



BILAN – DÉVELOPPEMENT DURABLE

INTRODUCTION

Depuis plusieurs années, le **Marché de Noël allemand de Québec (MNAQ)** se distingue par son engagement envers le développement durable, mettant en œuvre des initiatives concrètes pour minimiser son impact environnemental, renforcer sa contribution sociale et maximiser ses retombées économiques. En 2024, cet engagement s'est traduit par des actions novatrices et structurantes, consolidant le MNAQ comme un modèle d'événement écoresponsable et un levier majeur pour le dynamisme économique, social et touristique de la ville de Québec.

Avec des résultats concrets et des perspectives ambitieuses pour 2025, le MNAQ continue d'évoluer en tant qu'événement phare, conjuguant tradition, innovation et responsabilité.

FAITS SAILLANTS – ÉDITION 2024

- Atteinte du **niveau 3 de la norme BNQ 9700-253** en gestion responsable d'événements
- Renouvellement de la **certification Biosphère**
- Offre de **verres réutilisables consignés** dans l'ensemble des kiosques opérés par l'organisation et lavage de ceux-ci à même les sites par une entreprise de Québec
- **Compensation de 32,1 tonnes de CO2 (1 000\$)**
- Mise en place d'un **circuit lumineux de 1,2 km pour favoriser le transport actif**
- Octroi de mandats de **plus de 295 000\$ auprès d'entreprises locales** pour la production de produits vendus au MNAQ
- Rejoindre **près de 1000 enfants** avec [La Caravane du Marché](#) – initiative communautaire visitant les enfants de milieux socio-économiques plus difficile
- Promotion de l'achat local en offrant une vitrine exceptionnelle à **125 exposants québécois**
- Implication de plus de **160 bénévoles** pour un total de **3 000 heures de bénévolat**

VOLET ENVIRONNEMENTAL

Cette année, afin de concrétiser ses efforts et **améliorer son bilan environnemental**, le Marché de Noël allemand de Québec (MNAQ) a réalisé différentes actions phares, soit :



ENGAGEMENT DE L'ORGANISATION

- L'atteinte du **niveau 3 de la norme BNQ 9700-253** en gestion responsable d'événements (classification réalisée par le Réseau des femmes en environnement et son Conseil québécois des événements écoresponsables)
- Le renouvellement de la **certification Biosphère de Destination Québec Cité** (à venir en avril 2025)
- L'établissement de **partenariats forts** avec **RECYC-QUÉBEC** ainsi que le **RTC** pour développer davantage le volet écoresponsable de l'événement et promouvoir le transport en commun
- La participation à l'**atelier de cocréation du Plan d'action en tourisme durable 2025-2028** de Destination Québec Cité et aux formations offertes par le CQEER et le Ministère du Tourisme ;
- Pour une première édition, l'obtention de la [certification Kéroul](#)
- La **sensibilisation du public et des exposants** à l'adoption de comportements favorables, entre autres, la gestion des matières résiduelles et la mobilité durable :
 - **Public** : plus de 12 publications portant sur le développement durable
 - **Exposants** : clauses dans les contrats, mention dans le guide des exposants, création d'un aide-mémoire écoresponsable, infolettre, projet pilote de tri des matières organiques
 - [Consultez ce rapport](#) pour découvrir les actions de sensibilisation au développement durable et en savoir plus.

GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

- Pour une troisième année, l'**embauche d'une firme-conseil** afin de peser les matières produites par l'organisation et d'optimiser la gestion des matières résiduelles :
 - Le **taux de mise en valeur** est de **39%**.
 - Cette année, **49 354 verres réutilisables ont été lavés** évitant ainsi la production de **261,87 kg de plastique**.
 - **409,13 kg de matières organiques ont été détournées de l'incinération**.
- Pour une deuxième année, la participation au projet pilote de **tri des matières organiques** de la Ville de Québec dans l'espace restauration et auprès de certains exposants
- L'utilisation d'**îlots de tri** à l'image du MNAQ : la construction de deux îlots de tri supplémentaire, pour un total de 10, et l'ajout d'indications plus précises afin d'inciter le public à la gestion adéquate des matières



RÉDUCTION À LA SOURCE

- L'achat de 40 000 **verres réutilisables consignés** et le lavage de ceux-ci à même les sites par une entreprise de Québec (plutôt que de les envoyer à Montréal comme il n'y a pas de service de lavage de verres réutilisables à Québec)
- **Réutilisation des contenants de 20L** pour le transport des boissons vendus à même les kiosques et bars opérés par le MNAQ (cidre du Domaine Ritt, vin chaud de Clos Lambert et du Kinderpunsch (boisson non alcoolisée))
- Offre de **distributrice d'eau** dans le Kinderchalet afin d'offrir gratuitement de l'eau au public et, ainsi, dissuader l'achat d'eau embouteillé
- La **diminution des communications imprimées** et la préconisation de la communication et du marketing numérique, entre autres, via l'application mobile
- Utilisation de code QR sur le pavoisement afin de **réduire la quantité de coroplastes imprimés** et la mise en place d'une **entente avec notre imprimeur** pour qu'il réutilise nos anciens **coroplastes** à chaque année ;
- **Récupération de l'ensemble des sapins décoratifs** du MNAQ pour la **création d'huile essentielle** par Aliksir, une entreprise locale. Des discussions sont en cours avec la propriétaire afin de l'inviter à vendre ses produits au Marché et, ainsi, compléter la boucle de l'économie circulaire
- **Récupération de décor et d'éléments** d'autres événements afin de leur donner une deuxième vie (ex.: éléments de décor du Carrefour de théâtre)

TRANSPORT

- La mise en place d'un **circuit lumineux de 1,2 km** pour encourager la mobilité active entre les secteurs de la Basse-Ville et la Haute-Ville dans le cadre du *Programme de soutien de projets visant à favoriser l'utilisation de transports actifs et collectifs* propulsé par Événements Attraction Québec (Virage durable)
- La **compensation des gaz à effet de serre** de l'organisation et une partie du public (compensation de 1 000\$, soit XX tonnes, réalisé auprès de XXX)
- L'achat de **400 billets d'autobus** pour les bénévoles et employés

PROMOTION DE L'ACHAT LOCAL

- **Collaboration avec des entreprises locales** pour la production des produits vendus dans les bars et kiosques opérés par le MNAQ tel que le schnaps produit par Apikol, les stollens et



bretzels produits par le Croquembouche, le vin chaud produit par le Vignoble Clos Lambert, le cidre du Domaine Ritt, etc. pour des **mandats de plus de 295 000\$**

VOLET SOCIAL

Le MNAQ est fier de son **implication dans son milieu**, entre autres :

- La mise en place d'initiatives communautaires auprès d'enfants de milieux socio-économiques plus difficiles :
 - [La Caravane du Marché](#) rejoint chaque année **près de 1000 enfants** dans le cadre d'ateliers de philo-brico, en collaboration avec la [Joujouthèque Basse-Ville](#), dans plusieurs écoles primaires ou organismes. À la fin de l'activité, chaque enfant reçoit un jeu en cadeau
 - L'accueil de classes d'écoles primaires sur les sites du Marché pour un atelier de bricolage thématique gratuit
 - Le **don de centaines de jeux au Pignon Bleu** qui distribue des paniers de Noël dans plus de 200 familles dans le besoin
- La **consultation citoyenne** et la cohabitation harmonieuse avec les résidents du Vieux-Québec
- La promotion de l'achat local en offrant une vitrine exceptionnelle à **125 exposants québécois** et en priorisant les fournisseurs locaux
- Le caractère inclusif ainsi que la **gratuité de l'événement** et de l'ensemble de la programmation
- Le rayonnement de l'expertise et du talent créatif d'ici par l'**embauche de main d'œuvre locale**
- **L'implication de la relève** en collaborant avec les étudiants en gestion d'événements de Mérici et en embauchant des adolescents de 14 à 16 ans à titre de régisseurs (ce qui est pour plusieurs leur première expérience de travail)
- L'implication de **plus de 160 bénévoles pour un total de 440 plages horaires** (3000 heures de bénévolat). Une partie de ces plages horaires ont été comblées par des étudiants en gestion d'événements du Collège Mérici avec qui le MNAQ collabore dans le cadre de leur cours *Accueil et Service à la clientèle*

VOLET ÉCONOMIQUE

Le Marché de Noël allemand de Québec occupe une place stratégique au cœur du Vieux-Québec et constitue un moteur économique important pour le secteur et l'industrie touristique de la ville. Coup d'envoi de la saison hivernale, la notoriété de l'événement contribue à placer la ville de Québec parmi les meilleures destinations de Noël et comme la plus performante au Canada. Le MNAQ fait sans aucun



doute parti des grands événements en ce qui concerne son achalandage, les retombées économiques et touristiques générées, sa durée et son impact positif dans le milieu, en plus de participer au développement du tourisme « entre saisons », de prioriser le savoir-faire local et d'offrir des activités gratuites.

Les hôteliers, les restaurateurs et les commerçants tout comme la SDC du Vieux-Québec le confirment, l'achalandage sur les sites du MNAQ a su attirer un nombre important de visiteurs dans l'enceinte du Vieux-Québec, remplissant les divers établissements du secteur et produisant ainsi d'importantes retombées économiques.

Voici quelques faits saillants en lien avec l'impact économique du MNAQ en 2024 :

- Hausse significative de l'achalandage : 620 000 personnes, soit 20% de plus qu'en 2023 (Ratio : Locaux - 70% / Touristes - 30%)
- Revenus de plus de 1,7 million \$ et dépassement des objectifs de ventes de 31%
- Les hôteliers, les restaurateurs et les commerçants tout comme la SDC du Vieux-Québec témoignent du grand impact positif du MNAQ sur l'économie du Vieux-Québec
- Haut taux d'occupation des hôtels pendant la période événementielle (taux d'occupation de 85 % dans le Vieux-Québec et 70 % en périphérie¹)
- Retombées économiques touristiques estimées à 15M \$
- Haut taux de satisfaction des entreprises québécoises qui participent à titre d'exposants :
 - 97,3% des exposants se considèrent satisfaits ou très satisfaits de leurs expériences au MNAQ
 - 45,9% estiment que les ventes ont atteint les objectifs fixés tandis que 45,9% estiment que les ventes ont dépassées les objectifs fixés
 - 97,3% envisagent de revenir au MNAQ l'an prochain
 - 94,6% des exposants sont satisfaits (35,1%) ou très satisfaits (59,5%) de leurs ventes

Par ailleurs, la Société de développement commercial (SDC) du Vieux-Québec exprime, dans une lettre d'appui, « sa reconnaissance pour les événements exceptionnels que [le MNAQ organise]. Ces initiatives contribuent grandement à la vitalité commerciale de notre quartier intra-muros et, par extension, de la Ville de Québec. Le Marché de Noël allemand et Kaléidoscopes augmentent considérablement l'achalandage en décembre. Sans ces événements, l'activité commerciale serait aussi faible que pendant les mois de basses saisons. Par leur attractivité, ils insufflent une énergie indispensable au quartier durant cette période autrement difficile pour les commerçants. »

¹ Radio-Canada. (2025, janvier 8). *Le Marché de Noël allemand de Québec bat des records*. Radio-Canada. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2126567/marche-noel-allemand-quebec-records>



DÉFIS

Le promoteur est fier de constater que, malgré l'envergure de l'événement, l'organisation maintient une faible empreinte écologique. Cela est notamment rendu possible grâce à l'utilisation de l'électricité pour les installations, le choix de fournisseurs locaux ainsi que la mise en valeur et la promotion de l'économie locale par le biais des nombreux exposants. Par ailleurs, le MNAQ réutilise depuis 17 ans les mêmes structures, conçues sur mesure, avec des matériaux écologiques comme le bois et l'aluminium.

Toutefois, souhaitant continuellement améliorer son bilan environnemental, le promoteur met en lumière certains défis tels que l'achalandage croissant et l'ajout de nouveaux exposants qui exercent une pression accrue sur la gestion des matières résiduelles et sur l'équipe d'entretien. Ces enjeux sont actuellement à l'étude et seront pris en compte pour les prochaines éditions afin de mettre en place les meilleures solutions possibles.

PERSPECTIVES 2025

INFORMATION, SENSIBILISATION ET ÉDUCATION

Pour 2025, tant auprès du public, des exposants et des collaborateurs, le promoteur souhaite redoubler d'efforts afin d'informer, de sensibiliser et de promouvoir des comportements favorables, entre autres :

- la réduction à la source tant sur les sites événementiels qu'à la maison
- le tri adéquat des matières résiduelles
- l'utilisation du transport actif et du transport en commun

Pour communiquer ces messages, la section développement durable du site web, les réseaux sociaux, l'infolettre ainsi que l'affichage sur les sites seront utilisées.

L'organisation se questionne aussi en ce qui a trait à la création de nouvelles capsules de sensibilisation.

OPTIMISATION DE LA GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES

- L'organisation continue de collaborer avec la firme conseil STRATZER qui pèse et analyse les matières produites dans le cadre de l'événement afin d'émettre les meilleures recommandations possibles. Les résultats seront communiqués à la fin janvier. Le MNAQ



cherche donc toujours à réduire à la source la production des matières résiduelles et lorsque impossible, à optimiser la gestion de celles-ci

- Bannir certains contenants afin de réduire la production de matières résiduelles à la source
- Discuter avec les commerçants du coin pour les sensibiliser puisque certains utilisent les conteneurs de l'organisation pour leur propre matière ce qui nuit au bilan GMR de l'organisation qui pèse ses matières résiduelles depuis maintenant 3 ans

CONCEPTION D'UNE TROUSSE D'OUTILS EN ÉCOCONCEPTION

En 2025, le Conseil régional de la Capitale-Nationale – région de la Capitale-Nationale souhaite collaborer avec le MNAQ dans le cadre d'un projet d'écoconception d'emballages. Ainsi, l'organisation souhaite créer une trousse d'outils en écoconception pour certains des exposants agroalimentaires présents au Marché de Noël. Cette trousse comprendra :

- Un outil d'aide à la décision pour la sélection d'emballages, basé sur les apprentissages réalisés avec les restaurateurs
- Des fiches informatives sur la transition vers l'écoconception dans ce secteur
- Une charte de l'écoemballage, spécifiquement pour le Marché de Noël Allemand de Québec, afin d'encourager les restaurateurs à adopter l'écoconception pour leurs emballages

OPTIMISATION DE LA STATION DE LAVAGE DE VERRES

Le MNAQ a déposé au programme de financement du MT Lab, un projet d'acquisition de séchoir semi-automatique afin d'optimiser le lavage des verres réutilisables sur place et, par la suite, pouvoir faire bénéficier de cette solution à d'autres événements (comme il n'y a aucun service de lavage de verres réutilisables à Québec). Cette acquisition permettrait, entre autres de :

- Favoriser le développement durable en rendant les événements plus écoresponsables
- Offrir un service clé en main de lavage et séchage de verres pour le milieu événementiel de Québec et sa périphérie
- Réduire l'usage de produits à usage unique en proposant une solution locale pour le lavage des contenants réutilisables
- Créer des emplois locaux et dynamiser l'économie régionale