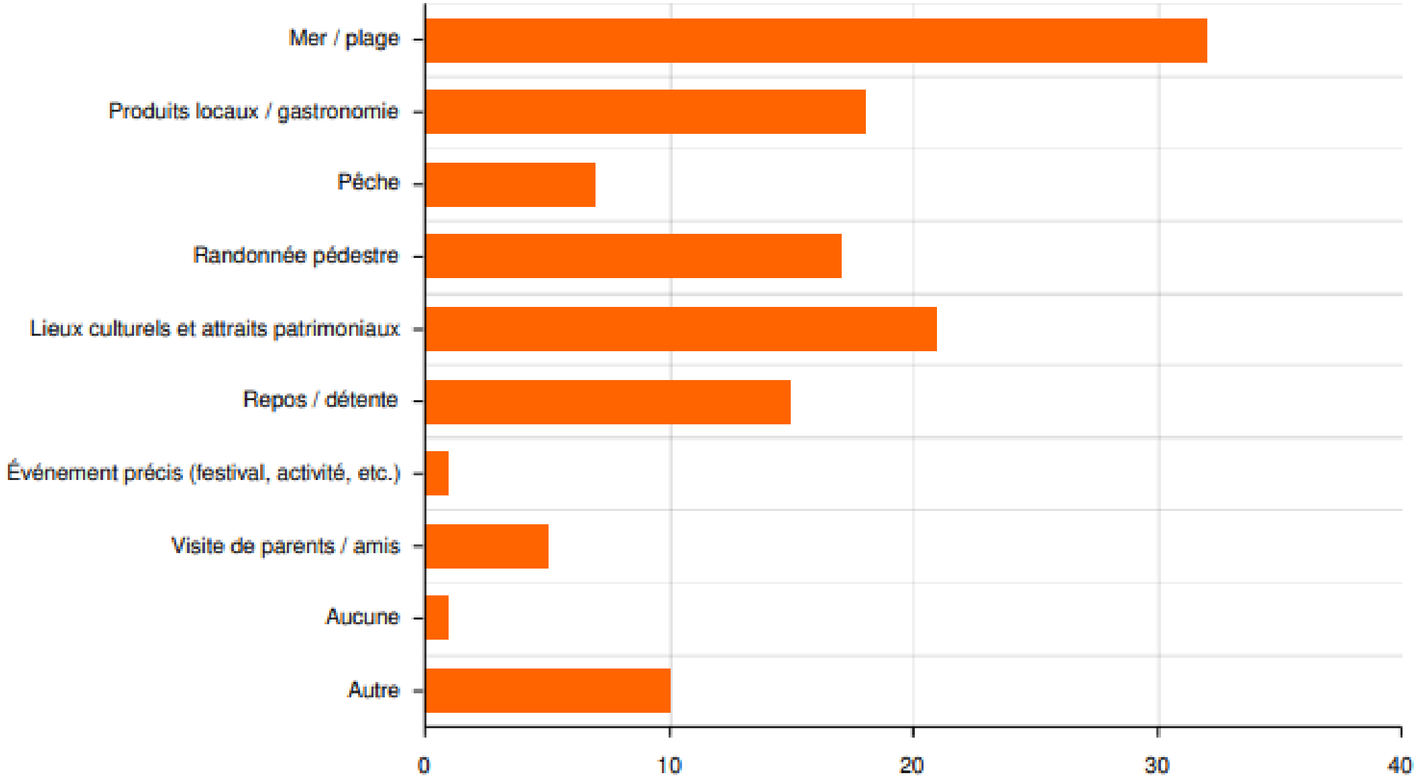


Sondage aux visiteurs

Avec qui voyagez-vous ?



Quelle a été votre principale motivation pour visiter La Matanie ?





Faits saillants - Promotion touristique

OUTILS DE PROMOTION TOURISTIQUE

- Refonte du site web de Tourisme Matane pour un meilleur parcours client et un meilleur référencement sur les moteurs de recherche
- Cartes touristiques bilingues / imprimé à 20 500 copies
- Cartes touristiques hivernales / imprimé à 1 000 copies
- Cartes géoréférencées et disponibles en mode hors-ligne sur l'application Ondago
- 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)
- Espace membre site web / Références, sources et documentation
- Bandeaux web pour sites web et courriels automatisés

INITIATIVES ÉVÉNEMENTIELLES

- Rendez-vous réseautage touristique - Atelier collaboratif / La Fabrique, brasserie artisanale
- Premier Rendez-vous nature, chasse et pêche - *Panache* / Place des Sports de Matane
- Lancement de la saison touristique estivale avec Arts et Spectacles Matanie / Le Barachois
- Journée québécoise des phares / Phare de Matane



Faits saillants - Promotion touristique

PLACEMENTS-MÉDIA

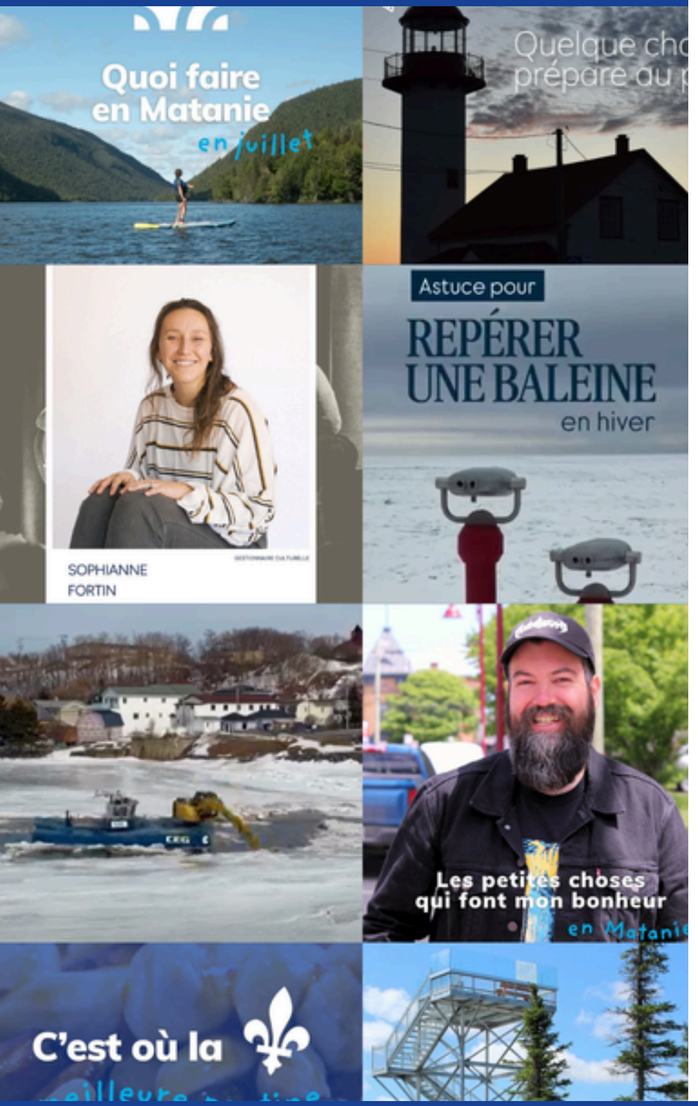
- Guide touristique ATRG / imprimé à **60 000 copies**
- Campagne parapluie hivernale Tourisme Gaspésie / **922 718 impressions**
- Campagne parapluie estivale et automnale Tourisme Gaspésie / **785 000 impressions**
- Concours avec Dehors par URBANIA / **188 272 impressions**
- Campagne Europe francophone avec Québec Maritime / **54 614 impressions**
- Campagne motoneige avec Québec Maritime / **122 800 impressions**
- Mordu sur la route (Radio-Canada) avec Catherine Lefebvre / **161 733 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
- Collaboration à l'accueil de séjours médias et influenceurs avec Tourisme Gaspésie et des entreprises touristiques du territoire :
  - Jean-Piquant
  - Alexis le randonneur
  - Motosport.TV (TVA+) - Nouvelle saison à venir

Nos abonnés (30 septembre 2026) :

- Facebook : 7758 abonnés (+989)
- Instagram : 1729 abonnés (+117)
- TikTok : 580 abonnés (+254)
- YouTube : 38712 visionnements (+1170)



Faits saillants - Promotion touristique

CRÉATION DE CONTENUS

- Billets de blogue saisonniers
- Thématiques sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram) :
  - Portraits - Les petites choses qui font mon bonheur en Matanie - 46 744 vues
  - Quoi faire en Matanie - 20 310 vues
  - Où dormir en Matanie - 4 574 vues
  - Municipalités en vedette - 24 666 vues
  - Histoires mataniennes (en cours) - 38 882 vues
  - Moments spontanés / actualités (journées nationales, événements, etc.) - 1 177 845 vues

Facebook

Mois	Vues	Engagement total	Taux d'engagement	Croissance abonnés	Nombre de publication
Janvier	5 294	610	1,49	49	8
Février	68 130	671	1,45	58	8
Mars	697 160	3 418	4,78	440	6
Avril	415 742	1 639	4,95	232	5
Mai	18 231	369	1,13	59	4
Juin	102 147	1 386	1,13	88	8
Juillet	71 874	1010	0,78	40	10
Août	41 955	401	1,02	27	6
Septembre	34 618	691	1,95	54	4

Instagram

Mois	Vues	Engagement total	Taux d'engagement	Croissance abonnés	Nombre de publication
Janvier	52 094	610	8,02	49	4
Février	69 130	671	7,07	58	6
Mars	697 160	3418	4,08	440	3
Avril	415 742	1639	3,12	232	2
Mai	18 231	369	0	59	1
Juin	11 734	660	5,12	28	6
Juillet	12 186	276	2,72	26	7
Août	6 934	178	5,25	14	5
Septembre	2 722	102	5,37	21	3

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.

Depuis l’entrée en vigueur de la Loi 25, certaines données d’audience Web sont plus difficiles à mesurer, ce qui peut influencer l’interprétation de certains indicateurs. De plus, l’essor de l’intelligence artificielle dans les moteurs de recherche réduit progressivement le trafic vers les sites Web, les utilisateurs trouvant souvent leurs réponses sans avoir à cliquer. Malgré cette réalité, il demeure essentiel de maintenir notre site Web à jour, puisqu’il sert de source d’information aux outils d’IA.

Cette réalité n'est pas propre à La Matanie. Plusieurs organisations observent actuellement une diminution de certaines statistiques d'audience Web, en raison à la fois des nouvelles exigences en matière de protection des renseignements personnels et de l'évolution des moteurs de recherche intégrant l'intelligence artificielle. Dans ce contexte, les données de trafic doivent être interprétées avec prudence et en complément d'autres indicateurs de performance.

Du 1 janvier au 30 septembre 2026

- 238 123 pages vues;
- 33 838 utilisateurs;
- 38 381 nouveaux utilisateurs;
- 49 095 sessions;
- 4,27 pages vues par utilisateur en moyenne;
- 1,18 minutes par utilisateur en moyenne;
- Taux d’engagement moyen de 74,05 %;
- 12 044 refus des témoins de navigation.



Promotion numérique

SITE WEB TOURISMEMATANE.COM

Provenance des utilisateurs :

1. Montréal – 26 %
2. Matane – 14 %
3. Toronto – 13 %
4. Ville de Québec – 4 %
5. France – 2 %
6. États-Unis, Seychelles, Chine, Allemagne, Pays-Bas et Suisse - 4 %

Systèmes d'exploitation utilisés :

1. IOS – 44 %
2. Android – 31 %
3. Windows – 15 %

Appareils utilisés :

1. Mobile – 71 %
2. Ordinateur – 25 %
3. Tablette – 4 %

Pages les plus consultées :

1. Quoi faire? Attraits et activités
2. Page d'accueil
3. Où dormir? - Camping de La Matanie
4. Quoi faire? - Incontournables - Les fous du plein air, terre, mer
5. Carte interactive
6. Où dormir? - Résidences de tourisme

Acquisitions Web :

1. Recherche organique – 71 %
2. Direct – 26 %
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. Recherches sur des outils IA (ChatGPT)
2. Liens provenant de Facebook
3. Codes QR sur les affiches publicitaires Quoi faire en Matanie
4. Tourisme Gaspésie
5. Codes QR sur les cartes touristiques de La Matanie
6. Publicités avec le Québec Maritime
7. MatanieXP
8. Mont-Castor
9. Auberge Bruine Océane
10. Club de golf de Matane

Promotion numérique

RECHERCHE ORGANIQUE SUR GOOGLE / TOURISMEMATANE.COM

Google Search Console (GSC) est un outil gratuit de Google qui permet aux propriétaires de sites web de suivre et d'améliorer leur visibilité dans les résultats de recherche Google. En résumé, Google Analytics nous montre ce que les visiteurs font une fois sur notre site web et Google Search Console nous montre comment les utilisateurs trouvent notre site web dans Google.

Du 1 janvier au 30 septembre 2026

- 2 062 000 impressions (nombre de fois que notre site a été vu dans la recherche organique)
- 61 400 clics (nombre de fois que des utilisateurs ont cliqué sur notre site)
- Taux de clics moyen de 2,3 %
- Position moyenne dans les résultats de recherche : 7

Intelligence artificielle (IA) générative - Du 18 mai au 30 septembre 2026

Nombre de fois qu'un utilisateur a vu des liens vers notre site dans une fonctionnalité d'IA générative dans la recherche Google.

- 104 k impressions/vues
- Pages les plus populaires : Quoi faire?, Page d’accueil, Matane en lumière, Baie-des-Sables, Restaurant Le Matelot, Festivals et événements.

Promotion numérique

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

Mises en ligne le 21 juin 2024

Statistiques du 1er janvier au 30 septembre 2026

	Téléchargement	Ouverture de la carte de La Matanie	Ouverture de la carte Ville de Matane
Janvier à mars	25	24	13
Avril à juin	39	50	38
Juillet à septembre	59	51	67
TOTAL 2026	**123**	**125**	**118**
2025 (incluant octobre)	**207**	**361**	**301**
2024 (incluant octobre)	**181**	**261**	**176**



Conclusion

Ce bilan de saison démontre une fois de plus la capacité de La Matanie à attirer et à retenir les visiteurs grâce à la richesse de son offre touristique et à la qualité de son accueil. Les observations recueillies cette année nous permettront de poursuivre nos efforts afin de développer une expérience toujours plus adaptée aux attentes des voyageurs.

Avec l'appui de ses partenaires, Développement économique Matanie continuera de faire rayonner le territoire et de soutenir les initiatives qui contribuent à son attractivité. Forte de ses attraits naturels, de son patrimoine et de son accueil chaleureux, La Matanie continue de séduire les visiteurs et de s'affirmer comme une destination incontournable en Gaspésie. Ensemble, nous poursuivons notre mission : faire découvrir toute la richesse du territoire et donner envie aux visiteurs d'y séjourner plus longtemps, d'y revenir et d'en parler.

Crédit photos : Jayden Boland, Ulysse Lachance-Landreville, Stéphanie Côté, Société des traversiers du Québec, Mélodie Pardonnet - MRC de La Matanie, CHOK Images, Johany Sergerie - Au Québ, Suzy Bergeron, Tourisme Gaspésie, Agence l'Ambassade

