



© Marc Lobelle

# RAPPORT ANNUEL 2012

Avril 2013



TOURISME  
**CÔTE-NORD**  
MANICOUAGAN



TOURISME  
**CÔTE-NORD**  
MANICOUAGAN

Préparé et rédigé par :

**L'équipe Tourisme Côte-Nord Manicouagan**

Sous la direction de :

**Mme Grétha Fougères**

Directrice générale

Avril 2013

# Sommaire

<b>Mot du Président</b>	<b>2</b>
<b>Mot de la Directrice générale</b>	<b>3</b>
<b>Postes au sein du conseil d'administration</b>	<b>4</b>
<b>Ordre du jour de l'AGA (3 avril 2013)</b>	<b>5</b>
<b>Procès-verbal de l'AGA (4 avril 2012)</b>	<b>7</b>
<b>Structure organisationnelle de l'ATR Manicouagan</b>	<b>13</b>
<b>Rapport d'activité 2012</b>	<b>17</b>
■ Faits saillants Direction générale	18
■ Faits saillants Produits stratégiques	21
■ Faits saillants Marketing & communication	24
■ Faits saillants Administration & finances	26
■ Conseil d'administration	27
■ Partenaires	28
<b>États financiers au 31 décembre 2012</b>	<b>29</b>
<b>Plan d'action 2013</b>	<b>45</b>
<b>Annexes</b>	<b>51</b>
A. Organigramme	52
B. Comités-conseils mandatés par le CA et comités de travail	53
C. Bilan de la saison touristique 2012	54
D. Bilan du Québec maritime	55
E. Contribution financière FDTM 2008-2012	62
<b>Nos coordonnées</b>	<b>63</b>
<b>Carnet de notes</b>	<b>64</b>

Mot du Président

# M. Claude Deschênes



Membres, collègues, employés et résidants de notre région Côte-Nord | Manicouagan : Le 13 mai 1971, naissait l'Association touristique régionale Manicouagan avec son siège social à Hauterive. Ses buts premiers, visaient « la promotion du développement touristique et le regroupement des personnes, corps privés et publics, intéressés au développement du territoire de Manicouagan et aux Outardes avec villes et municipalités environnantes ».

Le 8 février 1982, des lettres patentes supplémentaires élargissaient ce mandat pour l'ensemble de la région de Sacré-Cœur, Tadoussac aux Îlets-Caribou jusqu'à Manic 5 inclusivement. On y note une recherche toujours active des mandats suivants : « Éveiller, informer, animer, définir, réaliser, instaurer, agir comme mandataire privilégié en tourisme auprès des ministères de l'époque et finalement, obtenir d'eux (nous en étions dépendants) des subventions et investissements propres à son développement ».

Il m'apparaît juste de souligner les nombreux bénévoles qui se sont succédés depuis ces quarante ans de reconnaissance du tourisme comme industrie en Manicouagan et des trente années à peine sur l'ensemble de notre territoire de Tadoussac à Baie-Trinité. J'ai souvenirs de beaucoup de ceux-ci, dont des anecdotes mémorables de dévouement, pour défricher et établir nos premiers liens économiques de ce vaste territoire.

Nous qui sommes si portés à juger nos actions dans le court terme, soyons fiers d'une pareille évolution en si peu d'années et ce, dans une région alors développée par les « étrangers » et dont, doucement, nous reprenons les bases de NOTRE propre développement. Soyons fiers qu'après un si court temps, nous y voyons fleurir de nouveaux projets issus de NOS propres rêves et à partir de NOS propres moyens financiers. Soyons fiers d'y voir venir des visiteurs du monde entier dont leur développement date de milliers d'années et qui, souvent à notre surprise, vantent notre esprit de courage, de cordialité et de partage entre nous...

Prenons aussi conscience de ce goût du changement qui sévit en Côte-Nord, dont ce partenariat sans précédent en tourisme, entre nos deux ATR's, nos C.L.D., S.A.D.C., CRÉ, l'A.T.R.A.Q., différents ministères et même entre nos membres. Saluons l'esprit d'ouverture équivoque de nos responsables politiques et cette prise de conscience que la survie de nos régions découlera de ce goût d'unir nos forces et de travailler ENSEMBLE dans un esprit de confiance. Bien sûr, rien n'est jamais acquis et de nombreux défis demeurent. Nous devons donc redoubler d'efforts pour que la croissance notable de notre industrie en Côte-Nord, assure à moyen terme, l'intérêt de nos gens d'affaires à investir dans ce domaine économique, qui a comme grande valeur, de contribuer à la fois à notre bonheur et à celui de nos visiteurs.

Finalement, je veux vous rassurer sur les points suivants : Notre association avance dans la bonne voie et ce, grâce à la foi de vos administrateurs, dont je vante la disponibilité et le dévouement. Il en va ainsi de notre direction générale et de notre équipe du personnel. N'hésitez pas à les remercier à l'occasion pour leur ténacité grandissante à notre avancement.

Claude DESCHÊNES

Votre « vieux » président



## Mot de la Directrice générale **Mme Grétha Fougères**

Chers membres et partenaires,

Quoi dire de 2012? De belles réussites, de belles alliances, de gros défis accomplis et d'autres en cours, une équipe grandissante et passionnée, etc.

Bref, une année de beaux projets et de constats de l'avancement de votre ATR dont, nous espérons, avez pu le constater. Une année où une démarche historique aura pris forme, soit le début d'un plan de développement touristique de la Côte-Nord qui nous amènera vers de nouveaux défis et où le résultat sera obtenu que par l'adhérence de chacun d'entre nous.

Une année où une vision de mise à niveau s'est vue être essentielle, de par des actions administratives, en structuration et en commercialisation.

Une année où une volonté de structuration a pris forme, pensons à la création des stations nautiques et à la force d'un groupe avec une multitude de participants des différents secteurs : touristiques, économiques et municipales. Bravo à tous!

Une année où le milieu touristique hébergement s'est doté d'une force essentielle pour nos actions marketing et de développement, soit la démarche pour la modulation de la taxe sur l'hébergement.

Enfin, une année où la région touristique s'est imprégnée et s'est intégrée des grands défis québécois dans le monde touristique; pensons aux enjeux du positionnement du Saint-Laurent, entre autres.

Finalement, une année qui débute avec une nouvelle ère de développement et de promotion touristique incluant tous les secteurs (accueil, structuration, concertation et bien sûr développement et commercialisation). Une année qui nous amène à une nouvelle ère où nous, ATR, et VOUS, membres et partenaires, devons tous travailler ensemble pour atteindre nos objectifs de rayonner au Québec et au hors Québec.

Au plaisir de vous servir!

Grétha FOUGÈRES  
Directrice générale

# Postes au sein du Conseil d'administration

Catégorie	Siège	MRC	Nom	Mandat	En élection AGA 2013	Élection
Monde municipal	1	Haute-Côte-Nord	Hugues Tremblay MRC Haute-Côte-Nord	AGA 2011/2013	Sortant	Représentant nommé
	2	Manicouagan	Michel Lévesque MRC Manicouagan	AGA 2012/2014		Représentant nommé
	3	Conseil tribal Mamuitum	Jeannine Villeneuve Conseil des Montagnais Essipit	AGA 2012/2014		Représentant nommé
Établissement / organisme privé ou public sans but lucratif (OSBL)	4	Haute-Côte-Nord	Anne Scallon CLD Haute-Côte-Nord	AGA 2011/2013	Sortante	AGA 15 avril 2011
	5	Haute-Côte-Nord	(Pascal Desbiens) ARCMCN	AGA 2012/2014	Vacant (poste 1 an)	CA 4 avril 2013
	6	Manicouagan	Cédric Mimeault Jardin des Glaciers Baie-Comeau	AGA 2012/2014		AGA 4 avril 2012
	7	Manicouagan	Julie Dubé Hydro-Québec	AGA 2011/2013	Sortante	AGA 15 avril 2011
Établissement touristique à but lucratif (OBL)	8	Haute-Côte-Nord	Marie-Josée Guérin Auberge La Sainte Paix	AGA 2011/2013	Sortante	AGA 15 avril 2011
	9	Haute-Côte-Nord	Claude Deschênes Ferme 5 étoiles	AGA 2011/2013	Sortant	AGA 15 avril 2011
	10	Haute-Côte-Nord	Rose-Marie Gallant Atelier Éco-Art / Marchande de sable	AGA 2012/2014		AGA 4 avril 2012
	11	Haute-Côte-Nord	Paryse Deschênes La Galouïne Auberge et Restaurant	AGA 2012/2014		CA 24 mai 2012
	12	Manicouagan	(Michèle Gosselin) Féd. Caisse Populaire Desjardins	AGA 2011/2013	Vacant/Sortant	CA 6 sept. 2012
	13	Manicouagan	(Réjean Chenel) Domaine de l'Ours noir	AGA 2012/2014	Vacant (poste 1 an)	CA 6 sept. 2012
	14	Manicouagan	(Josée Girard) La cache d'Amélie/La Chant'Amuse	AGA 2011/2013	Vacant/Sortant	CA 4 avril 2013
	15	Manicouagan	Jean-Claude Tremblay Dépanneur Nord-Est	AGA 2012/2014		AGA 4 avril 2012

Note : Les cases plus foncées représentent les postes en élection



© Robert Baronnet

# Ordre du jour

AGA du 3 avril 2013

# Assemblée générale annuelle 2013

Mercredi, le 3 avril 2013 au Jardin des glaciers

3, rue Denonville à Baie-Comeau

Inscription: 13h00

Début de la rencontre: 13h30

## Ordre du jour

1. **Mot de bienvenue et ouverture de l'assemblée;**
2. **Présences, quorum et régularité de l'assemblée;**
3. **Nomination d'un(e) président(e) et d'un(e) secrétaire d'assemblée;**
4. **Lecture et adoption de l'ordre du jour du 3 avril 2013;**
5. **Adoption du procès-verbal de l'AGA du 4 avril 2012;**
6. **Rapport annuel 2012:**
  - 6.1 Rapport du président
  - 6.2 Rapport de la directrice générale
  - 6.3 États financiers vérifiés au 31 décembre 2012
7. **Nomination du vérificateur;**
8. **Plan d'action 2013;**
9. **Élection des membres du conseil d'administration :**
  - 9.1 Nomination d'un président, secrétaire et scrutateurs pour les élections
  - 9.2 Présentation des sièges en élection
  - 9.3 Élection des membres du conseil d'administration par l'assemblée générale
  - 9.4 Présentation des membres composant le conseil d'administration
  - 9.5 Élection des officiers
  - 9.6 Présentation des officiers
10. **Recommandations de l'assemblée générale;**
11. **Mot du président ou de la présidente;**
12. **Fermeture de la rencontre.**



© Robert Baronet

# Procès verbal

AGA du 4 avril 2012

# Assemblée générale annuelle 2012

## Procès verbal

Voici le **procès verbal** de l'Assemblée générale annuelle (AGA) 2012 de l'Association touristique régionale Manicouagan tenue le **4 avril 2012** à l'Éconolodge de Forestville.

### **MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION :**

Étaient présents :

MM.	DESCHENES Claude, président
	CHENEL Réjean, vice-président
	TREMBLAY Jean-Claude, secrétaire-trésorier
	LEFRANÇOIS Denis, administrateur
	MIMEAULT Cédric, administrateur
	TREMBLAY Hugues, administrateur
	LÉVESQUE Michel, administrateur
MMES	DESCHENES Paryse, administratrice
	MINVILLE Paméla, administratrice
	GOSSELIN Michèle, administratrice
	SCALLON Anne, administratrice
	VILLENEUVE Jeannine, administratrice
	GUÉRIN Marie-Josée, administratrice

**MEMBRES PRÉSENTS :**

MM.	BENDER Sébastien, Chalet Domaine des Dunes
	BRETON Charles, Festival de la chanson de Tadoussac
	DESBIENS Pascal, ARCMCN
	DUPUIS Mathieu, Mer et Monde Écotours
	FRANCOEUR Dominic, Comité ZIP Rive nord de l'Estuaire
	GERVAIS Jean-Pierre, ARCQN
	PELCHAT Serge, Complexe hôtelier Pelchat
	PERRON Donald, municipalité de Longue-Rive
	PYGEON Paul, ville de Forestville
	THOMAS Martin, TVA Est du Québec

MMES Brisson Caroline, Petite Chapelle de Tadoussac  
Gallant Rose-Marie, Éco-Art/Marchande de Sable  
KARRES Lella, Pourvoirie Relais Gabriel  
KENNEDY Shirley, Les Éditions Nordiques  
ST-GELAIS Sophie, ID Manicouagan  
TREMBLAY Tina, Hôtel Tadoussac

**OBSERVATEURS PRÉSENTS :** MM. BOUCHARD Christian, Jardin des glaciers de Baie-Comeau  
BRASSARD Claude, municipalité de Tadoussac

**EMPLOYÉS :** MMES FOUGÈRES Grétha, directrice générale  
DORVAL Diane, directrice administrative et finances  
GRENIER Martine, secrétaire de direction  
OTIS Karine, coordinatrice structuration et développement  
LECHASSEUR Madelyne, responsable service promotion et communication

MM. BABIN Frédéric, coordonateur marketing et communication  
PRÉVÉREULT Dave, responsable service touristique

### **1. Mot de bienvenue et ouverture de l'assemblée**

Le président M. Claude Deschênes, remercie chaleureusement l'assistance pour leur présence, il déclare l'ouverture de l'assemblée à 13 h 35.

### **2. Présences, quorum et régularité de l'assemblée**

Le président, M. Claude Deschênes, confirme le quorum ainsi que la régularité de l'assemblée.

### **3. Nomination d'un(e) président(e) et d'un(e) secrétaire d'assemblée**

AGA120404.185 SUR PROPOSITION DE Mme Rose-Marie Gallant, Collectif des créateurs associés, DUMENT APPUYÉE de M. Claude Brassard, municipalité de Tadoussac, IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU de nommer M. Claude Deschênes comme président d'assemblée et Mme Diane Dorval comme secrétaire d'assemblée.

### **4. Lecture et adoption de l'ordre du jour du 4 avril 2012**

AGA120404.186 SUR PROPOSITION de M. Paul Pygeon, ville de Forestville, DUMENT APPUYÉE de M. Charles Breton, Festival de la chanson de Tadoussac, IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU d'adopter l'ordre du jour tel que proposé.

### **5. Adoption du procès-verbal de l'AGA du 15 avril 2011**

AGA120404.187 SUR PROPOSITION de M. Martin Thomas, TVA Est du Québec, DUMENT APPUYÉE de Mme Marie Josée Guérin, Auberge La Sainte Paix, IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU d'adopter le procès-verbal du 15 avril 2011, tel que proposé.

---

## 6. Rapport annuel 2012

### 6.1 Rapport du président

Le président, M. Claude Deschênes, fait la lecture du rapport du président pour l'année d'opération 2012. Il remercie Mme Fougères ainsi que les employés pour leur très bon travail et leur dévouement. Il souligne l'importance que l'ATRM soit près de ses membres afin de les stimuler à participer à nos actions pour le rayonnement de la région.

### 6.2 Rapport de la directrice générale

Mme Grétha Fougères, directrice générale, remercie les employés ainsi que le conseil d'administration pour leur bon travail. Elle fait la lecture de son rapport d'activité en le commentant. Quelques items ont été expliqués plus spécifiquement par les responsables des secteurs marketing et communication, structuration et développement.

### 6.3 États financiers vérifiés au 31 décembre 2011

En l'absence de notre vérificateur M. Jacques Dubé CA, le président invite Mme Grétha Fougères à venir présenter les états financiers. Mme Fougères nous avise que M. Dubé a pris connaissance et vérifié le rapport financier selon les principes comptables. M. Christian Bouchard demande pourquoi le comité conseil hébergement est formé que de membres en hébergement. Mme Grétha Fougères explique que c'est la procédure de Tourisme Québec.

**AGA120404.188 SUR PROPOSITION de M. Christian Bouchard, Jardin des glaciers de Baie-Comeau, DUMENT APPUYÉE de M. Paul Pygeon, ville de Forestville, IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU d'adopter les états financiers au 31 décembre 2011, tel que déposés.**

## 7. Nomination du vérificateur

**AGA120404.189 SUR PROPOSITION de M. Jean-Pierre Gervais, ARCQCN, DUMENT APPUYÉE de M. Charles Breton, Festival de la chanson de Tadoussac, IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU de mandater M. Jacques Dubé CA comme vérificateur pour la prochaine année financière.**

## 8. Plan stratégique / action 2012

Mme Grétha Fougères, directrice générale, présente le plan d'action 2012. Elle souligne l'importance du Plan Nord et les actions de Tourisme Québec. Elle confirme le renouvellement de l'entente du Fonds développement touristique Manicouagan pour le soutien aux entreprises régionales. Depuis le dépôt du budget du gouvernement, les ATR ont la possibilité d'augmenter le taux de taxation sur l'hébergement. Elle précise que le conseil d'administration désire faire une démarche de consultation auprès des membres afin de moduler la taxe sur l'hébergement de 2.00\$ à 3.00\$ la nuitée. Mme Grétha Fougères précise qu'il faudra un consensus régional. M. Christian Bouchard souligne l'importance du tourisme nordique dans nos actions de structuration de produits. M. Frédéric Babin, coordonnateur marketing et communication, nous présente le plan d'action et de promotion. Mme Karine Otis, coordonnatrice à la structuration et au développement nous commente sa vision pour l'année 2012.

**AGA120404.190 IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU d'adopter le projet de Plan d'action stratégique 2012 tel que proposé.**

---

## 9. Élection des membres du conseil d'administration

### 9.1 Nomination d'un président, secrétaire et scrutateurs pour les élections

**AGA120404.191** IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU de nommer Mme Grétha Fougères à titre de présidente et Mme Diane Dorval secrétaire et que les employés de l'ATRM soient scrutateurs pour les élections.

### 9.2 Présentation des sièges en élection

Mme Grétha Fougères explique qu'elle a reçu seulement les candidatures des membres sortant et qu'ils sont en règles selon les critères établis. De plus, Mme Grétha Fougères informe les membres que MM. Guy Racine ainsi que Denis Lefrançois ne sont plus disponibles à siéger sur le conseil d'administration. Donc, deux postes deviennent vacants et Mme Grétha Fougères invite les membres intéressés dans la salle à lui faire parvenir leur candidature ainsi qu'une lettre d'intention.

### 9.3 Élection des membres du conseil d'administration

Mme Grétha Fougères rappelle la procédure effectuée pour les sièges en élection.

- Siège n° 2 Poste nommé : MRC Manicouagan, M. Michel Lévesque est réélu;
- Siège n° 3 Poste nommé / Conseil tribal Mamuitum, Mme Jeannine Villeneuve, réélue;
- Siège n° 5 Établissement / organisme privé ou public sans but lucratif (OSBL)  
MRC Haute-Côte-Nord, M. Pascal Desbiens est réélu;
- Siège n° 6 Établissement / organisme privé ou public sans but lucratif (OSBL)  
MRC Manicouagan, M. Cédric Mimeault est réélu;
- Siège n° 10 Établissement touristique à but lucratif, MRC Haute-Côte-Nord, poste vacant;
- Siège n° 11 Établissement touristique à but lucratif, MRC Haute-Côte-Nord, Mme Paryse Deschênes est réélue;
- Siège n° 13 Établissement touristique à but lucratif, MRC Manicouagan, M. Réjean Chenel est réélu;
- Siège n° 15 Établissement touristique à but lucratif, MRC Manicouagan, M. Jean-Claude Tremblay est réélu.

**AGA120404.192** Il est unanimement résolu de nommer les membres ci-dessus comme administrateurs et administratrices de l'ATR Manicouagan.

**AGA120404.193** IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU de fermer le point.

### 9.4 Présentation des membres composant le conseil d'administration

M. Claude Deschênes présente les membres qui formeront le conseil d'administration pour l'année 2012/2013 et les remercie pour leur implication au sein du conseil d'administration de l'ATR Manicouagan.

### 9.5 Élection des officiers

**AGA120404.194** Les membres du conseil se retirent afin d'élire les officiers. **IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU de nommer comme officier :**

- M. Claude Deschênes – président
- M. Réjean Chenel – vice-président
- M. Jean-Claude Tremblay – secrétaire trésorier

---

## 9.6 Présentation des officiers

Le président de l'ATRM 2012/2013, M. Claude Deschênes, présente les nouveaux officiers et il remercie les membres de leur disponibilité et de leur implication.

## 10. Recommandations de l'assemblée générale

M. Christian Bouchard insiste sur le point suivant : Il serait important de considérer les attraits touristiques majeurs comme membres potentiels du comité conseil hébergement puisque qu'ils sont susceptibles de conseiller l'équipe marketing dans leur planification. Il souhaite que le secteur hébergement soit ouvert à ce que d'autres secteurs puissent faire partie du comité.

## 11. Mot du président

M. Claude Deschênes remercie l'assistance pour leur présence ainsi que les membres du conseil d'administration pour leur bon travail. Il remercie également chaleureusement Mme Grétha Fougères pour son dévouement et son bon travail ainsi que tous les employés de l'ATR Manicouagan.

## 12. Fermeture de la rencontre

**AGA120404.195 SUR PROPOSITION de M. Michel Lévesque, municipalité de Franquelin, DUMENT APPUYÉE de Mme Paryse Deschênes, Auberge La Galouïne, II EST UNANIMEMENT résolu de fermer la rencontre, il est 15 h 00.**

---

**Claude DESCHÊNES**  
Président

---

**Jean-Claude Tremblay**  
Secrétaire-trésorier



# **Structure organisationnelle**

de l'Association touristique régionale Manicouagan

# Association touristique régionale Manicouagan

## Structure organisationnelle

Tourisme Québec (le Ministère) reconnaît l'ATR Manicouagan comme son partenaire régional privilégié pour établir les priorités et les actions stratégiques en matière touristique sur son territoire, dans le respect de ses particularités et des orientations gouvernementales.

Sur son territoire l'ATR Manicouagan a pour mission de jouer un rôle de concertation, de coordination des efforts de l'industrie en matière de développement et de promotion de l'offre, d'accueil, d'information et de signalisation touristique.

Nom de l'ATRM : suite à l'AGA de 2010 et à la recommandation des membres, nous utilisons le nom de positionnement TOURISME CÔTE-NORD | MANICOUGAN pour toutes nos actions, sauf lorsqu'un dossier administratif est de rigueur. Le nom légal utilisé est Association touristique régionale Manicouagan.

### **NOS SERVICES**

#### **DÉVELOPPEMENT ET STRUCTURATION (produits stratégiques)**

Les produits stratégiques et le développement représentent la base de nos actions. Il est important pour nous de bien répondre aux objectifs de ce secteur, qui regroupe les éléments suivants : services aux membres; accueil, structuration et développement de l'offre.

#### **SERVICES AUX MEMBRES**

La raison d'être de notre association : les membres ! Notre objectif : devenir une association incontournable pour son industrie et ses membres.

Sous la supervision de la direction générale ce service analyse les opportunités de développement de l'offre de l'ATR Manicouagan et planifie la structuration de l'offre, en collaboration avec les différents organismes de développement de la Côte-Nord dans le cadre de l'entente de partenariat régionale en tourisme. À l'échelle nord-côtière, il lui incombe d'assurer la complémentarité et la cohérence de l'offre touristique sur le territoire de la Côte-Nord, en fonction des orientations visées par la Stratégie touristique québécoise au Nord du 49e parallèle, le plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 et les orientations régionales existantes. Afin d'arrimer développement et commercialisation de l'offre, ce service travaille en étroite collaboration avec le service marketing et communication. En plus du développement et de la structuration de l'offre, le service comprend aussi l'accueil et les renseignements touristiques. Ainsi, c'est dans ce service que s'opèrent la coordination du Réseau d'accueil Manicouagan, l'élaboration de la stratégie régionale d'accueil et l'application de la politique québécoise en accueil touristique.

---

## **RÉSEAU D'ACCUEIL MANICOUAGAN (RAM)**

Le RAM est une structure d'échange et de concertation régionale qui regroupe 9 lieux d'accueil et de renseignements touristiques dûment accrédités par Tourisme Québec. En saison, le RAM constitue le réseau par lequel les visiteurs profitent de services personnalisés afin de planifier et d'organiser leur séjour dans notre région. En dehors de la saison, le RAM est un espace de création où l'ATRM et les gestionnaires de lieux d'accueil élaborent des projets communs dans le but de bonifier sans cesse l'offre de services et améliorer la qualité de l'accueil sur le territoire de la toute la région.

## **MARKETING / COMMUNICATION**

L'ATR Manicouagan a pour objectif de bonifier ses actions de promotion et de commercialisation afin d'obtenir une satisfaction croissante auprès des membres et des touristes. Elle vise la participation des membres à un positionnement plus concerté.

Sous la supervision de la direction générale, le service du marketing et des communications gère les activités de l'ATR Manicouagan en matière de marketing et de communication. Ce service est en charge de l'élaboration des orientations marketing et à la mise en œuvre du plan d'action annuel. Il planifie, organise et contrôle les activités de promotion et de vente de l'offre touristique. Ce service coordonne les communications internes et externes de l'organisation. Au nombre des activités gérées annuellement par le service, nommons la conception du Guide touristique officiel Côte-Nord | Manicouagan, les Grands Prix du tourisme, les campagnes promotionnelles estivales et hivernales et la participation à plusieurs salons promotionnels en cours d'année et les actions marketing hors Québec en collaboration avec le Québec maritime.

## **SERVICE ADMINISTRATIF**

Sous la supervision de la direction générale, ce service essentiel à toute organisation est trop souvent oublié. En plus des actions administratives régulières, ce service se voit attribuer de nouvelles tâches ayant un lien important avec les membres de l'ATRM pour diverses actions, entre autres, le crédit marketing et le fonds de développement.

Ce service se doit de tenir à jour toutes ces données essentielles qui permettent de maximiser les actions de promotion ou de développement touristique. Enfin, le service administratif prépare les budgets, bilans et états financiers de l'ATR Manicouagan.





© J. Lapointe/Dunstalle

# Rapport d'activités 2012

de l'Association touristique régionale Manicouagan

# Faits saillants de l'Association touristique régionale Manicouagan

## Direction générale

### Faits saillants

L'année 2012 fut une année de stabilité et de grands projets historiques.

Stabilité au niveau de la mise en œuvre de notre plan des ressources humaines, d'action de structuration et de promotion tout en poursuivant de nouveaux défis par la réalisation de projets innovateurs, tels que :

- structuration du produit nautique par la réalisation des stations nautiques,
- une étude sur la satisfaction de nos produits,
- maximisation de nos actions de promotions hors Québec et intra Québec,
- structuration du secteur « communication versus les médias sociaux »,
- intégration d'un service de conception et de création,
- démarche Côte-Nord pour un plan de développement unifiant nos efforts en développement et en promotion en partenariat avec l'ATR de Duplessis et la CRECN,
- assurer une permanence à Tadoussac et en Haute-Côte-Nord,
- modulation de la TSH (taxe sur l'hébergement) de 2\$ à 3\$,
- rencontres de concertation, d'information et de réseautage avec nos municipalités, partenaires, promoteurs et ministères.

### Tourisme Québec (ministère du Tourisme)

La poursuite de la démarche des années 2011 et 2012 pour l'industrie touristique et le ministère. Le plan de développement touristique du Québec a été déposé et nous sommes heureux de nous y retrouver par les diverses orientations, telles que :

- développer le Saint-Laurent,
- le tourisme hivernal,
- le tourisme nature et d'aventure,
- le tourisme culturel et événementiel,
- le tourisme au nord du 49e parallèle.

Afin de bien orienter et de bien s'intégrer dans ces enjeux, nous avons déposé, en collaboration avec l'ATR de Duplessis, un projet pour la réalisation d'un plan stratégique pour la Côte-Nord en collaboration avec la Conférence Régionale des Élus de la Côte-Nord et Tourisme Québec. Ledit plan sera déposé à l'industrie en mai 2013 et celui-ci nous permettra de bien nous attacher au plan touristique provincial 2020.

---

**ATR associées du Québec** : la nouvelle structure des ATR associées du Québec, soit un CA de 11 personnes, une Table des régions (présidents et directeurs généraux des 22 régions) et une Table conférence des directeurs généraux des 22 régions, nous a permis de travailler de concert avec nos collègues des autres régions touristiques et de travailler à de nouveaux projets d'alliances, en cours et à venir, tels que :

- alliance marketing pour le produit baleine,
- alliance et objectifs communs entre ATR et ATS (sectoriel) pour mieux développer et positionner le produit, ex : autochtone, nautique...
- collaboration pour la mise en œuvre de notre Plan de développement touristique de la Côte-Nord (PDTCN).

**Québec maritime** : regroupement de cinq ATR's du Saint-Laurent où nous travaillons à nous positionner hors Québec. (Côte-Nord Manicouagan et Duplessis, Bas-Saint-Laurent, Gaspésie et Îles de la Madeleine). Nous sommes convaincus que par le biais de notre agence de commercialisation (Québec maritime), nous pouvons nous promouvoir au hors Québec. Toutefois, nous poursuivons notre travail afin de mieux nous positionner et de mieux nous intégrer dans toutes les actions du Québec maritime.

**Alliance Côte-Nord** : les deux ATR's de la Côte-Nord (Duplessis et Manicouagan) travaillent activement à réaliser des actions communes tant à l'intérieur du Québec qu'à l'extérieur. Nous sommes conscients que la Côte-Nord est grande et que nous devons travailler à la faire connaître dans le respect de nos mandats respectifs. Une démarche historique a été entreprise en 2012 par la réalisation d'un plan de développement touristique de la Côte-Nord (plan stratégique). Une multitude de rencontres ont été réalisées : avec les employés des 2 ATR's et des représentants de la CRECN, avec les 2 conseils d'administration des 2 ATR's et des représentants de la CRECN, d'un comité conseil nommé « CSA » regroupant des élus, partenaires et membres de l'industrie, soit environ 40 personnes.

**Dans le cadre du Plan Nord**, l'industrie touristique est encore et pour de nombreuses années à venir en évolution. En ce qui concerne les stratégies à la mise en œuvre du Plan Nord elles sont, pour le moment, toujours en vigueur mais nous sommes dans l'attente d'orientation plus dirigée suite au changement de gouvernement.

**Réserve mondiale de la biosphère Manicouagan-Uapishka (RMBMU)** : ayant sur notre territoire une réserve dûment accréditée par l'UNESCO, il est de notre devoir d'attacher nos actions avec les principes de développement durable mis de l'avant par la réserve.

**Club de la baie de Tadoussac (CBT)** : la baie de Tadoussac est reconnue comme l'une des plus belles du monde et fait partie du Club des Plus Belles Baies du Monde. Nous nous devons de la faire rayonner et d'attacher nos actions de promotion avec les principes de développement de ce regroupement.

**Parc marin du Saguenay–Saint-Laurent** : implication dans ce comité pour son rayonnement et ses alliances interrégionales. Le fleuve Saint-Laurent est un élément vital que nous avons la chance d'avoir dans notre région. Il faut en être fier et contribuer à son développement durable.

**Régions limitrophes – alliances** : en plus du regroupement des ATR's du Saint-Laurent avec le Québec maritime, notre région touristique a le défi de poursuivre les façons de faire avec nos voisins de l'ouest (Saguenay-Lac-Saint-Jean et Charlevoix) en concertation, promotion et développement, ainsi que le développement de nouvelles alliances avec les ATR's regroupées pour le Plan Nord.

---

**Comité de sécurité de la route 389** : de plus en plus utilisée par les touristes et les véhicules industriels, la route 389 représente un enjeu de sécurité publique. L'ATR Manicouagan s'implique activement au sein de ce comité qui rassemble le ministère des Transports du Québec, l'Agence de santé et de services sociaux de la Côte-Nord ainsi que des entreprises de tous les secteurs industriels. La mission du comité est de partager leurs informations pour apporter des solutions aux problèmes de sécurité sur la route 389 et de promouvoir les bonnes pratiques de conduite sur ce parcours. De plus, nous travaillons actuellement à la promotion de cette partie du territoire, ex : création d'un cahier promotionnel « VR l'aventure » réalisé avec le Labrador. Une initiative dont peut être fière la Côte-Nord en réalisant, comme région touristique, des alliances inter provinces.

**Fjord-Saguenay** : Le comité a pour mandat de préparer le dossier de candidature du fjord du Saguenay devant être soumis à l'attention de Parcs Canada lors de la révision de la liste indicative canadienne du patrimoine mondial. Nous participons à la réalisation de cette importante reconnaissance en collaboration avec les régions touristiques du Saguenay-Lac-Saint-Jean et de Charlevoix.

**Partenaires**: lors des diverses rencontres de travail, dans lesquelles nous sommes interpellés, nous avons toujours profité de ces tribunes pour faire valoir notre industrie. Les actions de concertation avec nos partenaires sont primordiales au développement de notre industrie touristique, et nous sommes fiers d'avoir une région où nous pouvons affirmer avoir des partenaires impliqués.

Note : Il est important de vous rappeler divers éléments. Vous y retrouverez donc quelques énoncés déjà mentionnés mais incontournables de les souligner à nouveau.

# Faits saillants de l'Association touristique régionale Manicouagan

## Développement et structuration

### (produits stratégiques)

Déjà, depuis quelques années, nous axons nos orientations de structuration et de développement vers une vision de complémentarité de nos produits et vers une combinaison des actions marketing. L'année 2012 fut très active et nous pouvons croire que ce n'est qu'un début! En voici quelques détails :

### DÉVELOPPEMENT ET STRUCTURATION

#### VIE ASSOCIATIVE (SERVICE AUX MEMBRES)

- Réalisation de la deuxième édition du colloque « Passion Tourisme » et des Grands Prix du tourisme le 26 et 27 avril 2012 à Sacré-Cœur, réunissant l'industrie touristique de toute la région. Participation de 142 intervenants publics et privés,
- Conception d'un bilan statistique complet et approfondi de la saison touristique estivale 2012 et diffusion de ce bilan dans les médias. Envoi du bilan par courrier aux partenaires socio-économiques de l'ATRM,
- Recrutement de 37 membres des secteurs : hébergement, restauration, croisière, produits régionaux, boutique d'art, activité, santé et transport,
- Accompagnement de promoteurs touristiques dans leur démarche de projet de développement touristique.

#### ACCUEIL ET RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES - Réseau d'accueil Manicouagan (RAM)

- Poursuite des actions identifiées dans le plan d'action triennal 2010-2013 du RAM, intitulé « Plan d'action pour l'amélioration et la consolidation du RAM »,
- Consolidation des « Boutiques du terroir » du RAM et élaboration d'un plan marketing pour l'année 2013,
- Intégration de la technologie « cloud » dans les outils de travail des gestionnaires et superviseurs des lieux d'accueil. Le guide de gestion et les outils de travail sont désormais accessibles en tout temps sur Dropbox et leur mise à jour est effectuée en temps réel,
- Poursuite de la collecte des statistiques et mise en commun des outils statistiques avec l'ATRD dès 2013. Nous pourrions à l'avenir produire un bilan de performance pour toute la Côte-Nord,
- Formation des employés pour la saison estivale 2012 : tournée de familiarisation de 3 jours (du 1er au 3 juin) + journée de formation (25 juin) axée sur les techniques d'accueil. Tourisme Québec était sur place,
- Réédition du « Manuel de l'employé du RAM »,
- Coordination du RAM durant l'été 2012 (visites, évaluations, tournées téléphoniques, gestion des inventaires documentaires et promotionnels, etc.) ,
- Clôture de la saison : inventaire documentaire et promotionnel. Le chiffre d'affaires des Boutiques du terroir a été de 6 000\$ pour cette année. Le même qu'en 2011,
- Suivi des plaintes : envoi d'un avis à tous les membres concernés,
- Participation aux JAAT 2012 en compagnie d'une délégation de la région,
- Réalisation d'une campagne de communication et de promotion des services d'accueil touristique auprès de la population régionale, de l'industrie et des partenaires socio-économiques : capsules radio, achats publicitaires dans les hebdomadaires, concours, etc.
- Accueil des visiteurs à l'ATRM, traitement des informations destinées à l'ATRM (courrier, fax, téléphone, etc.),

- Réalisation d'une activité sociale informelle avec les employés du RAM pour clore la saison touristique,
- Soutien à la Ville de Baie-Comeau et à la Municipalité de Tadoussac pour l'accueil des croisiéristes durant la saison des navires.

## **DÉVELOPPEMENT D'INITIATIVES COMMUNES EN ACCUEIL AVEC L'ATR DUPLESSIS**

- Réaliser une vidéo de formation destinée au personnel des réseaux d'accueil des régions limitrophes, à nos réseaux respectifs et à nos intervenants de première ligne en accueil (incluant membres et partenaires),
- Réaliser une formation en accueil auprès des établissements d'hébergement, aéroports et traversiers au printemps 2013,
- Réaliser une évaluation de la qualité du service à la clientèle dans le RAM par le biais de services professionnels d'un client-mystère.

## **VEILLE STATISTIQUE ET STRATÉGIQUE**

- Bilan de performance estivale,
- Production d'un bilan statistique étoffé sur les performances de la saison 2012. Dès 2013, les deux ATR's seront en mesure de produire conjointement un seul bilan de performance pour toute la Côte-Nord.

## **ÉTUDE DE SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE**

- Réalisation d'une enquête auprès de 400 visiteurs sur l'ensemble du territoire afin de connaître leur niveau de satisfaction par rapport à la qualité de l'offre touristique. 5 indicateurs de satisfaction ont été utilisés : qualité de la sécurité, qualité des infrastructures et de l'environnement, qualité du service à la clientèle, qualité du coût et qualité de l'expérience globale.

## **NOTES DE CONJONCTURES RÉGIONALES** (collaboration avec ATRAQ et TQ)

- Depuis l'automne 2012, nous collaborons avec Tourisme Québec et l'ATRAQ dans le but d'établir des notes de conjonctures régionales. Celles-ci devraient nous alimenter à l'année longue sur les tendances qui se dessinent dans l'industrie touristique régionale. Nous disposons d'un échantillon estival et hivernal.

## **TOURISME NAUTIQUE** (PAR LES STATIONS NAUTIQUES)

- Suivis et communications avec les comités opérationnels,
- Rédaction d'une charte de projet qui précise les rôles et responsabilités des partenaires du comité opérationnel dans le cadre du développement et de la promotion du tourisme nautique,
- Obtention de l'accréditation Station nautique par l'AMQ et inauguration des deux Stations nautiques (le 7 juillet à la marina de Tadoussac et le 25 août au Club nautique de Baie-Comeau),
- Présentation de notre démarche de développement du tourisme nautique par le biais des stations nautiques aux intervenants socio-économiques de la MRC du fjord, dans la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean,
- Développement d'alliances et partage d'expertise avec les stations nautiques fjord-du-Saguenay, Lac-Saint-Jean et Haute-Gaspésie.

## **SAVEURS RÉGIONALES**

- Instauration d'une entente de partenariat entre Terroir du littoral et les deux ATR's de la Côte-Nord d'une valeur de plus de 25 000\$ visant la promotion et le développement du circuit gourmand « La nature aux mille délices ».

## **TOURISME HIVERNAL**

- Nous avons réalisé une rencontre d'échange sur le tourisme hivernal avec les acteurs concernés de la Haute-Côte-Nord. La synthèse de la rencontre est conservée dans les dossiers actifs de l'ATRM pour d'éventuels projets. En Manicouagan, nous avons dû annuler la rencontre, faute de participation,
- Nous avons participé à la rencontre annuelle de l'Association des clubs de motoneigistes de la Côte-Nord à l'automne 2012. Cela a été l'occasion de faire le bilan des actions réalisées par les deux ATR's de la Côte-Nord dans ce secteur d'activités.

---

## STAGIAIRES OFQJ

- Entre le 26 avril et le 31 août 2012, nous avons eu la chance de compter parmi nous monsieur Anton Smirnov, stagiaire, qui nous a été d'un grand support dans la mise en œuvre des stations nautiques (diagnostic des projets en tourisme nautique, inauguration de la SN de la HCN et pilotage de l'étude de satisfaction). Il s'agissait de notre première expérience d'embauche d'un stagiaire international. Nous avons ainsi utilisé les services de l'OFQJ. Deux autres stages sont prévus : du 4 mars au 25 mai et du 1er mai au 31 août 2013.

# Faits saillants de l'Association touristique régionale Manicouagan

## Marketing & communications

### Faits saillants

Le marketing – le résultat de la mise en œuvre des projets de structuration, de développement et d'accueil par la promotion et les communications de toutes ces actions. Le défi est grand car les moyens financiers demeurent discrets et l'industrie n'a pas tous les moyens financiers pour bonifier nos actions tant à l'intra qu'au hors Québec. Malgré tout, l'année 2012 fût une très bonne année d'action, en voici quelques détails :

### Publicité sur le Web

- Bannières sur les sites Web Quebecvacances.com, Canoe.ca et tvnouvelles.ca qui ont généré 3 188 000 impressions pour 3627 clics donc un taux de clics de 0.11%,
- L'achat de mots clés sur Google Adwords a généré 5 412 000 impressions pour 25 030 clics donc un taux de clics de 0.46%,
- Notre page Facebook compte maintenant 3625 fans, une augmentation de 125,
- Notre infolettre compte 1766 abonnés.

### Campagne «Les incontournables»

- Concours avec le Réseau TVA et l'émission Salut Bonjour,
- 4 auto-promos du concours et 8 capsules portant sur un attrait ont été diffusées à Salut Bonjour et sur les chaînes du Réseau TVA,
- 2 251 000 personnes les ont vues en moyenne 8,3 fois,
- 33 009 visiteurs sur la page concours pour un total de 96 541 pages vues,
- 25 487 participants au concours.

### Publicité TV

- La campagne «Osez traverser» comptait quatre publicités de 30 secondes diffusées à Radio-Canada (Québec et Saguenay), et sur les chaînes d'Astral (Canal Vie et Canal D).

### Les médias imprimés

- Guide Camping (partenariat avec 7 membres),
- Le Guide des vacances au Québec,
- Le journal Déclaration,
- Groupe voyage Québec,
- Placements ponctuels régionaux dans les journaux,
- Réalisation du Guide Touristique Officiel (130 000 copies). Encartage et distribution du guide touristique à l'ensemble de la population régionale.

---

## Salons aux consommateurs

- Salons de la moto de Montréal (28 000) et Québec (16 000) (Alliance moto),
- Festival Plein air de Montréal (28 000) et Québec (24 000),
- Expo-Nature de Chicoutimi (17 000) et Rimouski (6 500),
- Salon du VR de Montréal (32 000) et Québec (16 200),
- Salon des sports récréatifs motorisés de Québec (19 500).

## Passion Tourisme

- Campagne régionale,
- Journaux et TV,
- Infolettre aux membres et partenaires,
- Blogue: [passiontourisme.ca](http://passiontourisme.ca),
- Sondage en ligne.

## ATR associées : alliance avec les autres régions du Québec

- Concours sur page Facebook (10 500 fans): Les régions touristiques du Québec.

## Statistiques site Web

- Le site Web a reçu environ le même nombre de visites qu'en 2011 soit 62 000,
- Toutefois, le nombre de pages vues a considérablement augmenté passant de 249 000 en 2011 à 331 000 en 2012,
- Les visiteurs ont passé en moyenne 4 minutes sur le site, soit une minute de plus qu'en 2011,
- On remarque également une baisse du taux de rebond de 8%.

## Pourvoiries Côte-Nord

- Réalisation du concours «Les plus belles pourvoiries de la Côte-Nord»,
- Campagne d'achat de mots clés,
- Bannières sur les sites Web de Québec pêche, Sentier chasse et pêche et FPQ,
- Publicité imprimé dans le magazine Sentier chasse et pêche et dans le Guide des pourvoiries du Québec,
- Commandite de la série TV «Québec à vol d'oiseau», présentateur de la chronique «Les indispensables» dans les 13 épisodes.

## Communications

- Amélioration de la fréquence des communications avec les membres et les médias,
- Élaboration d'un premier plan de communication qui sera terminé et mis en œuvre en 2013.

## Hors-Québec

- Campagne motoneige États-Unis et Ontario,
- Campagne France,
- Accueil de plusieurs journalistes, dont les rédacteurs du Guide du Routard,
- Campagne été 2012 dans les régions limitrophes du Canada.

# Faits saillants de l'Association touristique régionale Manicouagan

## Administration & finances

### Faits saillants

Avec la réalisation de divers outils de gestion et de contrôle, le service Administration / Finances tente d'orienter ses actions en complémentarité avec les autres services de l'ATRM afin de maximiser nos mandats.

- Analyse complète du système comptable et des projets,
- Mise en place de divers outils de gestion : suivi partenariat, fonds, etc,
- Suivi rigoureux des dépenses de l'ATR Manicouagan,
- Gestion de la comptabilité générale de l'ATR Manicouagan,
- Participation à la préparation du budget prévisionnel et aux états financiers annuels,
- Production des protocoles d'entente pour le RAM et production des paies pour les employés du RAM,
- Suivi des projets financiers des partenariats de l'ATRM et des divers protocoles d'entente avec nos partenaires (Tourisme Québec, MRNF, Emploi Québec, CRÉ, CLD...),
- Analyse et préparation des redditions de comptes, réelles et prévisionnelles, pour le ministère du Tourisme,
- Gestion administrative de la taxe d'hébergement et de ses fonds, ainsi que le suivi des dossiers des membres dans l'application de leur crédit marketing,
- Mise à jour de la liste administrative des membres et suivi du membership,
- Participation aux réflexions d'avenir de l'ATRM,
- Mise en place du guide de gestion et de la politique GRH,
- Soutien à la direction générale.

### Ressources humaines :

Le personnel d'une association doit toujours avoir à l'esprit le but premier pour lequel il travaille : ses membres. Nous tentons de répondre le mieux possible à cet impératif et nous espérons que les services que nous vous rendons répondent à vos attentes tout en sachant que seule l'amélioration continue contribue à faire avancer les liens de travail entre les membres et les ressources humaines. Merci de nous faire confiance !

RAM : tous les employés du Réseau d'accueil Manicouagan (RAM)

Je tiens à les remercier pour leur professionnalisme et leur confiance.

# Conseil d'administration

Les membres du Conseil d'administration (CA) sont les ressources incontournables pour la représentativité de nos membres. Composé de quinze (15) administrateurs, le Conseil doit être composé d'une représentativité du territoire, les règlements généraux détaillant cette représentativité. Le CA procède aux orientations stratégiques de l'organisation et à des actions de représentativité.

Neuf rencontres ont eu lieu en 2012 en plus des événements ponctuels. Les membres du Conseil sont sincèrement remerciés pour leur implication et leur confiance. Une liste de ceux-ci est jointe au rapport annuel.

## COMITÉS-CONSEILS

Sous la responsabilité du Conseil d'administration de l'ATR Manicouagan, les deux comités-conseils (promotion) ont pour mandat de recommander au CA des actions marketing avec les sommes provenant de la taxe sur l'hébergement. Ces comités travaillent étroitement avec la direction générale et la direction marketing de l'ATR Manicouagan. Le comité pour le fonds de développement touristique a pour mandat d'analyser les projets reçus et d'en faire la recommandation au CA; Nous reconnaissons qu'en 2012, nous n'avons pu réaliser les approches, communications et/ou rencontres que nous aurions souhaités, nous tenons donc à remercier sincèrement nos membres de ces comités pour leur confiance.

## COMITÉ-CONSEIL HÉBERGEMENT (CCH)

Pour l'année 2012, une enveloppe globale (intra et hors Québec) de 543 758 \$ nous a permis de bonifier nos actions marketing.

## COMITÉ-CONSEIL POURVOIRIE (CCP)

Pour l'année 2012, une enveloppe de 22 318\$ (inclus dans l'enveloppe globale marketing) était disponible pour des actions marketing – pourvoirie pour la région touristique de Manicouagan. Il est à noter que cette enveloppe est bonifiée par l'apport du Fonds pourvoirie de l'ATR Duplessis. Cette collaboration entre les deux ATR's vise à réaliser des actions conjointes pour promouvoir les pourvoiries de la Côte-Nord.

## COMITÉ POUR LE FONDS DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE MANICOUAGAN (FDTM)

La première entente de partenariat régionale regroupant le ministère du Tourisme, les CLD de la Haute-Côte-Nord et de Manicouagan ainsi que l'ATR Manicouagan est terminée depuis le 31 mars 2012. Au total, 55 projets ont été analysés dont 24 ont été appuyés pour un financement de 686 000\$ pour un investissement total de 5,3 millions, une liste desdits projets appuyés est en annexe. Nous sommes à travailler pour le renouvellement de l'entente.

# Les partenaires

Comme plusieurs ATR, l'ATR Manicouagan ne pourrait répondre à tous ses objectifs sans l'appui important de ses partenaires, et ce, pour plus d'un projet.

Nous tenons à les remercier sincèrement :

- Tourisme Québec,
- RAM : municipalités du territoire, corporations touristiques et les membres,
- Plan de partenariat,
- TQ3 : MRNF (ministère des Ressources naturelles et de la Faune) & ATR Duplessis,
- Enfin, afin de n'oublier personne, nous tenons à souligner l'implication de tous nos partenaires, de près ou de loin, car tous nos projets sont et doivent avoir une vision régionale. C'est avec des partenaires que nous réalisons ces importantes tâches.

**Merci à vous tous.**

Nous sommes fiers de confirmer que nous poursuivons nos démarches d'alliance, de réseautage et de représentation régionale et provinciale, de participation à différents comités dans l'objectif d'un rayonnement fort et intégré.



© Jacques Toumel

# États financiers au 31 | 12 | 2012

de l'Association touristique régionale Manicouagan

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE

MANICOUAGAN

ÉTATS FINANCIERS

31 DÉCEMBRE 2012

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE  
MANICOUAGAN  
ÉTATS FINANCIERS  
31 DÉCEMBRE 2012

SOMMAIRE

	Page
Rapport de l'auditeur indépendant	2 - 3
Résultats	4
Évolution de l'actif net	5
Bilan	6
Flux de trésorerie	7
Notes complémentaires	8 - 11
Renseignements complémentaires	12

## RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

Aux administrateurs de  
Association Touristique Régionale Manicouagan

J'ai effectué l'audit des états financiers ci-joints de la Association Touristique Régionale Manicouagan, qui comprennent le bilan au 31 décembre 2012, et les états des résultats, de l'évolution de l'actif net et des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi qu'un résumé des principales méthodes comptables et d'autres informations explicatives.

### *Responsabilité de la direction pour les états financiers*

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle de ces états financiers conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

### *Responsabilité de l'auditeur*

Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur les états financiers, sur la base de mon audit. J'ai effectué mon audit selon les normes d'audit généralement reconnues du Canada. Ces normes requièrent que je me conforme aux règles de déontologie et que je planifie et réalise l'audit de façon à obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit implique la mise en oeuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états financiers. Le choix des procédures relève du jugement de l'auditeur, et notamment de son évaluation des risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Dans l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en considération le contrôle interne de l'entité portant sur la préparation et la présentation fidèle des états financiers 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 l'entité. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et du caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

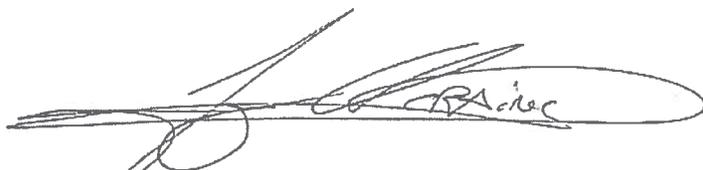
J'estime que les éléments probants que j'ai obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder mon opinion d'audit assortie d'une réserve.

*Fondement de l'opinion avec réserve*

Comme c'est le cas dans de nombreux organismes sans but lucratif, l'organisme tire des produits de contributions volontaires dont il n'est pas possible de vérifier l'intégralité de façon satisfaisante. Par conséquent, ma vérification de ces produits s'est limitée aux montants comptabilisés dans les livres de l'organisme et je n'ai pu déterminer si certains redressements auraient dû être apportés aux montants, aux résultats nets, aux actifs nets et à l'actif.

*Opinion avec réserve*

À mon avis, à l'exception de l'effet des éventuels redressements que j'aurais pu juger nécessaires si j'avais été en mesure de vérifier l'intégralité des contributions volontaires mentionnés au paragraphe précédent, les états financiers donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de la Association Touristique Régionale Manicouagan au 31 décembre 2012, ainsi que des résultats de ses activités et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif.



Jacques Dubé, CPA auditeur, CA

Baie-Comeau  
Le 26 mars 2013

## ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE MANICOUAGAN

## RÉSULTATS

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2012

4

	2012	2011
<b>Produits</b>		
Subventions de fonctionnement - Ministère du Tourisme	382 884 \$	378 327 \$
Secteur public (annexe A)	189 487	194 750
Secteur privé (annexe B)	471 776	358 703
Taxes sur l'hébergement (annexe C)	480 361	431 457
	<b>1 524 508</b>	<b>1 363 237</b>
<b>Charges</b>		
Salaires et charges sociales	463 821	415 729
Partenariats réseau d'accueil	(776)	1 180
Partenariats - autres	-	7 500
Loyer	29 898	29 071
Crédit marketing	45 977	33 188
Location d'équipements	12 854	9 207
Taxes, licences et permis	22 586	-
Entretien du local	6 000	6 000
Entretien et réparations	5 102	1 424
Entretien des sentiers VHR (MRNF)	95 527	92 098
Publicité et promotion	543 758	378 592
Assurances	4 462	4 435
Fournitures de bureau	22 001	22 459
Frais de séjour et déplacements	85 295	52 684
Frais de formation	1 177	150
Télécommunications	8 831	11 306
Cotisations nationales	31 117	31 050
Évènements et colloques	11 053	6 430
Honoraires professionnels	8 068	8 240
Honoraires de consultants	12 384	149 372
Fonds de développement touristique (FDTM)	86 511	68 758
Frais de gestion (FDTM)	4 400	4 000
Mauvaises créances	1 935	7 779
Amortissement des immobilisations corporelles	19 134	15 523
Intérêts et frais bancaires	1 239	1 510
	<b>1 522 354</b>	<b>1 357 685</b>
<b>Excédent des produits sur les charges</b>	<b>2 154 \$</b>	<b>5 552 \$</b>

## ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE MANICOUAGAN

## ÉVOLUTION DE L'ACTIF NET

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2012

5

	Investis en immobi- lisations	Non affectés	2012 Total	2011 Total
Solde au début	65 963 \$	73 078 \$	139 041 \$	133 489 \$
Excédent des produits sur les charges	-	2 154	2 154	5 552
Investissement en immobilisations	6 109	(6 109)	-	-
<b>Solde à la fin</b>	<b>72 072 \$</b>	<b>69 123 \$</b>	<b>141 195 \$</b>	<b>139 041 \$</b>

# ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE MANICOUAGAN

## BILAN

31 DÉCEMBRE 2012

6

	2012	2011
<b>ACTIF</b>		
<b>ACTIF À COURT TERME</b>		
Encaisse	253 758 \$	210 774 \$
Dépôt à terme ( 0,99 % à 5,75 %)	440 514	609 064
Débiteurs (note 4)	219 846	216 925
Frais payés d'avance	3 730	12 104
	917 848	1 048 867
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES (note 5)</b>	72 072	65 963
	989 920 \$	1 114 830 \$
<b>PASSIF</b>		
<b>PASSIF À COURT TERME</b>		
Emprunt bancaire (note 6)	- \$	3 243 \$
Créditeurs	136 215	87 693
Subventions perçues d'avance	158 544	271 827
Taxes sur l'hébergement perçues d'avance	553 966	613 026
	848 725	975 789
<b>ACTIF NET</b>		
Investis en immobilisations	72 072	65 963
Non affecté	69 123	73 078
	141 195	139 041
	989 920 \$	1 114 830 \$

Pour le conseil d'administration,

\_\_\_\_\_, administrateur

\_\_\_\_\_, administrateur

## ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE MANICOUAGAN

## FLUX DE TRÉSORERIE

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2012

7

	2012	2011
<b>Activités de fonctionnement</b>		
Excédent des produits sur les charges	2 154 \$	5 552 \$
Élément n'affectant pas la trésorerie :		
Amortissement des immobilisations corporelles	19 134	15 524
	21 288	21 076
Variation nette des éléments hors caisse liés au fonctionnement		
Débiteurs	(2 921)	21 997
Frais payés d'avance	8 374	(9 365)
Créditeurs	48 522	(5 449)
Subvention perçues d'avance	(113 283)	(86 551)
Taxes sur l'hébergement perçues d'avance	(59 060)	(24 396)
	(97 080)	(82 688)
<b>Activités d'investissement</b>		
Variation de placements	168 550	(86 570)
Acquisition d'immobilisations corporelles	(25 243)	(33 632)
	143 307	(120 202)
<b>Activité de financement</b>		
Variation nette de l'emprunt bancaire	(3 243)	3 243
Augmentation (diminution) de l'encaisse	42 984	(199 647)
Encaisse au début	210 774	410 421
Encaisse à la fin	253 758 \$	210 774 \$

### 1. Statuts constitutifs et nature des activités

L'association est constituée en vertu de la troisième partie de la Loi sur les compagnies du Québec, et est exemptée des impôts sur les bénéfices. Son objectif est de promouvoir le développement touristique dans la région Manicouagan.

### 2. Principales méthodes comptables

L'organisme applique les Normes comptables canadiennes pour les organismes sans but lucratif de la Partie III du Manuel de comptabilité de l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA).

#### Constatation des apports

L'organisme applique la méthode du report pour comptabiliser les apports. Les apports affectés sont constatés à titre de produits dans l'exercice au cours duquel les charges connexes sont engagées. Les apports non affectés sont constatés à titre de produits lorsqu'ils sont reçus ou à recevoir si le montant à recevoir peut faire l'objet d'une estimation raisonnable et que sa réception est raisonnablement assurée. Les apports reçus à titre de donations sont constatés à titre d'augmentation directes des actifs nets.

#### Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût. Elles sont amorties selon les méthodes et les taux indiqués ci-dessous :

	Méthodes	Taux
Equipements techniques	dégressif	20 %
Mobilier et équipements	dégressif	20 %
Kiosque	dégressif	20 %
Equipements informatiques	dégressif	30 %
Améliorations locatives	linéaire	20 %

### 3. Instruments financiers

#### Risque de crédit

L'organisme consent du crédit à ses clients dans le cours normal de ses activités. Elle effectue, de façon continue, des évaluations de crédit à l'égard de ses clients et maintient des provisions pour pertes potentielles sur créances, lesquelles, une fois matérialisées, respectent les prévisions de la direction. L'organisme n'exige généralement pas de caution.

## 3. Instruments financiers (suite)

Pour les subventions à recevoir, l'organisme évalue, de façon continue, les montants à recevoir sur la base des montants dont elle a la quasi-certitude de recevoir en s'appuyant sur leur valeur de réalisation estimative.

Pour les promesses de dons, l'organisme ne comptabilise à la fin de l'exercice que les montants qui sont reçus à la date d'achèvement des états financiers.

## 4. Débiteurs

	2012	2011
Clients	115 151 \$	129 517 \$
Provision pour créances douteuses	-	(7 400)
	115 151	122 117
Intérêts	13 415	12 514
Subventions	-	1 723
Taxes sur l'hébergement	70 784	80 571
Sommes à recevoir de l'État	20 450	-
Avances aux employés	46	-
	219 846 \$	216 925 \$

## 5. Immobilisations corporelles

	2012		2011	
	Coût	Amortissement cumulé	Valeur nette	Valeur nette
Kiosque	82 498 \$	71 785 \$	10 713 \$	8 852 \$
Equipements techniques	19 849	9 003	10 846	8 755
Mobilier et équipements	137 098	114 660	22 438	26 145
Equipements informatiques	127 691	101 969	25 722	18 682
Améliorations locatives	10 732	8 379	2 353	3 529
	377 868 \$	305 796 \$	72 072 \$	65 963 \$

## 6. Emprunt bancaire

L'organisme dispose d'une marge de crédit autorisée de 50 000 \$ au taux de 7,25 %, garantie par les débiteurs. La marge n'est pas utilisée au 31 décembre 2012.

## 7. Subventions perçues d'avance

	2012	2011
Tourisme Québec	95 721 \$	95 721 \$
Partenariat	62 823	176 106
	<u>158 544 \$</u>	<u>271 827 \$</u>

## 8. Taxes sur l'hébergement perçues d'avance

	Solde au début	Utilisation	Perception	Solde à la fin
Fonds marketing	223 894 \$	249 554 \$	222 214 \$	196 554 \$
Fonds de développement	245 663	89 107	101 006	257 562
Fonds crédit marketing	99 703	101 054	60 604	59 253
Fonds pourvoires	43 766	22 194	19 025	40 597
	<u>613 026 \$</u>	<u>461 909 \$</u>	<u>402 849 \$</u>	<u>553 966 \$</u>

Les taxes sur l'hébergement perçues au cours de l'exercice ont été de 434 510 \$ (2011 - 417 678 \$), auxquels des frais de gestion 10 457 \$ (2011 - 10 617 \$) ont été soustraits par le ministère du revenu.

## 9. Réseau d'accueil

	2012	2011
<b>Produits</b>		
Contribution municipales	56 551 \$	56 093 \$
Contributions fédérales	23 308	22 281
Produits du terroir	4 197	5 128
Contributions du milieu	4 281	-
Autres	-	930
	<b>88 337</b>	<b>84 432</b>
<b>Charges</b>		
Salaires et charges sociales	103 976	108 193
Partenariats	(776)	1 180
Frais de séjour et véhicules	9 909	2 494
Produits du terroir	5 730	4 434
Honoraires professionnels	-	300
Publicité et promotion	6 873	5 350
Cotisations	381	321
Fournitures de bureau	609	1 619
Télécommunications	73	-
	<b>126 775</b>	<b>123 891</b>
	<b>(38 438) \$</b>	<b>(39 459) \$</b>

## 10. Engagement contractuel

L'engagement pris par l'organisme en vertu d'un bail totalise 27 275 \$ et les versements à effectuer au cours du prochain exercice sont les suivants :

2013	27 275 \$
------	-----------

## 11. Chiffres de l'exercice précédent

Certains chiffres de l'exercice 2011 ont été reclassés afin de rendre leur présentation identique à celle de l'exercice 2012.

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE MANICOUAGAN

RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

EXERCICE CLOS LE 31 DÉCEMBRE 2012

12

	2012	2011
<b>Annexe A</b>		
<b>Secteur public</b>		
Contributions provinciales	109 628 \$	116 376 \$
Contributions fédérales	23 308	22 281
Gouvernance régionale	56 551	56 093
	<b>189 487 \$</b>	<b>194 750 \$</b>

**Annexe B**

**Secteur privé**

Cotisations des membres	93 691 \$	89 958 \$
Contributions du milieu	359 064	251 242
Revenus d'intérêts	18 901	17 503
Fonds touristique	120	-
	<b>471 776 \$</b>	<b>358 703 \$</b>

**Annexe C**

**Taxes sur l'hébergement**

Utilisations de l'année courante	461 909 \$	411 087 \$
Frais de gestion - ATRM	21 203	20 370
Ajustements antérieures	(2 751)	-
	<b>480 361 \$</b>	<b>431 457 \$</b>

Annexe D

Résultats par projets	Revenus	Dépenses	Excédent (Insuffisance)
Fonctionnement	561 070 \$	510 354 \$	50 716 \$
Formation		1 177	(1 177)
ATRAQ	177	9 751	(9 574)
Québec Maritime	1 013	4 286	(3 273)
Réseau d'accueil	88 337	126 775	(38 438)
Colloque	7 010	11 010	(4 000)
Opportunités d'alliance		11 443	(11 443)
Guide touristique	141 260	83 534	57 726
Grands prix du tourisme	11 640	12 424	(784)
Services aux membres		4 176	(4 176)
Plan Stratégique		9 052	(9 052)
Plan Nord		1 412	(1 412)
Stucturation de l'offre	338	21 239	(20 901)
Projet motoneige - TQ3 réparation	100 690	100 690	
Politique des ressources humaines		2 058	(2 058)
Taxe sur l'hébergement	480 361	480 361	
	1 391 896 \$	1 389 742 \$	2 154 \$





© Marc Lapselle

# **Plan d'action 2013**

de l'Association touristique régionale Manicouagan

# Plan d'action 2013

## Direction générale

Comme à chaque rencontre d'AGA, nous vous présentons un plan d'action entrepris car, rappelons-nous que notre année financière débute le 1er janvier de l'année. Donc, comme elle est déjà entreprise, nous avons le plaisir de vous parler des projets en cours et à venir pour notre année 2013. Évidemment, nous nous basons sur nos plans stratégiques tant celui de l'ATR Manicouagan que du Québec maritime ainsi que le plan d'action gouvernementale, soit le plan de développement touristique du Québec.

De plus, comme mentionné dans notre rapport d'activité, trois projets importants entrepris en 2012 se poursuivent en 2013, soit :

- La modulation de la (TSH) taxe sur hébergement de 2\$ à 3\$,
- La réalisation d'un plan de développement touristique de la Côte-Nord,
- Le renouvellement de l'entente de partenariat du fonds touristique (2012/2015).

D'autres projets sont essentiels à l'avancement de notre ATR, tels que :

- La mise en œuvre de la stratégie touristique du Plan Nord pour notre territoire,
- La mise en œuvre de la stratégie touristique de la Côte-Nord,
- La maximisation de nos actions marketing et de communication (intra et hors Québec),
- Notre positionnement dans la stratégie gouvernementale (pôle, produits, Saint-Laurent et Plan Nord),
- La poursuite de notre travail de structuration et de développement,
- Le rayonnement de l'industrie touristique en tant que joueur important de notre économie,
- Allier l'industrie touristique au secteur industriel,
- Augmenter nos ressources financières pour les ressources humaines et nos activités (développement, structuration, promotion et accueil),
- Poursuivre le travail d'alliance entre les régions touristique (carte jointe),
- Effectuer la gestion du personnel, des actifs, des relations internes et externes, et des ressources financières.

Donc, malgré que nous sommes à travailler sur un plan de développement nord-côtier, nous avons la responsabilité de concerter, coordonner, développer et promouvoir le développement touristique de la région Manicouagan. De ce fait, notre propre plan stratégique 2011/2015 est toujours en vigueur et nous devons attacher nos actions à ce plan. Les enjeux ci-dessous représentent nos grandes orientations qui seront travaillées dans nos actions.

ENJEU 1- L'union « rassemblement » des forces régionales en tourisme

ENJEU 2 - La structuration

ENJEU 3 - Les partenariats et les alliances

ENJEU 4 – Le marketing / les communications

ENJEU 5 – Le développement

ENJEU 6 – L'environnement économique

# Plan d'action 2013

## Développement et structuration

(produits stratégiques)

1. Poursuivre et bonifier le plan de partenariat avec nos partenaires,
2. Dans le cadre de la démarche Côte-Nord, réaliser des actions concrètes et structurantes, en collaboration avec Tourisme Côte-Nord | Duplessis, notamment en matière de structuration de l'offre et d'accueil touristique,
3. Développer des stratégies de structuration de l'offre en collaboration avec nos régions limitrophes et en cohérence avec les orientations du plan de développement l'industrie touristique 2012-2020,
4. En collaboration avec le service marketing et communications, offrir des services à valeur ajoutée aux membres de l'ATRM en adéquation avec les objectifs stratégiques de l'ATRM,
5. Poursuivre la mise en œuvre des stations nautiques Haute-Côte-Nord et Manicouagan,
6. Poursuivre la structuration des clubs d'expérience, en tenant compte de leur niveau d'avancement, du territoire et des besoins de l'industrie,
7. Soutenir les promoteurs touristiques dans leurs efforts de développement et d'amélioration de l'offre,
8. En collaboration avec Tourisme Côte-Nord | Duplessis, actualiser la stratégie régionale de l'ATRM en matière d'accueil et de renseignements touristiques,
9. En collaboration avec le directeur marketing et communications, assurer une veille stratégique continue en matière d'innovation et d'acquisition de connaissances en tourisme.

## Plan d'action 2013

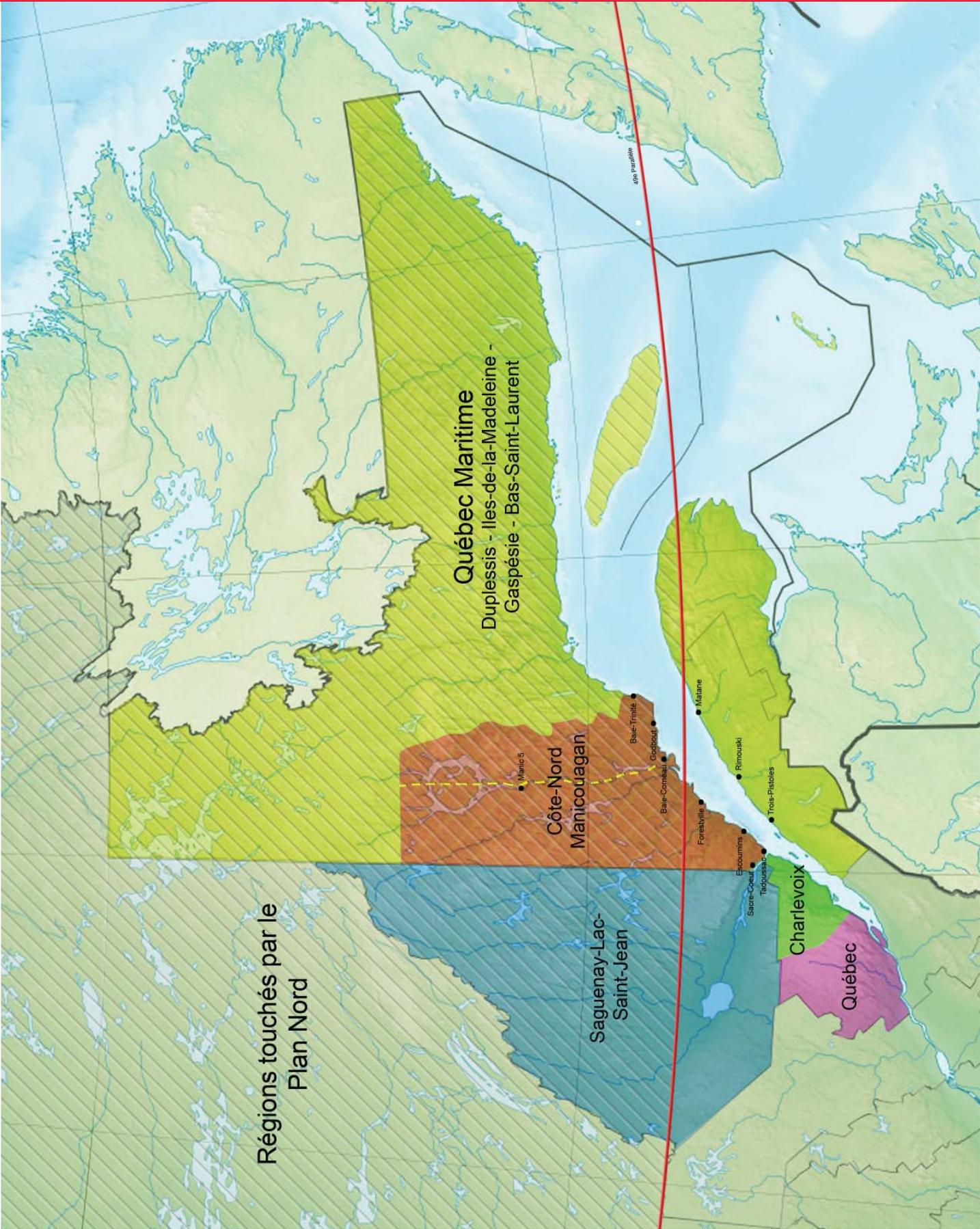
# Marketing & communications

1. Améliorer l'indexation de notre site Web pour les mots clés ciblés,
2. Améliorer la notoriété de la région avec une campagne nationale,
3. Augmenter le nombre d'abonnés à l'infolettre,
4. Augmenter le nombre de fans de notre page Facebook,
5. Augmenter le nombre de commandes de guides via le site Web,
6. Réaliser une campagne forte orientée sur les enjeux du plan stratégique,
7. Mettre en place des campagnes marketing qui rassemblent les membres,
8. Regrouper les investissements de la région pour accroître leur impact,
9. Unir les acteurs touristiques autour d'un positionnement fort,
10. Campagne «Osez traverser!» été 2013,
11. Réaliser une campagne hiver 2013-2014,
12. Améliorer le site Web,
13. Réaliser une stratégie des médias sociaux,
14. Mettre à jour nos publications,
15. Créer des alliances avec les régions limitrophes,
16. Réaliser une campagne pour les pourvoies de la Côte-Nord,
17. Assurer notre présence en travaillant conjointement avec le Québec maritime dans ses actions hors Québec,
18. Terminer le plan de communication et le mettre en œuvre,
19. Refaire l'image et les outils de services aux membres (Passion-Tourisme).

## Plan d'action 2013

# Administration & finances

1. Poursuivre le travail de mise en place de différents outils de gestion et de contrôle, tels que : appels d'offres et des soumissions afin de maximiser le contrôle des dépenses,
2. Faire un suivi rigoureux des dépenses de l'ATR Manicouagan,
3. Effectuer la comptabilité générale de l'ATR Manicouagan,
4. Participer à la préparation du budget prévisionnel et aux états financiers annuels,
5. Consolider les budgets de chacun des services et en assurer le contrôle,
6. Produire les protocoles d'entente pour le RAM et effectuer les paies pour les employés du RAM,
7. Effectuer le suivi des projets financiers des partenariats de l'ATRM et des divers protocoles d'entente avec nos partenaires ,
8. Participer de façon active à la gestion du fonds de développement touristique Manicouagan (FDTM) et en assurer la gestion financière en collaboration avec la direction générale,
9. Analyser et préparer les redditions de comptes, réelles et prévisionnelles, pour le ministère du Tourisme,
10. Effectuer la gestion administrative de la taxe d'hébergement et de ses fonds ainsi que de faire le suivi des dossiers des membres dans l'application de leur crédit marketing,
11. Coordonner et effectuer la gestion administrative de la base de données des membres et suivi du membership,
12. Soutien à la direction générale.



Régions touchés par le Plan Nord

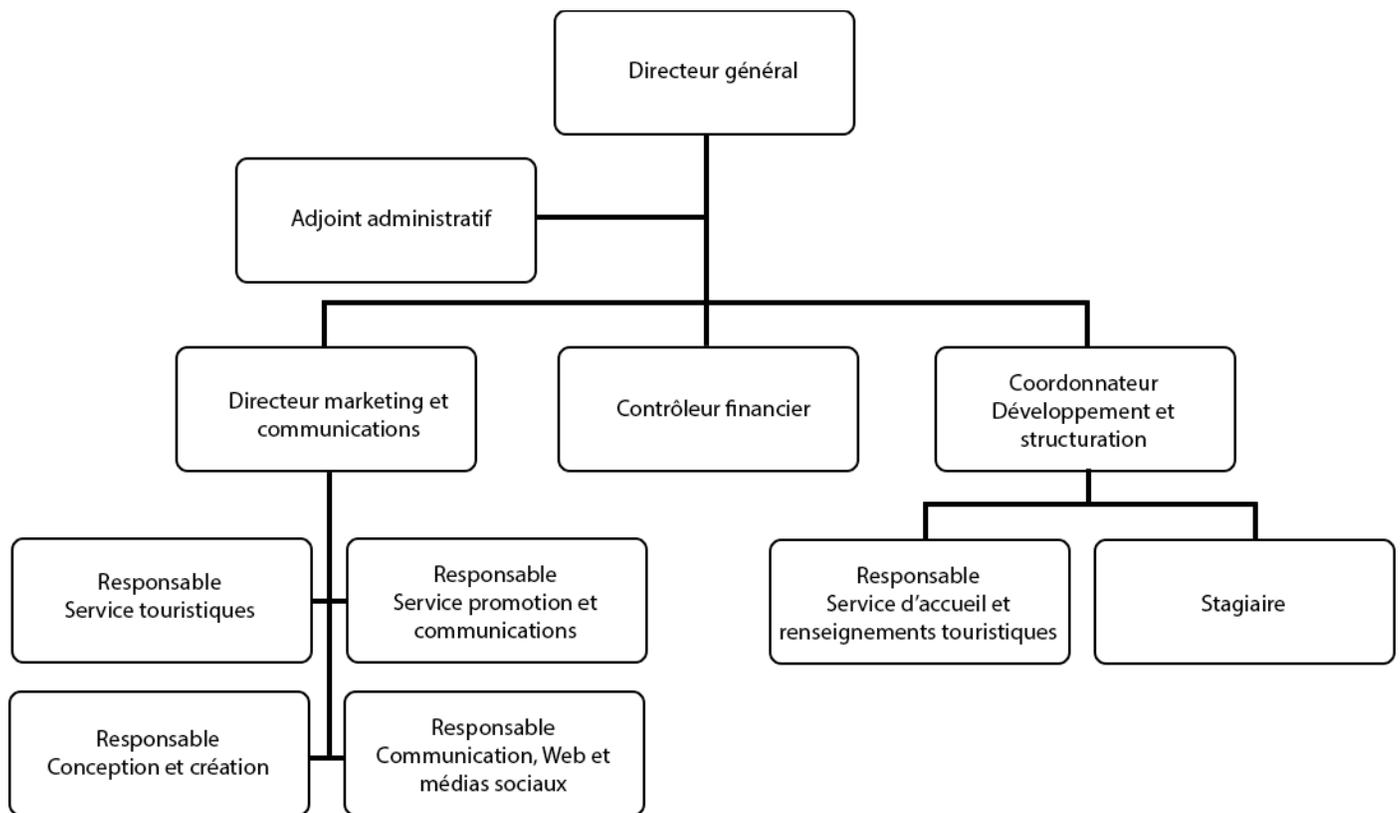


© Marc Loiselet

# Annexes

# Annexes A

## Organigramme



# Comités-conseils mandatés par le CA et comités de travail

La présence de ces comités, tables ou groupes est essentielle pour la visibilité, le développement en concertation, l'arrimage des secteurs d'activité touristique et la reconnaissance de notre industrie. Elle est toujours jugée en premier lieu par ces critères.

## COMITÉS-CONSEIL MANDATÉS PAR LE CA

### COMITÉ-CONSEIL HÉBERGEMENT – PROMOTION (CCHP)

CHAMBERLAND Bernard, Hébergement Natakam  
 DESCHÉNES Claude, ATR Manicouagan, président  
 GAGNON Diane, Auberge la Rosepierre  
 TREMBLAY Tina, Hôtel Tadoussac  
 DESCHÉNES Paryse, CA, ATR Manicouagan  
 FOUGÈRES Grétha, ATR Manicouagan  
 (3 postes vacants)

### COMITÉ-CONSEIL POURVOIRIE – PROMOTION (CCPP)

#### « Comité Côte-Nord »

#### Représentants Duplessis (3) :

DAVID Michel, Pourvoirie Lac Holt  
 GERMAIN Sylvie, Pourvoirie Lac Holt  
 (1 Poste vacant)

#### Représentants Manicouagan (3) :

HOVINGTON Pascal, Pourvoirie du Lac des Baies  
 PELCHAT Serge, Pourvoirie Chez Pelchat  
 PINARD Charles, Pourvoirie Lac Cyprès

#### Représentants des conseils d'administration (2) :

MURRAY Marius, CA ATR Duplessis  
 VILLENEUVE Jeannine, CA ATR Manicouagan

#### Direction générale ATRD et ATRM :

VIGNEAULT Marie-Soleil, ATR Duplessis  
 FOUGERES Grétha, ATR Manicouagan

### COMITÉ FONDS DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE MANICOUAGAN (FDTM)

Jean-Luc Bessette, MTO  
 Anne Scallon, CLD HCN  
 Carole Lemieux, IDM (CLDM)  
 Andrée Gendron, IDM (CLDM)  
 Claude Deschênes, ATRM  
 Grétha Fougères, ATRM

## COMITÉS ET TABLES DE TRAVAIL OÙ S'IMPLIQUE L'ATRM

### GROUPES TOURISTIQUES

ATR associées du Québec  
 Québec maritime  
 Plan Nord  
 Alliance Côte-Nord  
 Alliances ATR

### COMITÉS TOURISTIQUES DE L'ATRM

RÉSEAU D'ACCUEIL DE MANICOUAGAN  
 COMITÉ-CONSEIL HÉBERGEMENT  
 COMITÉ-CONSEIL POURVOIRIE  
 COMITÉ FONDS FDTM  
 COMITÉ OPÉRATIONNEL DE LA STATION NAUTIQUE HAUTE-CÔTE-NORD  
 COMITÉ OPÉRATIONNEL DE LA STATION NAUTIQUE MANICOUAGAN

### COMITÉS RÉGIONAUX

Entente 3R  
 Club de la baie de Tadoussac  
 Réserve mondiale de la biosphère  
 Parc marin Saguenay-Saint-Laurent  
 Comité consultatif régional - Société des traversiers du Québec (Tadoussac/Baie-Ste-Catherine et Matane/Baie-Comeau/Godbout)  
 Corporation de la Véloroute des baleines (administrateur-observateur)  
 Tables - Croisières Baie-Comeau  
 Tables - Croisières Tadoussac  
 Le Fjord – UNESCO  
 Table touristique – Conférence régionale des élus de la Côte-Nord  
 Comité multiressources de la Haute-Côte-Nord  
 Table de concertation sur les véhicules hors route de la Côte-Nord  
 Comité de sécurité de la route 389  
 Table bioalimentaire de la Côte-Nord (administrateur-observateur)  
 Comité de développement durable de la Ville de Baie-Comeau  
 Terroir du littoral (administrateur-observateur)  
 Table régionale de la CRÉCN sur les aires protégées  
 Comité d'échange et d'information dans le cadre du projet de modernisation d'Alcoa  
 Divers comités ponctuels

## Annexes C

# Bilan de la saison touristique 2012

La saison 2012 a enregistré une performance globale satisfaisante par rapport à 2011. De plus, malgré les hauts et les bas de l'achalandage estival, nous constatons que les performances de l'industrie touristique se maintiennent à travers les années. Également, nous croyons que la région touristique de Côte-Nord | Manicouagan a su conserver sa place dans les grands défis actuels, mais elle doit travailler de concert avec ses partenaires et ses membres pour consolider et promouvoir davantage son offre.

- Entre les mois de janvier et septembre 2012, le bureau administratif de Tourisme Côte-Nord | Manicouagan a reçu et traité 288 commandes de documentation touristique par téléphone ainsi que 981 via son site Web,
- Tourisme Côte-Nord | Manicouagan a envoyé 13 848 guides touristiques officiels chez les établissements qui en ont fait la demande, en plus des 33 000 qui ont été distribués aux visiteurs par le biais du RAM,
- Comme par les années passées, ce sont 20 000 guides touristiques qui ont été encartés dans les journaux Le Manic et Le Haute-Côte-Nord,
- Le Réseau d'accueil Manicouagan (RAM) a enregistré un achalandage total de 74 834 visiteurs, comparativement à 66 705 en 2011. Cela représente une hausse globale de l'achalandage de 12%,
- On estime à 26 940 visiteurs le nombre de ceux qui sont susceptibles d'avoir allongé de quelques heures à une journée ou plus leur séjour dans la région après avoir utilisé les services du Réseau d'accueil Manicouagan. On estime que la rétention de ces visiteurs représente plus de 2M\$ en dépenses touristiques supplémentaires dans la région,
- Entre le 1er mai et le 30 septembre 2012, le site Web de Tourisme Côte-Nord | Manicouagan a enregistré un achalandage de 44 100 visites et de 255 530 pages vues, ce qui constitue une augmentation respective de 8.5% et de 52 % par rapport à la même période en 2011,
- 79% des visites sur le site Web de Tourisme Côte-Nord | Manicouagan étaient de nouvelles visites,
- Les Québécois et les Français sont demeurés les deux principales clientèles de la région. Les Québécois représentent 61% de l'achalandage, alors que la clientèle hors Québec représente 39%. À eux seuls, les Français comptent pour 16%. Un résultat similaire à 2011,
- Le Guide touristique officiel Côte-Nord | Manicouagan et le bouche-à-oreille de la part des parents et amis ont été les principales sources d'information des visiteurs en prévision de leur voyage dans la région,
- L'achalandage dans le secteur de l'hébergement commercial est demeuré stable, mais a enregistré une hausse des prix par unité,
- Dans l'ensemble, les différents traversiers qui relient la région au reste du Québec ont connu une hausse d'achalandage de l'ordre de 4%,
- Le secteur des pourvoies et des ZEC a connu un achalandage stable par rapport à 2011,
- L'achalandage dans les attraits touristiques est demeuré relativement stable par rapport à 2011. Toutefois, le temps chaud et ensoleillé a joué en défaveur de certains attraits intérieurs, dont des attraits majeurs de la région.

<sup>1</sup> Informations tirées des données statistiques recueillies au sein du Réseau d'accueil Manicouagan (RAM), entre le 1er mai et le 30 septembre 2012.

<sup>2</sup> Données tirées de notre échantillon de répondants récoltées grâce à notre sondage en ligne.

Annexes D

# Bilan du Québec maritime

## COMMERCIALISATION TOURISTIQUE HORS QUÉBEC

### Le Québec maritime

#### ACTIONS RÉALISÉES 2012-2013

Les actions effectuées au cours de l'année sont en conformité avec le Plan d'action adopté en début d'année, qui fait suite aux orientations définies dans le *Plan stratégique de marketing 2012-2015* du Québec maritime. Il repose sur la vision et les quatre orientations suivantes :

*Le Québec maritime positionne avantageusement auprès des clientèles hors Québec les régions du Bas-Saint-Laurent, de la Gaspésie, de la Côte-Nord – Manicouagan et Duplessis et des Îles de la Madeleine comme une destination unique et authentique offrant à ses visiteurs des expériences de calibre international sur quatre saisons. Le fleuve Saint-Laurent et son golfe constituent l'épine dorsale du positionnement touristique du Québec maritime.*

- *Développement et structuration de produits touristiques autour de la thématique maritime et du fleuve Saint-Laurent*
- *Intensification des actions sur le marché américain*
- *Poursuite du virage marketing web – innovation et retour sur l'investissement, segmentation*
- *Efficacité stratégique et opérationnelle du Québec maritime*

Le positionnement général du Québec maritime se traduit par l'énoncé suivant :

*Une région côtière exceptionnelle dotée d'un fleuve majestueux devenant un océan ainsi que d'une culture maritime vivante au fil des saisons et d'un patrimoine distinct et authentique.*

---

Ces éléments se retrouvent en trame de fond et teintent les actions de commercialisation du Québec maritime. Cependant, chacun des produits d'appel a son propre positionnement qui reflète l'expérience recherchée par le client :

- Grands produits touristiques : Grands circuits maritimes / fleuve Saint-Laurent
  - Tour de la Gaspésie
  - Route des Baleines
  
- Destination Îles de la Madeleine
  
- Hiver :
  - Motoneige
  - Observation des blanchons
  - Séjours et activités hivernales

### ACTIONS DE COMMERCIALISATION

Les actions de commercialisation suivantes ont été effectuées selon les clientèles, les produits et les marchés identifiés.

#### RÉSEAU DE DISTRIBUTION - VOYAGISTES

- Bourses touristiques : Rendez-vous Canada, Bienvenue Québec – à cette occasion, une commandite spéciale cocktail a été organisée avec les entreprises partenaires, mission commerciale Europe (France, Belgique, UK, Italie), Top Résa (Paris), BIT Milan (Bourse touristique internationale), Monde à Paris (MAP) et Discover Québec Vancouver et Toronto.
- Partenariats avec des voyagistes : placements publicitaires dans des brochures de voyagistes, envois à des clients ciblés et collaboration soutenue à l'élaboration d'itinéraires et la recherche de nouveaux produits dans nos régions.
- Suivis des bourses et missions auprès des voyagistes : les listes de contacts sont expédiées aux partenaires et entreprises associées pour assurer les suivis.

#### RÉSEAU - JOURNALISTES

- Bourses touristiques : aux États-Unis – Canada Media Marketplace; au Canada – Travel Media Association of Canada (TMAC), Go Media Canada (multi marchés), Sommet mondial de l'aventure Adventure Travel Trade Association (ATTA) (multi marchés) et rencontres de presse à Toronto et New York.

Ces rendez-vous nous permettent de rencontrer des journalistes intéressés par nos destinations et les inviter à nous rendre visite.

---

## ACTIONS SPÉCIALES

Sommet mondial de l'aventure : Participation, en collaboration avec Tourisme Québec, la Sépaq et plusieurs autres partenaires, au Sommet mondial de l'aventure qui s'est tenu en Suisse en octobre 2012. Des entreprises de la région de Manicouagan étaient aussi partenaires de cet important événement rejoignant des grossistes, journalistes et intervenants du monde de l'aventure.

## TOURNÉES DE VOYAGISTES ET DE JOURNALISTES

Une tournée de grossistes réceptifs a été effectuée sur la Côte-Nord – Manicouagan et au Bas-Saint-Laurent en juin 2012. Les grossistes sont très satisfaits de cette tournée qui leur a permis de mieux connaître les entreprises et les produits de ces régions, incluant les nouveautés.

De plus, **14 tournées représentant plus de 66 voyageurs** ont été réalisées en 2012-2013 en provenance de différents marchés, notamment : Canada, États-Unis, France, Belgique, Suisse, Luxembourg, Allemagne, Royaume-Uni, Italie, Espagne.

**22 tournées ont été réalisées en 2012-2013, représentant plus de 135 voyageurs et agences de voyages** en provenance de différents marchés notamment : France, États-Unis, Royaume-Uni, Pays-Bas, Suisse, Italie, Belgique, Allemagne, Luxembourg, Espagne, Portugal, Canada.

En 2012-2013, nous avons accueilli **52 tournées médias**, individuelles ou de groupe. Cela représente **100 journalistes, animateurs, photographes et techniciens** des médias imprimés et électroniques (radio, Internet et télévision).

Notons la venue de plusieurs journalistes canadiens, français, belges et américains, ainsi qu'un grand intérêt pour le patrimoine maritime, les phares, l'observation de la faune (dont l'observation des baleines), les grands espaces, les saveurs locales, les activités hivernales, les « personnages », les parcs nationaux, les activités de plein air (randonnée pédestre), les artistes et artisans, l'expérience à bord des traversiers, les activités nautiques (kayak et excursions en bateau), les différents types d'hébergement (dont les hébergements inusités) et les îles du Saint-Laurent.

De nombreux reportages sur nos régions ont été publiés à la suite de ces tournées. Une revue de presse complète est disponible.

---

## PRODUITS

### GRANDS CIRCUITS MARITIMES / FLEUVE SAINT-LAURENT

Campagne de promotion 2012 visant les consommateurs canadiens et américains : Production d'une brochure (350 000 exemplaires) distribuée dans des magazines et des quotidiens en Ontario et dans les provinces maritimes, dans des salons et en réponse aux demandes d'information. Salons promotionnels : Ottawa Travel & Vacation Show et Saltscapes Expo (Halifax).

Des placements médias imprimés, des bannières Web, des bulletins électroniques et plusieurs actions Web ont été réalisés. Des placements médias ont été effectués avec les ATR de la Côte-Nord dans les magazines *Adventura*, *Downhome* (Terre-Neuve), *Explore* et *Times & Transcript Newspaper* (Nouveau-Brunswick).

La campagne visant les mototouristes a été renouvelée : salon promotionnel (Moncton), organisation d'un concours et distribution de cartons promotionnels dans le magazine spécialisé *Motorcycle Mojo* et placement de bannières.

Nous avons aussi collaboré aux actions de promotion de la route de Phares, en collaboration avec la Corporation des gestionnaires de phares de l'estuaire et du golfe du Saint-Laurent.

Campagne visant les consommateurs francophones européens :

La 2<sup>e</sup> édition du magazine *Le Québec maritime : grands espaces, grandes émotions*, destiné au marché de l'Europe francophone, notamment la France, la Belgique et la Suisse, a été distribuée à plusieurs contacts, événements et salons promotionnels, notamment les salons de Bruxelles et de Paris où nous étions représentés.

Plusieurs placements imprimés dans des magazines européens ont été réalisés, positionnant l'ensemble de la destination, et des investissements spécifiques ont été effectués en collaboration avec les ATR Manicouagan et Duplessis dans le magazine *Terre sauvage*.

### MOTONEIGE

Nous avons réalisé du matériel promotionnel : pochette cartonnée regroupant les cartes régionales des sentiers et feuillet annonçant un concours en lien avec la section Web optimisée.

Plusieurs placements médias dans des magazines spécialisés, dont *On Snow*, *Snow Goer Canada* et des journaux de clubs américains (*The VAST News* et *On the trails with SAM*) ainsi qu'une campagne Web (achat de mots-clés, bannières et infolettres) ont été effectués. Cinq salons consommateurs aux États-Unis et un au Canada ont été réalisés.

---

Nous avons aussi participé à deux campagnes provinciales avec les autres régions du Québec/Tourisme Québec et *Québec Musts*.

#### SÉJOURS ET ACTIVITÉS HIVERNALES

Des promotions ont été réalisées sur le Web, dans des guides et des magazines en Europe francophone et dans le cadre d'une campagne provinciale *Québec Musts*.

#### ACTIONS MULTI-PRODUITS

##### SITE WEB

Depuis 2010, nous avons amélioré toutes les sections, développé de nouvelles applications et mis en place un nouveau programme de visibilité pour les ATR, les partenaires majeurs et les entreprises afin de mieux répondre aux besoins de plus en plus exigeants des internautes.

#### ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT

##### COMMUNICATIONS ET CONCERTATION

- Rencontres avec le conseil d'administration, les directeurs généraux des ATR et les intervenants et présence à des comités et colloques régionaux.
- Envoi des listes de contacts (suivi des bourses touristiques) et de documents aux entreprises associées et partenaires.
- Rencontres avec des entreprises et partenaires, selon les demandes.
- Représentation à plusieurs comités provinciaux.
- Production du bulletin électronique *L'Écho de l'industrie*.

##### RECHERCHE – VIGIE-TOURISTIQUE

Afin de mieux connaître nos clientèles et nos résultats sur les différents marchés visés et ainsi améliorer les retombées de nos actions promotionnelles, nous réalisons différentes actions soit une enquête post-séjour auprès des visiteurs hors Québec (2005 et 2010); une enquête auprès des entreprises d'hébergement pour connaître l'évolution annuelle des clientèles dans leurs établissements (2006 à 2011); une enquête spécifique auprès des entreprises d'hébergement pour la motoneige et les statistiques de fréquentation de notre site Web.

#### FINANCEMENT & ORGANISATION

L'entente avec Développement économique Canada a été renouvelée en 2012 et se poursuivra jusqu'en mars 2015. L'investissement total est de 3,9 M \$ pour 3 ans.

Les dépenses totales pour l'année 2012-2013 s'élèvent à près de 2 M \$ et la participation des différents partenaires régionaux est de plus de 700 000 \$. Les partenaires financiers sont Développement économique Canada, *partenaire principal*, Parcs Canada, la SÉPAQ, Tourisme Québec, les associations touristiques régionales et près de 200 entreprises associées.

---

Le Conseil d'administration est composé de représentants des ATR membres du Québec maritime soit le Bas-Saint-Laurent, la Gaspésie, Manicouagan, Duplessis et les Îles de la Madeleine. Une équipe de 10 personnes travaille à la réalisation des activités.

Un document complet avec tous les détails et les fiches descriptives des activités réalisées est disponible.

Le Québec maritime  
Avril 2013

## Contribution financière FDTM 2008-2012

Projets	Coût du projet	Aide accordée par les partenaires
<b>Ferme 5 étoiles</b> (Équipements spécialisés pour randonnées guidées)	51 888 \$	25 464 \$
<b>Le Centre national des naufrages du Saint-Laurent</b> (Nouvelle exposition, aménagement sentiers, navette électrique)	200 740 \$	16 295 \$
<b>Expédition Pirsuq</b> (Bateau/ motomarine / caméra sous-marine)	95 000 \$	18 590 \$
<b>Le Mériscope</b> (Bateau et terrains)	56 697 \$	31 758 \$
<b>Ranch Le Soleil Le Vent</b> (Sentiers, équipement et manège)	270 604 \$	19 114 \$
<b>Municipalité de Sacré-Cœur</b> (Aménagement d'un sentier et d'un belvédère sur le fjord du Saguenay)	40 000 \$	14 500 \$
<b>Le refuge du prospecteur inc.</b> (Lieu d'accueil, aménagement de sentiers et achat d'un bateau pour l'observation des impactites dans le cratère de Manicouagan)	399 520 \$	85 000 \$
<b>Groupe de recherche et d'éducation sur les mammifères marins</b> (Implantation d'un jardin de la biodiversité représentant la Côte-Nord)	642 657 \$	30 000 \$
<b>Société d'histoire de Forestville</b> (Nouvelle exposition sur le génie des bâtisseurs de la Côte-Nord)	125 150 \$	15 000 \$
<b>Corporation de développement de Pointe-Label</b> (Aménagement d'un sentier multifonctionnel pour créer une boucle cyclable)	91 056 \$	25 000 \$
<b>Jardins des glaciers</b> (Recherche et mise en valeur de l'usine Béco d'exploitation du coquillage et aménagements – Phase 1)	39 354 \$	20 000 \$
<b>CERF</b> (Aménagement d'un site d'observation des baleines et d'activités nautiques à Franquelin)	157 007 \$	43 000 \$
<b>Mer et Monde Écotours</b> (Acquisition d'un terrain, construction d'un bâtiment d'accueil et services « prêt-à-camper », ajout de plateformes de camping)	497 000 \$	35 000 \$
<b>Corporation église Sainte-Amélie</b> (Interprétation, multimédia / mise en valeur des fresques, des vitraux et ornements religieux)	85 000 \$	49 000 \$
<b>Jardin des glaciers</b> (Mise en valeur du patrimoine innu)	66 599 \$	37 088 \$
<b>Passerelle VHR sur la rivière Bersimis</b> (construction d'une passerelle pour les véhicules hors route (motoneige et quad)	1 500 000 \$	30 000 \$
<b>Festival de la chanson de Tadoussac</b> (Acquisition d'un bâtiment d'accueil)	170 000 \$	60 000 \$
<b>Sentier à Tadoussac</b> (Aménagement du sentier de l'Aqueduc)	98 000 \$	9 000 \$
<b>Exposition Phare de Pointe-des-Monts</b> (renouveau de l'exposition et interprétation)	297 150 \$	15 000 \$
<b>Jardins des glaciers</b> (Usine Béco – phase 2 recherche, inventaire archéologique et équipements)	72 066 \$	49 026 \$
<b>Ferme 5 étoiles</b> (Centre de détente spa – particularité : axée sur la nature et les animaux où la faune et la flore québécoise sont mises en valeur)	300 000 \$	35 000 \$
<b>Sentier Mériscope</b> (sentier éducatif mettant en valeur le patrimoine historique et naturel (mer et terre)	78 850 \$	8 000 \$
<b>Marina de Tadoussac</b> (Amélioration des services d'accueil – phase 1)	20 870 \$	10 000 \$
<b>Herbamiel</b> (équipements pour visite guidée, interprétation et aire d'accueil)	25 000 \$	5 165 \$
<b>TOTAL</b>	<b>5 358 208 \$</b>	<b>686 000 \$</b>



## Nos coordonnées

**BABIN Frédéric**

Directeur marketing &amp; communications

fbabin@cotenord-manicouagan.com  
418 294-2876 poste 228**BABIN Sarah-Jane**Responsable services d'accueil  
& renseignements touristiquessjbabin@cotenord-manicouagan.com  
418 294-2876 poste 221**DORVAL Diane**

Contrôleur financier

ddorval@cotenord-manicouagan.com  
418 294-2876 poste 223**FOUGÈRES Grétha**

Directrice générale

gfougeres@cotenord-manicouagan.com  
418 294-2876 poste 226**LECHASSEUR Madelyne**

Responsable promotion &amp; communications

mlechasseur@cotenord-manicouagan.com  
418 294-2876 poste 233**OTIS Karine**Coordonnatrice développement  
& structurationkotis@cotenord-manicouagan.com  
418 294-2876 poste 225**PARÉ Sylvie**

Secrétaire administrative

spare@cotenord-manicouagan.com  
418 294-2876**PRÉVÉREULT Dave**

Responsable services touristique

dprevereault@cotenord-manicouagan.com  
418 294-2876 poste 229**THÉRIAULT Dominique**

Responsable conception &amp; création

dtheriault@cotenord-manicouagan.com  
418 294-2876 poste 227**SIÈGE SOCIAL**337, boul. LaSalle, bureau 304  
Baie-Comeau ( Québec )  
G4Z 2Z1Téléphone : 418 294-2876  
Sans frais : 1 888 463-5319

Télécopieur : 418 294-2345

Courriel : info@cotenord-manicouagan.com  
Site Web : www.cotenord-manicouagan.com  
Blogue : passiontourisme.ca**Bureau de Tadoussac**162, rue des Jésuites  
Tadoussac (Québec)  
G0T 2A0



© Marc Loselle

# Carnet de notes







TOURISME  
**CÔTE-NORD**  
MANICOUAGAN