



TOURISME
CÔTE-NORD
MANICOUAGAN

ASSOCIATION TOURISTIQUE MANICOUAGAN

RAPPORT ANNUEL

2013

ET AU PREMIER TRIMESTRE 2014



TOURISME
CÔTE-NORD
MANICOUAGAN

Préparé et rédigé par :

L'équipe de Tourisme Côte-Nord | Manicouagan

Sous la direction de :

Mme Grétha Fougères

Directrice générale de Tourisme Côte-Nord | Manicouagan

Mai 2014



MADAME
PARYSE DESCHÊNES

Consolidation, positionnement et vision à long terme. Voilà ce qui a motivé les actions réalisées tout au long de 2013, jusqu'au 31 mars 2014. Des alliances stratégiques et politiques se sont mises en place et la Côte-Nord a définitivement pris la place qui lui revient et ce, à tous les niveaux.

Pour cette première année à la présidence de l'Association touristique régionale Manicouagan, j'ai pu constater toute la passion et l'énergie déployées par les acteurs de l'industrie touristique, que ce soit le conseil d'administration, les propriétaires d'entreprises, les acteurs socioéconomiques, les élus, etc. Tous souhaitent partager leur amour pour notre belle région Côte-Nord et la rendre attrayante pour les touristes.

Cette passion commune pour la Côte-Nord a engendré l'entérinement du Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord, avec nos voisins de Duplessis. Cette mise en commun de nos ressources, de nos énergies et de nos projets est d'une importance capitale et implique que tous mettent l'épaule à la roue et relèvent les nombreux défis qui se présenteront. Un moment historique a eu lieu en novembre 2013, lors de la première rencontre des deux conseils d'administration de Manicouagan et Duplessis. Et d'autres suivront.

Afin de voir un jour se concrétiser notre rêve commun de faire de la Côte-Nord une destination touristique reconnue et prisée par les touristes d'ici et d'ailleurs, nous devons nous serrer les coudes. Je terminerai donc sur ce proverbe présenté par Stephan Maighan lors des Grands Prix du tourisme régionaux qui dit : *Tout seul, on va plus vite, mais ensemble, on va plus loin*. À l'heure des grands changements, ces paroles prennent tout leur sens.

Paryse Deschênes
Présidente de Tourisme
Côte-Nord | Manicouagan



MADAME
GRÉTHA FOUGÈRES

L'année 2013 et le début de 2014 marquent assurément un tournant dans l'histoire de l'Association touristique régionale (ATR) Manicouagan, puisqu'il s'agit d'une année de positionnement d'alliance stratégique et historique. Durant toute l'année, l'ATR a placé ses pions de façon organisée pour le bénéfice de la région et des membres de notre association.

Le fait marquant de 2013 est sans aucun doute l'entérinement du Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord, en mai dernier. Il a scellé officiellement l'alliance avec la région touristique de Duplessis. Cette entente entre nos deux associations touristiques est le prélude d'une nouvelle ère où tous parleront d'une seule et même voix afin de propulser efficacement la région Côte-Nord et la faire briller de ses mille feux.

Dès la concrétisation de cette alliance, les équipes de Manicouagan et Duplessis ont travaillé main dans la main afin de positionner la région efficacement sur l'échiquier touristique. Déjà, des résultats sont palpables, que l'on pense à la mise en place de la nouvelle image de marque Côte-Nord ou au Guide touristique officiel, réalisé en commun. Ce n'est qu'un début puisque d'autres projets sont en cours de réalisation et d'autres encore en sont à l'étape embryonnaire.

En 2013, grâce à l'Entente de partenariat régional en tourisme, votre ATR a favorisé l'éclosion de nouvelles entreprises touristiques ou encore, l'expansion de celles déjà existantes. Tous ces projets concrets ont des retombées économiques importantes et nous permettent d'être plus compétitifs.

Nous sommes fiers des réalisations effectuées en 2013 et 2014 et du travail accompli. Tous ensemble, avec notre passion commune pour la région, nous ferons de la Côte-Nord une destination touristique reconnue par les touristes du Québec et du monde.

Grétha Fougères
Directrice générale de
Tourisme Côte-Nord | Manicouagan

TABLE DES MATIÈRES

Mot de la Présidente	I
Mot de la Directrice générale	III
Postes au sein du conseil d'administration	9
Ordre du jour de l'AGA (28 mai 2014).....	13
Procès-verbal de l'AGA (3 avril 2013).....	15
Structure organisationnelle de l'ATR Manicouagan	21
Rapport d'activités 2013 et 1 ^{er} trimestre 2014	25
Faits saillants Direction générale.....	27
Faits saillants Développement & structuration	30
Faits saillants Marketing & communications	32
Faits saillants Administration & finances	36
Conseil d'administration	37
Plan d'action 2014/2015.....	39
Annexes.....	45
Organigramme	47
Comités-conseils	48
et comités de travail	
Entente de partenariat régional en tourisme	49
Manicouagan 2012 - 2015	
Bilan intérimaire au 31 mars 2014	
Faits saillants de la saison touristique 2013	50
Nos coordonnées	51
Partenaires.....	55

POSTES AU SEIN
DU CONSEIL
D'ADMINISTRATION

CATÉGORIE	SIÈGE	MRC	NOM	MANDAT	EN ÉLECTION AGA 2014	ÉLECTION
MONDE MUNICIPAL	1	Haute-Côte-Nord	MICHELINE ANCTIL MRC Haute-Côte-Nord	AGA 2013/2015		Représentante nommée CA du 22 décembre 2013
	2	Manicouagan	MICHEL LÉVESQUE MRC Manicouagan	AGA 2012/2014	SORTANT	Représentant nommé AGA du 4 avril 2012
	3	Conseil tribal Mamuitun	JEANNINE VILLENEUVE Conseil des Montagnais Essipit	AGA 2012/2014	SORTANTE	Représentante nommée AGA 4 avril 2012
ÉTABLISSEMENT / ORGANISME PRIVÉ OU PUBLIC SANS BUT LUCRATIF (OSBL)	4	Haute-Côte-Nord	ANNE SCALLON CLD Haute-Côte-Nord	AGA 2013/2015		AGA 3 avril 2013
	5	Haute-Côte-Nord	YVES LAURENCELLE Corporation de développement économique et touristique de Longue-Rive	AGA 2012/2014	SORTANT	AGA 3 avril 2013
	6	Manicouagan	REINA SAVOIE JOURDAIN Corporation église Ste-Amélie	AGA 2012/2014	SORTANTE	CA 3 février 2014
	7	Manicouagan	JOSÉE GIRARD Espace K Théâtre	AGA 2013/2015		CA 7 mai 2013
ÉTABLISSEMENT TOURISTIQUE À BUT LUCRATIF (OBL)	8	Haute-Côte-Nord	CHRISTINE HERSBERGER Mer et Monde Écotours	AGA 2013/2015		CA 2 décembre 2013
	9	Haute-Côte-Nord	YANICK MORIN Ferme 5 étoiles	AGA 2013/2015		CA 7 mai 2013
	10	Haute-Côte-Nord	ROSE-MARIE GALLANT Atelier Éco-Art / Marchande de sable	AGA 2012/2014	SORTANTE	AGA 4 avril 2012
	11	Haute-Côte-Nord	PARYSE DESCHÊNES La Galouïne Auberge et Restaurant	AGA 2012/2014	SORTANTE	CA 24 mai 2012
	12	Manicouagan	MARTINE SALOMON Camp St-Paul plein air et aventure	AGA 2013/2015		AGA 3 avril 2013
	13	Manicouagan		AGA 2012/2014	VACANT	CA 7 avril 2014
	14	Manicouagan	JULIE DUBÉ Hydro-Québec	AGA 2013/2015		AGA 3 avril 2013
	15	Manicouagan	JEAN-CLAUDE TREMBLAY Dépanneur Nord-Est	AGA 2012/2014	SORTANT	AGA 4 avril 2012

ORDRE

DU JOUR

Assemblée générale annuelle 2014

Mercredi, le 28 mai 2014
au Centre Communautaire Montagnais
27, rue de la Réserve à Essipit

Inscription : 13 h
Début de la rencontre : 13 h 30

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 28 mai 2014;
5. Adoption du procès-verbal de l'AGA du 3 avril 2013;
6. Rapport annuel 2013 et 1^{er} trimestre 2014 :
 - 6.1 Rapport de la présidente
 - 6.2 Rapport de la directrice générale
 - 6.3 États financiers vérifiés au 31 décembre 2013
 - 6.4 États financiers vérifiés au 31 mars 2014
7. Nomination du vérificateur;
8. Plan d'action 2014/2015;
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.



PROCÈS VERBAL

Assemblée générale annuelle 2013

Tenue le 3 avril 2013 au Jardin des glaciers de Baie-Comeau

MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION :

Étaient présents : MM. DESCHÊNES Claude, président
LÉVESQUE Michel, administrateur
MIMEAULT Cédric, administrateur
TREMBLAY Jean-Claude, secrétaire-trésorier
TREMBLAY Hugues, administrateur

Mmes DESCHÊNES Paryse, administratrice
DUBÉ Julie, administratrice
GALLANT Rose-Marie, administratrice
GUÉRIN Marie-Josée, administratrice
SCALLON Anne, administratrice

Était absente : Mme VILLENEUVE Jeannine, administratrice

MEMBRES PRÉSENTS :

MM. BRASSARD Claude, Municipalité de Tadoussac
CHAMBERLAND Bernard, Entreprises Essipit (Croisières)
LAURENCELLE Yves, Corp .Dév. éco. Tourist. de Longue-Rive
MOREAU Nicolas, Entreprises Essipit (Pourvoiries)
MORIN Yanick, Ferme 5 Étoiles
PELCHAT Martin, Complexe hôtelier Pelchat
PELCHAT Serge, Pourvoirie Chez Pelchat
PERRON Donald, Municipalité de Longue-Rive
PRÉVÉREULT Carl, Ville de Baie-Comeau
THOMAS Martin, Québecor Média/TVA
VERREULT David, Relais des naufragés
ZBINDEN Dany, Mériscope

Mmes CARON Nicole, Voyages CoSte
HERSBERGER Christine, Mer et Monde Écotours
LANOIX Louise, Baie du Soleil Couchant
LEMIEUX Carole, ID Manicouagan
RICHARD Viviane, SADC Manicouagan
SALOMON Martine, Camp St-Paul plein air et aventure

OBSERVATEURS PRÉSENTS :

MM. BEAULIEU Daniel, Le Refuge du prospecteur inc.
BENDER Sébastien, Chalets Domaine des Dunes
DESBIENS Pascal, ARCMCN
DUBÉ Jacques, Jacques Dubé, CA
DUPUIS Mathieu, Mer et Monde Écotours
FABE PICHETTE Yves, Baie du Soleil Couchant
GRENIER Simon, Municipalité de Tadoussac
NOËL Patrick, Municipalité de Tadoussac

Mmes DUMAS Renée, Ville de Baie-Comeau
MICHAUD France, Argile Eau Mer
PELCHAT Caroline, Complexe Hôtelier Pelchat
PLANTE Caroline, Croisières Groupe Dufour

EMPLOYÉS :

MM. BABIN Frédéric, Directeur marketing et communication
PRÉVÉREULT Dave, Responsable services touristiques

Mmes BABIN Sarah-Jane, Responsable services d'accueil et renseignements touristiques
EUSTACHE-ROOLS Kelly, Stagiaire
FOUGÈRES Grétha, Directrice générale
LECHASSEUR Madelyne, Responsable promotion et communication
OTIS Karine, Coordinatrice développement et structuration
PARÉ Sylvie, Secrétaire administrative
THÉRIAULT Dominique, Responsable conception et création

1. MOT DE BIENVENUE ET OUVERTURE DE L'ASSEMBLÉE

Le président, M. Claude Deschênes, remercie chaleureusement l'assistance pour leur présence, il les invite à s'exprimer et à poser des questions si besoin. Il mentionne que beaucoup de dossiers ont été réalisés au cours de la dernière année. M. Deschênes 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

AGA130403-196 SUR PROPOSITION de Mme Nicole Caron, Voyages CoSte, DUMENT APPUYÉE de M. Donald Perron, Municipalité de Longue-Rive, IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU de nommer M. Claude Deschênes comme président d'assemblée et Mme Madelyne Lechasseur comme secrétaire d'assemblée.

4. LECTURE ET ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR DU 3 AVRIL 2013

AGA130403-197 SUR PROPOSITION de Mme Rose-Marie Gallant, Atelier ÉCO-ART/Marchande de sable, DUMENT APPUYÉE de Mme Marie-Josée Guérin, Auberge La Sainte-Paix, IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU d'adopter l'ordre du jour tel que proposé.

5. ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DE L'AGA DU 4 AVRIL 2012

AGA130403-198 SUR PROPOSITION de M. Donald Perron, Municipalité de Longue-Rive DUMENT APPUYÉE de M. Pascal Desbiens, ARCMCN, IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU d'adopter le procès-verbal du 4 avril 2012, 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. M. Claude Deschênes nous entretient sur l'évolution du tourisme dans la région, l'importance d'avoir des membres actifs et un conseil d'administration à l'écoute de ses membres.

6.2 RAPPORT DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE

Mme Grétha Fougères, directrice générale, remercie les employés ainsi que le conseil d'administration pour leur implication. Elle fait la lecture de son rapport d'activités en le commentant. Quelques items ont été expliqués plus spécifiquement par les responsables des secteurs marketing et communication, structuration et développement. Mme Fougères invite les membres à lui faire part de leurs commentaires sur son rapport. Mme Fougères remercie son équipe pour son appui. Cela a contribué à la mise en place des stations nautiques, de la taxe sur l'hébergement et du projet d'alliance des deux ATR, entre autres. Elle remercie la présidente de l'ATR de Duplessis de sa présence. Mme Fougères nous parle des alliances, des défis à venir entre autres avec le secteur industriel, le parc marin, le fjord, et notre implication dans plusieurs comités.

6.3 ÉTATS FINANCIERS VÉRIFIÉS AU 31 DÉCEMBRE 2012

Le président invite M. Jacques Dubé, de la firme « Jacques Dubé, CA » à venir présenter les états financiers. M. Dubé nous avise qu'il a pris connaissance et vérifié le rapport financier selon les principes comptables requis pour ce genre d'exercice. Il présente donc ledit rapport financier et des membres l'interrogent sur certains éléments pour plus d'information.

AGA130403-199 SUR PROPOSITION de M. Pascal Desbiens, ARCMCN, DUMENT APPUYÉE de Mme Martine Salomon, Camp St-Paul Gîte plein air, IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU d'adopter les états financiers au 31 décembre 2012, tel que déposés.

6.4 PLAN STRATÉGIQUE / ACTION 2013

Mme Grétha Fougères, directrice générale, présente le plan d'action 2013. Elle souligne l'importance de toutes les actions en lien avec celles de Tourisme Québec. Elle nous confirme que la modulation de la taxe sur l'hébergement sera mise en application dès le 1^{er} mai 2013. De plus, les démarches conjointes pour le plan de développement touristique Côte-Nord se poursuivent. Elle confirme le renouvellement de l'entente du Fonds de développement touristique Manicouagan pour le soutien aux entreprises régionales. Mme Karine Otis secondera la directrice générale dans ce dossier. Mme Fougères informe les membres que le forum Côte-Nord se tiendra du 22 au 24 mai 2013 à Sept-Îles.

AGA130403-200 SUR PROPOSITION de Martine Salomon, Camp St-Paul Gîte plein air, DUMENT APPUYÉE de M. David Verreault, Restaurant Relais des naufragés, IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU d'adopter le plan stratégique / action 2013, tel que proposé.

7. NOMINATION DU VÉRIFICATEUR

AGA130403-201 SUR PROPOSITION de M. Bernard Chamberland, Entreprises Essipit (Croisières), DUMENT APPUYÉE de M. Yves Laurencelle, Corporation de développement économique et touristique de Longue-Rive, IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU de mandater M. Jacques Dubé, CA comme vérificateur pour la prochaine année financière.

8. ÉLECTION DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

8.1 NOMINATION D'UN PRÉSIDENT, SECRÉTAIRE ET SCRUTATEURS POUR LES ÉLECTIONS

AGA130403-202 IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU de nommer M. Claude Deschênes à titre de président et Mme Grétha Fougères comme secrétaire et que les employés de l'ATRM soient scrutateurs pour les élections.

8.2 PRÉSENTATION DES SIÈGES EN ÉLECTION

Mme Grétha Fougères explique qu'elle a reçu des candidatures en bonne et due forme et elle nous présente les membres réélus :

8.3 ÉLECTION DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION PAR L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

POSTE MONDE MUNICIPAL :

Siège n° 1 MRC Haute Côte-Nord, M. Hugues Tremblay, réélu;

POSTE OSBL- HAUTE-CÔTE-NORD :

Siège n° 4 Mme Anne Scallon, CLD Haute-Côte-Nord, réélue;
Siège n° 5 M. Yves Laurencelle, Corporation de développement économique et touristique de Longue-Rive, élu;

POSTE OSBL- MANICOUAGAN :

Siège no. 7 Mme Julie Dubé, Hydro-Québec, réélue;

POSTE OBL- MANICOUAGAN :

Siège no. 12 Mme Martine Salomon, Camp St-Paul Gîte plein air, élue;

POSTE OBL HAUTE-CÔTE-NORD ET MANICOUAGAN (RENTANT)

Trois candidatures : Mmes Marie-Josée Guérin, Christine Hersberger et M. Yanick Morin ont déposé leur candidature pour les sièges HCN et comme il manque un candidat pour le siège no. 14 (Manicouagan), le conseil propose de combler ce poste par une des candidatures reçues de la HCN.

Les membres en discutent et conviennent de combler le siège no. 14 (Manicouagan) par une candidature reçue de la HCN, et ce, pour une durée de un (1) an. Le siège Manicouagan sera tiré au sort lors du prochain conseil. Il est donc convenu d'entériner les trois candidats aux sièges no. 8, 9, et 14, soit : mesdames Marie-Josée Guérin, Christine Hersberger et monsieur Yanick Morin.

AGA130403-203 IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU de nommer les membres ci-dessus comme administrateurs et administratrices de l'ATR Manicouagan.

AGA130403-204 IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU de fermer le point.

8.4 PRÉSENTATION DES MEMBRES COMPOSANT LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

M. Claude Deschênes présente les membres qui formeront le conseil d'administration pour l'année 2013/2014 et les remercie pour leur implication au sein du conseil d'administration de l'ATR Manicouagan.

8.5 ÉLECTION DES OFFICIERS

Les membres du conseil se retirent afin d'élire les officiers.

8.6 PRÉSENTATION DES OFFICIERS

AGA130403-205 IL EST UNANIMEMENT RÉSOLU de nommer comme officier:

Mme Paryse Deschênes – présidente

M. Cédric Mimeault – vice-président

M. Jean-Claude Tremblay – secrétaire trésorier

La directrice générale de l'ATR, Mme Grétha Fougères, présente les nouveaux officiers et elle remercie particulièrement M. Claude Deschênes pour son implication au sein du conseil d'administration pendant de nombreuses années.

9. RECOMMANDATIONS DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

Aucune recommandation n'est donnée par l'assemblée générale.

10. MOT DE LA PRÉSIDENTE

Mme Paryse Deschênes remercie l'assistance pour leur présence ainsi que les membres du conseil d'administration pour leur implication.

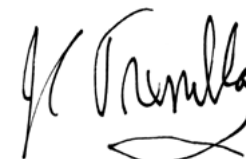
Elle remercie chaleureusement Mme Grétha Fougères pour son dévouement et son bon travail ainsi que tous les employés de l'ATR Manicouagan.

11. FERMETURE DE LA RENCONTRE

AGA130403-206 SUR PROPOSITION de M. Cédric Mimeault, Jardin des glaciers de Baie-Comeau, DUMENT APPUYÉE de Mme Anne Scallon, CLD Haute Côte-Nord, IL EST UNANIMEMENT résolu de fermer la rencontre, il est 16 H 25.



Paryse DESCHÊNES
Présidente



Jean-Claude TREMBLAY
Secrétaire-trésorier



STRUCTURE ORGANISATIONNELLE

Le ministère du Tourisme 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.

2010 (Nom de l'ATRM) à la recommandation des membres, nous utilisons le nom de positionnement **TOURISME CÔTE- NORD I MANICOUAGAN** pour toutes nos actions, sauf lorsqu'un dossier administratif est de rigueur. Le nom légal utilisé est Association touristique régionale Manicouagan.

2013 – Suite au positionnement nord-côtier, nous avons entrepris de nous positionner par le nom Côte-Nord pour toutes nos actions marketing. Le nom légal demeure Association touristique régionale Manicouagan.

NOS SERVICES

DÉVELOPPEMENT ET STRUCTURATION

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 gouvernementales 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.



Bureau d'information touristique © Marc Loisel

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 toute la région.

MARKETING / COMMUNICATIONS

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 I 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.



Principal outil marketing produit par l'ATR Manicouagan, le Guide touristique officiel

Service aux membres

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

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, année après année, attribuer de nouvelles tâches. Un lien important unit ce service aux membres de l'ATRM, notamment par la gestion du crédit marketing et du 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.



Outils et événements marketing produits par l'ATR Manicouagan

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. De plus, notons que la région touristique de Manicouagan compte un arrimage important avec les ressources humaines des lieux d'accueil, il nous permet à tous de bonifier nos actions.

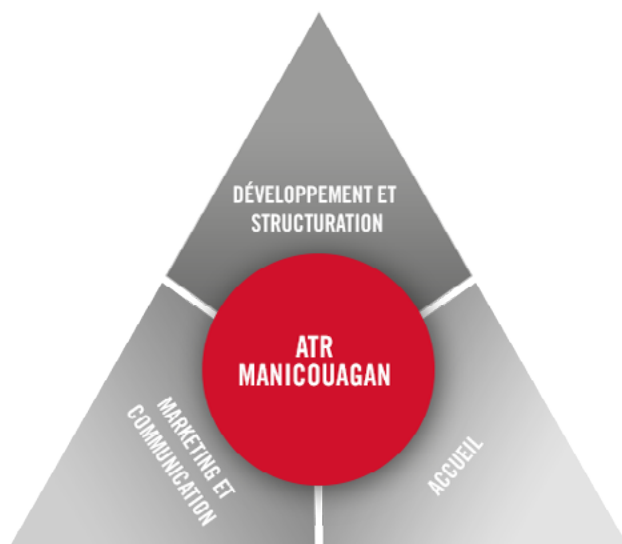
Merci de nous faire confiance !

RAPPORT
D'ACTIVITÉS 2013
ET 1^{ER} TRIMESTRE 2014

FAITS SAILLANTS 2013/2014 DIRECTION GÉNÉRALE

PLAN STRATÉGIQUE ATR MANICOUAGAN 2011-2015

La région touristique de Manicouagan est pleine de possibilités; belle et généreuse, il nous reste à la partager et la faire connaître tous ensemble!

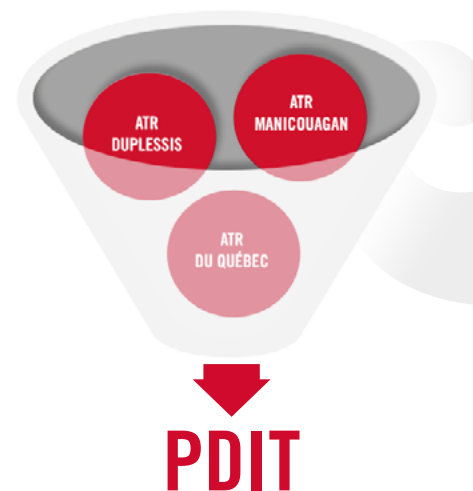


LES 7 ENJEUX PRIORISÉS DONT 41 CHANTIERS

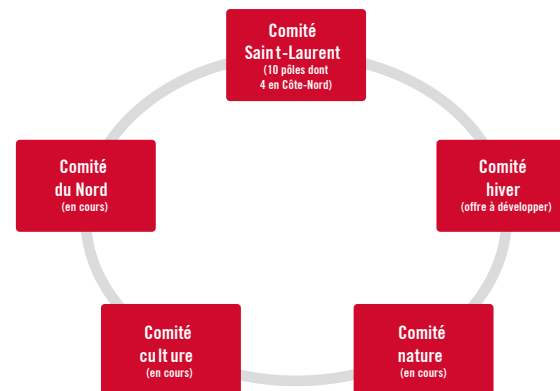
1. L'union « rassemblement » des forces régionales en tourisme;
2. La structuration;
3. Les partenariats et alliances;
4. Le marketing et les communications;
5. Le développement;
6. Le volet économique;
7. La gestion.

PLAN DE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC 2012 – 2020

Différentes actions ont été réalisées : sondages, collectes de données, rencontres avec des membres, rencontres et différents rapports avec les ATR et ATS et un rapport de l'industrie nommée « Rozon ».



Cinq (5) comités ont été créés afin de mettre en œuvre le PDIT. Ces comités composés des ATR et ATS travaillent à établir les stratégies de mise en valeur de ces chantiers ou axes. Les programmes et/ou financement, s'il y a lieu, seront développés par le ministère du Tourisme.



RÉFLEXION NORD-CÔTIÈRE

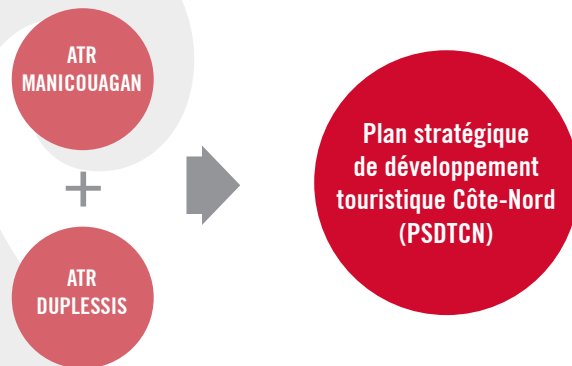
Réflexion commune pour que la Côte-Nord se positionne dans ce grand changement provincial. Mise en commun de nos actions, nos stratégies, nos objectifs et nos défis.



Partenariat avec la Conférence régionale des élus de la CN (CRECN) et création d'un comité consultatif d'environ 40 représentants, provenant du monde municipal, économique et touristique pour créer un Plan de développement touristique de la Côte-Nord (PSDTCN). Ce dernier a été présenté et entériné au printemps 2013 lors d'un forum tenu à Sept-Îles.

Dorénavant, toutes nos actions, ou de façon majoritaire, se feront en concertation et en partenariat financier avec l'ATR de Duplessis. Notons que la CRECN ainsi que les CLD de la Côte-Nord participent de façon très significative à réaliser les actions dudit plan stratégique.

Dorénavant, nos redditions de comptes avec le ministère seront similaires et complémentaires entre les deux ATR de la Côte-Nord.



PLAN STRATÉGIQUE COMMUN

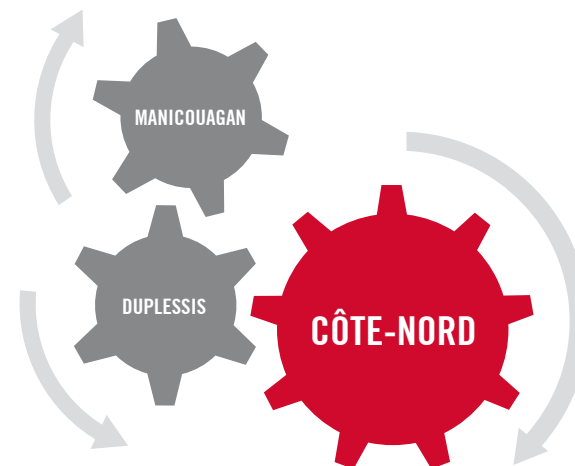
La Côte-Nord, de par ses 1 300 km de littoral et 600 km vers le nord, est un très vaste territoire. On comprendra que nous avons beaucoup de ressemblances et de différences. Le PSDTCN comporte des chantiers communs et d'autres uniques au territoire.

NOUS AVONS 5 ENJEUX PRIORISÉS

1. Concerner le développement et l'offre touristique dans les zones à fort potentiel;
2. Développer une vision et un plan de match commun pour éviter un recul de la région sur l'échiquier touristique québécois;
3. Traduire clairement notre identité par une appellation Côte-Nord;
4. Accentuer le rôle de leader du Pôle Tadoussac dans la Côte-Nord;
5. Bonifier les conditions structurantes de l'offre en améliorant l'accès à la destination et la qualité de l'hébergement, ainsi qu'en professionnalisant l'industrie touristique.

3 ORIENTATIONS DONT 32 CHANTIERS

1. Orientations de développement de l'offre touristique
2. Orientations en promotion de la destination
3. Orientations en services aux visiteurs (accueil et information touristique)



AUTRES FAITS SAILLANTS

ATR ASSOCIÉES DU QUÉBEC : Table de concertation entre les 22 régions touristiques du Québec et/ou différents projets d'alliances, de positionnement commun et de représentation gouvernementale sont réalisés et/ou sont représentés par différents comités. Objectif – représenter les intérêts collectifs, les promouvoir et offrir des services et contribuer ainsi au développement et à la valorisation de l'industrie québécoise.

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.

RÉGIONS LIMITOPHES – 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.



Paysage sur le fleuve Saint-Laurent © ATRM



Promenade à moto sur la route 389 © Club Hog Côte-Nord

COMITÉ DE SÉCURITÉ DE LA ROUTE 389 : l'ATR Manicouagan est présente au sein de ce comité qui rassemble différents intervenants (économiques, politiques et 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. Les deux ATR poursuivent leur travail d'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.

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.

PARTENAIRES : lors des diverses rencontres de travail, dans lesquelles nous sommes interpellées, 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.

FAITS SAILLANTS 2013/2014

DÉVELOPPEMENT ET STRUCTURATION

ACCUEIL ET RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES

- Rencontres de début et fin de saison avec les gestionnaires de lieu d'accueil;
- 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 »
 - Application du plan marketing des Boutiques du terroir.
- Gestion quotidienne du RAM (dropbox, plaintes, boutiques du terroir, statistiques, imprévus, visites, évaluations, tournées téléphoniques, gestion des inventaires documentaires et promotionnels, etc.);
- Production d'un sondage commun avec Duplessis et d'un guide d'interprétation du sondage. Le même sondage a donc été utilisé auprès des visiteurs sur toute la Côte-Nord;
- Réalisation du projet « Un accueil signé Côte-Nord » comprenant 3 volets :
 - Une vidéo de formation à l'intention des employés de première ligne en tourisme leur offrant des renseignements de base de la région afin de faciliter l'accueil des visiteurs;
 - Une tournée d'évaluation de type « client-mystère » dans les principaux lieux d'accueil de la Côte-Nord;
 - La réalisation d'un concours « Passeport Côte-Nord » dans le réseau d'accueil de la Côte-Nord;
 - Conception et production de 4000 cartes touristiques de la Côte-Nord.
- Formation des employés pour la saison estivale 2013 : tournée de familiarisation de 3 jours (du 3 au 5 juin) + journée de formation (27 et 28 juin) axées sur les techniques d'accueil. Tourisme Québec était sur place et des mises en situation ont été faites;
- Entente de réciprocité avec les ATR du Saguenay-Lac-St-Jean et Duplessis concernant la formation du personnel d'accueil (présentation touristique dans chacune des deux régions);

- Collaboration avec le cégep de St-Félicien dans le but d'offrir l'AEC en « services d'accueil et d'information dans les bureaux d'accueil et d'information touristique »;
- Clôture de la saison: inventaire documentaire et promotionnel. Le chiffre d'affaires des Boutiques du Terroir a été de 5 500 \$. Ce résultat est de 20% supérieur à celui de l'an passé;
- Suivi des plaintes : envoi d'un avis à tous les membres concernés;
- Participation aux JAAT 2013 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 socioéconomiques à la radio durant tout l'été;
- Accueil des visiteurs à l'ATRM, traitement des informations destinées à l'ATRM (courrier, fax, téléphone, etc.);
- Démarrage d'un projet de RIT interrégional à bord du nouveau navire de la STQ dès 2015, le F.-A. Gauthier, en partenariat avec les ATR du Bas-Saint-Laurent, Duplessis et Gaspésie, les CLD Manicouagan et Matanie et la STQ;
- Démarrage d'un projet de rayonnement interrégional à bord des nouveaux navires entre Tadoussac et Baie-Ste-Catherine, en collaboration avec la STQ, les ATR du Saguenay-Lac-St-Jean et Charlevoix et le Parc marin du Saguenay-St-Laurent.



Traversier à Tadoussac © Jacques Tournel

VEILLE STATISTIQUE ET STRATÉGIQUE

- Conception d'un bilan statistique complet et approfondi de la saison touristique estivale 2013 conjointement avec Tourisme Côte-Nord I Duplessis et diffusion de ce bilan dans les médias, auprès de nos membres et partenaires. Envoi du bilan par courrier aux partenaires socio-économiques de l'ATRM;
- Nous avons poursuivi notre participation aux notes de conjoncture de TQ et de l'ATRAQ. Ceci devrait 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;
- Production du rapport final de l'enquête de satisfaction des visiteurs à l'égard de l'offre à caractère nautique et formulation de recommandations à l'égard du produit nautique et de plein air.

DÉVELOPPEMENT DE PRODUITS

- Participation au plan de redressement du Jardin des glaciers;

Tourisme nautique

- Suivi et communications avec les comités opérationnels des deux Stations nautiques;
- Développement d'alliances et partage d'expertise avec les stations nautiques Fjord-du-Saguenay, Lac-Saint-Jean et Haute-Gaspésie. Nous siégeons depuis 2013 sur le comité opérationnel de la Station nautique du Fjord du Saguenay à titre de partenaire observateur;
- Rédaction d'un guide de bonnes pratiques en tourisme nautique à l'intention des gestionnaires de sites publics.

Tourisme agroalimentaire / saveurs régionales

- Suite à notre entente de partenariat, l'ATRM a produit la brochure du circuit gourmand (équipe marketing) pour une période de 2 ans. Tel que cela était envisagé, Terroir du littoral et la Table bioalimentaire de la Côte-Nord ont opéré un rapprochement en embauchant une ressource commune à la coordination des deux organismes.

Tourisme hivernal

- Nous avons assisté à une rencontre de concertation sur le produit hivernal à Tadoussac. Nous y avons présenté la synthèse de la rencontre de 2012. Le comité souhaite poursuivre ses réflexions de façon autonome;
- Nous avons participé à la rencontre annuelle de l'Association des clubs de motoneigistes de la Côte-Nord à l'automne 2013.

Tourisme culturel

- Nous avons entamé un diagnostic des besoins de nos membres du secteur culturel. Des entrevues ont été réalisées par notre stagiaire à l'été 2013.

FONDS DE DÉVELOPPEMENT EN TOURISME (EPRT) ET ACCOMPAGNEMENT DES ENTREPRISES

- Coordination de l'Entente de partenariat régional en tourisme dès juin 2013: gestion et analyse des projets déposés, suivi avec les promoteurs, organisation des rencontres du comité de gestion;
- Accompagnement de divers promoteurs dans la préparation de projets d'expansion, de diversification ou de démarrage.



Une des vedettes de notre Circuit gourmand, le homard © QM | Michel Laverdière

FAITS SAILLANTS 2013/2014 MARKETING ET COMMUNICATION

DU 1^{er} JANVIER AU 31 DÉCEMBRE 2013

CAMPAGNE TOURISME CÔTE-NORD | MANICOUAGAN : OSEZ TRAVERSER

- Concours intégré avec l'émission Salut Bonjour sur TVA, qui s'est tenu du 6 au 26 mai 2013;
- 1 publicité de 30 secondes a été diffusée à Salut Bonjour et sur les chaînes du Réseau TVA;
- 2 968 000 personnes l'ont vue en moyenne 7,9 fois;
- Nos statistiques ont démontré des résultats très appréciables. Le nombre d'inscription au concours a été de 17 772;
- Le nombre de visites sur le site du concours a été de 41 770;
- Le nombre de visiteurs uniques se chiffrent à 23 381;
- Nous comptons 5 000 nouveaux abonnés à notre Infolettre.

Publicité TV avec partenaires

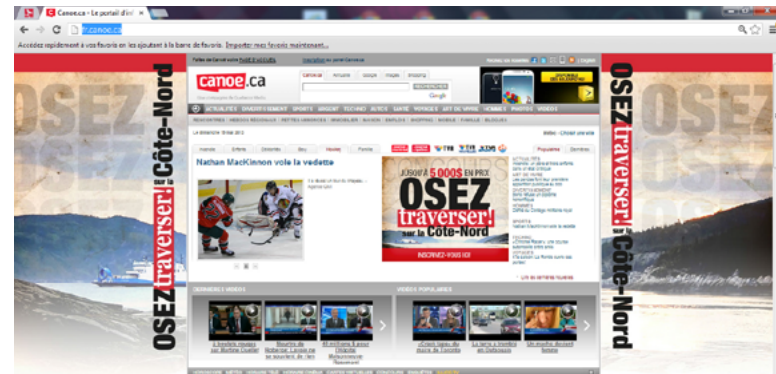
- La campagne Osez traverser comptait deux publicités de 30 secondes diffusées à Radio-Canada (Québec et Montréal) et sur les chaînes d'Astral (Canal Vie et Canal D).

Publicité Web

- Bannières sur les sites Canoe.ca et tvnouvelles.ca qui ont généré 4 221 618 impressions pour 14 259 clics dont un taux de clics de 0.34%;
- L'achat de mots clés sur Google Adwords a généré 10 315 256 impressions pour 34 276 clics donc un taux de clics de 0.33%.

Médias imprimés

- Le Guide Camping : 2 pages publicitaires avec la participation de 10 partenaires;
- Le Guide des lieux de randonnée au Québec;
- Le Guide des vacances au Québec;



Extrait du site Web de Canoe pour la Campagne «Osez traverser»

- Le Nautiguide;
- Le Journal de Québec: Rubrique motoneige diffusée pendant 9 semaines;
- Le magazine Origin(e): Une demi-page publicitaire sur la campagne Osez traverser;
- Le magazine Sortir en groupe.

ALLIANCES MARKETING

Campagne viensvoirlesbaleines.com

Un partenariat de l'Alliance baleines avec la participation de 3 ATRs, 7 bateliers, le Parc marin du Saguenay Saint-Laurent et la contribution de Tourisme Québec :

- Une campagne sur TVA pendant l'émission Sucré Salé avec panneau de commandite, le logo avant et après les pauses, le logo sur le message auto-promotionnel de l'émission, le logo sur les pages de l'émission sur le site Web de TVA, la diffusion d'un message 15 secondes baleines sur TVA, LCN, Moi & Cie et Casa;
- Un microsite Web adaptatif bilingue permettant de diriger les touristes sur les sites Web des partenaires. La campagne a connu un franc succès avec 77 277 visites sur le microsite. Le rapport de campagne nous démontre que le taux de fréquentation du microsite est directement lié à notre présence média. Une campagne sur TheWeatherNetwork.com, Google, Facebook et YouTube.

Campagne Pourvoiries Côte-Nord

- Le concours Les plus belles pourvoiries de la Côte-Nord : il a généré 3 454 inscriptions et 1 974 inscriptions à l'Infolettre. Une augmentation de 1 152 inscriptions uniques par rapport à 2012;
- Nous avons sélectionné les magazines pour les publicités imprimées : Aventure chasse et pêche, Sentier chasse et pêche et dans le Guide des pourvoiries du Québec. Le concept faisait la promotion du concours;
- Nous avons misé sur une campagne d'achat de mots clés sur Google. 5 666 clics et 194 868 impressions ainsi que des bannières sur les sites Web de Mordu de la pêche, Québec pêche, Sentier chasse et pêche et FPQ;
- Pour la télévision, nous avons été partenaires de la chronique « Les indispensables » de Québec à vol d'oiseau (QVO), diffusée pendant 13 épisodes, ainsi que le tournage d'un épisode sur la pêche diffusé à RDS et Wild TV. De plus, le tournage d'un épisode sur la chasse à l'original dans l'émission « Le Camp en pourvoirie ».

Alliance Québec à moto

- Les Salons de la moto : Tourisme Côte-Nord Manicouagan et Duplessis représentent l'Alliance moto qui regroupe 9 régions touristiques. En 2013 : Montréal 32 344 visiteurs et Québec 19 758 visiteurs;
- Le Carnet moto 3e édition, imprimé à 30 000 copies pour une durée de 2 ans.

Autres alliances marketing

Parc Marin du Saguenay-Saint-Laurent, ATRAQ, Kéroul, Tourisme Autochtone Québec.

PUBLICATIONS

- Guide touristique officiel : 160 pages, imprimé à 117 000 copies;
- Circuit Gourmand : 20 000 copies;
- La carte vélo : 15 000 copies;
- La carte Côte-Nord, en collaboration avec TCND, 4000 copies;
- La Carte motoneige et quad Côte-Nord 2014-2015 : 30 000 copies.



Salon de la moto © ATRM

SALONS ET BOURSES

- La Bourse du Québec maritime s'est tenue en mai à Montréal, se résultant par des rendez-vous auprès d'une vingtaine de réceptifs;
- La Bourse médias des ATR associées du Québec du printemps s'est tenue à Montréal. Une demi-journée consacrée à des rencontres auprès d'une quarantaine de journalistes;
- Le Festival Plein air de Québec, marqué par la mauvaise température, a généré seulement 6 000 visiteurs;
- Le salon du VR Montréal a obtenu un achalandage de 33 733 visiteurs. Un partenaire était présent dans notre kiosque. Québec a reçu 17 218 visiteurs. Un partenaire s'est joint à l'équipe pour ce salon;
- Le Salon des sports récréatifs motorisés de Québec s'est fait en alliance avec Tourisme Côte-Nord | Duplessis. 18 226 personnes ont visité le salon.

STATISTIQUES SITE WEB ET MÉDIAS SOCIAUX

- Le site Web a reçu beaucoup plus de visites qu'en 2012 soit 116 845 par rapport à 62 219 (88 % d'augmentation);
- Le nombre de pages vues a considérablement augmenté passant de 331 000 en 2012 à 481 000 en 2013;
- La durée moyenne des visites a, par contre, diminué légèrement et le taux de rebond a augmenté principalement à cause du concours;
- Notre compte Twitter compte près de 700 abonnés;
- Notre page Facebook compte 4 027 fans, 402 de plus par rapport à 2012. Notre infolettre mensuelle est passé de 1 685 à 6 774 abonnés.

DU 1^{er} JANVIER AU 31 MARS 2014

GUIDE TOURISTIQUE CÔTE-NORD 2014-2015

Tourisme Côte-Nord I Manicouagan et Duplessis ont produit un tout nouveau guide de 272 pages regroupant l'ensemble de l'offre touristique de Tadoussac à Blanc-Sablon. Imprimé à 165 000 copies, le guide touristique fait partie de la collection des Guides touristiques officiels de Tourisme Québec.

OPPORTUNITÉS

Plusieurs envois de photos et textes sont faits à la demande des différents médias, pour des parutions diverses.

RELATIONS DE PRESSE

- Une tournée motoneige avec le journaliste-photographe Yves Ouellet s'est déroulée du 16 au 23 février 2014, des Escoumins jusqu'à Rivière-au-Tonnerre. Monsieur Ouellet était accompagné de guides de la région. Les reportages de la Côte-Nord paraîtront dans les éditions de décembre 2014 et janvier 2015 du magazine Motoneige Québec.



Relais des Bouleaux blancs. Photo prise lors de la tournée motoneige avec M. Yves Ouellet

SALONS AUX CONSOMMATEURS

- La Bourse médias des ATR associées du Québec du printemps s'est tenue à Montréal. Une demi-journée consacrée à des rencontres auprès d'une quarantaine de journalistes;
- Les salons de la moto: Tourisme Côte-Nord I Manicouagan et Duplessis représentent l'Alliance moto qui regroupe 9 régions touristiques. À Montréal, 36 000 visiteurs et Québec, 19 000 visiteurs;
- Les salons du VR : Montréal a obtenu un achalandage de 34 413 visiteurs. Québec a reçu 19 694 visiteurs.

HORS-QUÉBEC AVEC LE QUÉBEC MARITIME

Actions de commercialisation

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

Réseau de distribution

- Plusieurs bourses touristiques;
- Partenariats avec des voyageurs;
- Suivis des bourses et missions auprès des voyageurs.

Réseau - journalistes

- Plusieurs bourses touristiques : ces rendez-vous nous permettent de rencontrer des journalistes intéressés par nos destinations et les inviter à nous rendre visite.

Tournées de journalistes et de voyageurs

- 18 tournées ont été réalisées en 2013-2014, représentant plus de 111 voyageurs en provenance de différents marchés, notamment : Allemagne, Australie, Belgique, Canada, Chine, États-Unis, France, Italie, Nouvelle-Zélande et Royaume-Uni;
- Nous avons accueilli 43 tournées médias, individuelles ou de groupe. Cela représente 96 journalistes, animateurs, photographes et techniciens des médias imprimés et électroniques (radio, Internet et télévision).

Campagnes

Grands circuits maritimes / Fleuve Saint-Laurent (Canada et États-Unis)

- Campagne de promotion 2013 visant les consommateurs canadiens et américains : production de feuillets thématiques (440 000 exemplaires) distribués dans des magazines et des quotidiens en Ontario et dans les provinces maritimes, ainsi qu'en réponse aux demandes d'information. Un carton faisant la promotion du rabais de 30 % chez les hébergements participants a été distribué dans les salons promotionnels (Ottawa Travel & Vacation Show et Saltscapes Expo de Halifax) en plus des guides touristiques et autres documents d'information.

Des placements médias imprimés, des bannières Web, des infolettres, une présence accrue dans les médias sociaux et plusieurs autres actions Web ont été réalisées. Des placements médias ont aussi été effectués avec l'ATR Côte-Nord – Manicouagan dans le magazine Downhome et sur le Net (bannières).

La campagne visant les mototouristes a été renouvelée : distribution de cartons promotionnels (30 % de rabais sur l'hébergement), des carnets moto et des guides touristiques des régions au salon Atlantic Motorcycle & ATV Show de Moncton, distribution d'un feuillet thématique dans les magazines spécialisés Motorcycle Mojo et Cycle Canada, en plus des placements de bannières et imprimés.

Nous avons aussi participé 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.



Phare de Pointe-de-Monts © Marc Loisel

Campagne visant les consommateurs francophones européens :

La 3^e édition de la brochure Le Québec maritime – Nouveaux horizons destinée 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 l'ATR Manicouagan dans les magazines Terre sauvage et Lonely Planet.

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 dédiée aux motoneigistes.

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. Nous avons par ailleurs pris part à deux salons consommateurs aux États-Unis et un au Canada. Des actions de promotion spécifiques à la Côte-Nord ont été réalisées en collaboration avec les ATR de Manicouagan et Duplessis, comme des placements publicitaires en ligne avec On Snow et SnowGoer Canada et l'envoi d'une infolettre à nos abonnés.

Comme chaque année, nous avons en outre participé à la campagne provinciale de Tourisme Québec avec plusieurs autres régions du Québec.

SÉJOURS ET ACTIVITÉS HIVERNALES

Des promotions ont été réalisées sur le Web et dans des magazines de l'Europe francophone. Nous avons aussi participé à la campagne provinciale de Tourisme Québec en France avec plusieurs autres régions du Québec.

FAITS SAILLANTS 2013/2014

ADMINISTRATION - FINANCES

GESTION ADMINISTRATIVE ET FINANCES

- Analyse complète du système comptable et des projets;
- Mise en place de divers outils de gestion;
- 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;
- Modulation de la Taxe sur l'hébergement de 2 \$ à 3 \$;
- Modification de l'année financière du 31 décembre au 31 mars.



Photo de l'équipe TCNM prise lors des Grands prix du tourisme 2013 © Marlène Bisson

RESSOURCES HUMAINES

- L'ATR Manicouagan compte 10 employés à son actif, dont :
 - o Deux au développement / structuration;
 - o Cinq au marketing / communications;
 - o Deux à l'administration / finance;
 - o Et la direction générale.
- Au cours du printemps et de l'été 2013, nous avons eu la chance d'accueillir deux stagiaires, Kelly Rools et Messane Lepape qui ont respectivement travaillé sur la rédaction du guide de bonnes pratiques en tourisme nautique et sur le diagnostic en tourisme culturel, sous la supervision de la directrice du développement et structuration;
- À l'été 2013, nous avons réembauché Guillaume Samson pour répondre aux demandes des touristes, le bureau de l'ATR est très demandé pour ses services d'accueil;
- Suivi de la politique salariale ainsi que l'équité salariale;
- Révision des descriptions des tâches.

FAITS SAILLANTS 2013/2014 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.

Onze rencontres ont eu lieu en 2013 et au 31 mars 2014 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 de les informer du décaissement réalisé. À ce jour, les comités conseil marketing ont pour mandat d'entériner les actions marketing. Toutefois, nous devons revoir le rôle et les responsabilités de ces comités afin de bien répondre aux nouveaux objectifs de l'organisation.

Comité-conseil / hébergement (CCH)

Pour l'année 2013 et le premier trimestre 2014, une enveloppe globale (intra et hors Québec) de 666 154 \$ nous a permis de réaliser nos actions marketing. Il est à noter que pour cet exercice, les actions marketing ont découlé du Plan stratégique de développement de la Côte-Nord et n'ont donc pas été directement entérinées par le CCH.

Comité-conseil / pourvoirie (CCP)

Pour l'année 2013 et le premier trimestre 2014, une enveloppe de 40 243.17 \$ a été utilisée 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.



Mer et Monde écotours © Marc Loiseleur



Église Sainte-Amélie © Marc Loiseleur

COMITÉ / ENTENTE DE PARTENARIAT RÉGIONALE EN TOURISME (EPRT)

Au 31 mars 2014, 13 projets ont été appuyés pour un financement global de 589 747 \$ et une valeur totale de 2 340 000 \$.



Club Chasse et Pêche Tadoussac © CCPT



PLAN D'ACTION

2014/2015

Afin de maximiser nos actions, nous vous présentons une nouvelle approche pour la présentation du plan d'action 2014-2015. Les actions souhaitées pour l'année 2014-2015 sont en priorité attachées à notre démarche Côte-Nord ainsi qu'à la démarche provinciale.

Rappelons-nous les orientations et les enjeux du plan nord-côtier :

5 ENJEUX PRIORISÉS

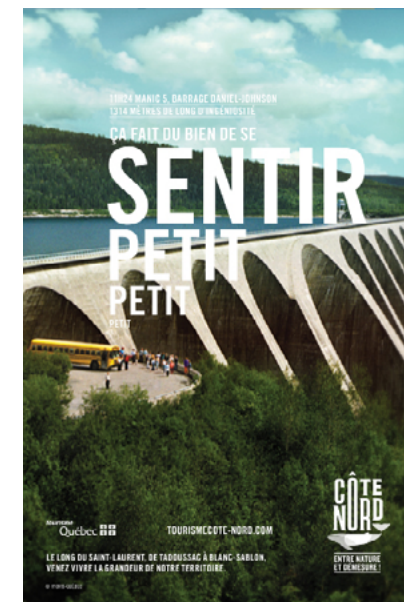
- Concerner le développement et l'offre touristique dans les zones à fort potentiel;
- Développer une vision et un plan de match commun pour éviter un recul de la région sur l'échiquier touristique québécois;
- Traduire clairement notre identité par une appellation Côte-Nord;
- Accentuer le rôle de leader du Pôle Tadoussac dans la Côte-Nord;
- Bonifier les conditions structurantes de l'offre en améliorant l'accès à la destination et la qualité de l'hébergement, ainsi qu'en professionnalisant l'industrie touristique.

3 ORIENTATIONS DONT 32 CHANTIERS

- Orientations de développement de l'offre touristique;
- Orientations en promotion de la destination;
- Orientations en services aux visiteurs (accueil et information touristiques).

Les chantiers priorités sont identifiés par code de couleur par orientation dans le plan stratégique de développement touristique de la Côte-Nord. Il va de soi que bien des tâches ne sont pas décrites dans ce plan, ex : rencontres municipales, comités de travail pour la mise en place et pour la réalisation de certains chantiers.

De plus, plusieurs tâches seront faites en collaboration avec l'ATR de Duplessis, la Conférence régionale des élus ainsi que différents partenaires (membres ou autres). Nous poursuivrons notre travail provincial pour les comités de mise en œuvre pour le PDIT ainsi que nos alliances marketing inter région, et nos actions d'accompagnement pour les promoteurs tant ceux concernés pour le développement du nord que ceux le long du littoral.



ENJEUX, VISION ET PRINCIPES DIRECTEURS

CONSTATS

- Difficulté à développer une personnalité, une identité et un sentiment d'appartenance forts en raison de sa composition multiple;
- Malgré tout : désir de cohésion régionale en matière de développement touristique;
- ATR Duplessis et Manicouagan travaillent ensemble depuis plusieurs années, mais n'avaient pas de stratégie touristique intégrée;
- Région qui se prête bien à une expérience en circuit. Défi de la Route des Baleines : pas en boucle, expérience dispersée et inégale;
- Tadoussac : pôle touristique principal. Son rôle devra faire l'objet d'un recadrage;
- Région Côte-Nord peu connue parce que peu d'actions « Côte-Nord » ont été réalisées;
- Éloignement limite l'accès aux marchés et son positionnement comme destination touristique internationale plus importante;
- Orientations gouvernementales en matière touristique plutôt favorables à la Côte-Nord. Toutefois, pour en tirer profit, la région devra faire ses choix stratégiques;
- Peu d'indicateurs permettant de suivre la performance touristique et la valeur économique de la région (investissement, emploi, achalandage, etc.).

ENJEUX

ENJEU 1

Concentrer le développement de l'offre touristique dans les zones à fort potentiel.

ENJEU 2

Développer une vision et un plan de match commun pour éviter un recul de la région sur l'échiquier touristique québécois.

ENJEU 3

Traduire clairement notre identité par une appellation Côte-Nord forte.

ENJEU 4

Accentuer le rôle de leader du Pôle Tadoussac dans la Côte-Nord.

ENJEU 5

Bonifier les conditions structurantes de l'offre en améliorant l'accès à la destination et la qualité de l'hébergement, ainsi qu'en professionnalisant l'industrie touristique

VISION

En 2020, la Côte-Nord est une **destination touristique prisée au Québec** parce qu'elle possède des pôles touristiques distinctifs et animés. Elle est appréciée tant des Québécois que des touristes internationaux. Sa **notoriété** et sa **performance** sont le résultat de l'**engouement des visiteurs** pour les expériences particulières qui la distinguent des autres régions touristiques : **dépassement** et **grands espaces**. Son souci d'offrir des **produits de qualité**, son **respect des principes du développement durable** et l'**amélioration de la qualité de vie** de ses citoyens sont au cœur de ses priorités.

PRINCIPES DIRECTEURS

PRINCIPE 1

Innovation dans les produits et les façons de faire

PRINCIPE 2

Viabilité économique

PRINCIPE 3

Respect des communautés

OBJECTIF, ORIENTATIONS ET CHANTIERS

OBJECTIF

Faire en sorte que la destination touristique de la Côte-Nord connaisse une des **meilleures croissances touristiques** au Québec au cours des prochaines années. Dans ce contexte, en 2020, la Côte-Nord recevra près de 560 000 visiteurs pour des dépenses de 177 millions de dollars, ce qui représente un accroissement de l'ordre de 26% des visiteurs et de 97% des dépenses de 2010 à 2020.

ORIENTATIONS ET CHANTIERS

Orientation de développement de l'offre touristique

ORIENTATION 1

Structurer l'expérience des grands circuits qui s'appuient sur des pôles touristiques

- 1.1 : Créer et thématiser des circuits de découvertes;
- 1.2 : Planifier le renforcement des pôles touristiques;
- 1.3 : Maximiser l'accessibilité de la région;
- 1.4 : Favoriser le développement d'expériences touristiques en Basse-Côte-Nord;
- 1.5 : Favoriser et consolider le développement d'une offre touristique culturelle d'appel;
- 1.6 : Structurer une offre d'activités de plein air d'appel;
- 1.7 : Renforcer l'expérience gourmande;
- 1.8 : Favoriser l'esthétisme des villes et villages.

ORIENTATION 2

Structurer l'expérience des grands circuits qui s'appuient sur des pôles touristiques

- 2.1 : Renouveler l'expérience touristique avec le fleuve, le fjord et les mammifères marins;
- 2.2 : Miser sur quelques événements majeurs et distinctifs;
- 2.3 : Créer une expérience distinctive en tourisme de réunions d'affaires;
- 2.4 : Positionner la Côte-Nord à travers le pôle Tadoussac dans les grands circuits de l'Est du Québec;
- 2.5 : Agir en tant que vitrine pour informer les visiteurs sur le reste de la Côte-Nord et faire la promotion de la destination;
- 2.6 : Appuyer la municipalité dans ses représentations auprès des gouvernements afin que cette dernière obtienne un statut particulier pour le financement et l'amélioration de ses infrastructures.

ORIENTATION 3

Favoriser le développement de pôles de villégiature touristiques complets (resort)

- 3.1 : Favoriser le développement de l'expérience touristique distinctive et la diversification des clientèles en forêt (salmonidés et tourisme d'aventure douce);
- 3.2 : Favoriser le développement de l'expérience des visiteurs dans les centres de villégiature de plein air.

Orientation en promotion de la destination

ORIENTATION 4

Définir la marque touristique Côte-Nord et intensifier la commercialisation

- 4.1 : Créer une marque touristique « Côte-Nord » originale et moderne;
- 4.2 : Réaliser des campagnes promotionnelles communes;
- 4.3 : Être plus agressif sur les marchés internationaux;
- 4.4 : Favoriser une meilleure commercialisation de la région;
- 4.5 : Réserver une place prédominante à Tadoussac dans l'ensemble des actions de communication.

ORIENTATION 5

S'assurer de prendre le virage du marketing électronique (Web)

- 5.1 : Mettre en place un site Internet pour la destination Côte-Nord;
- 5.2 : Intensifier la mise en place des stratégies Web et de médias sociaux.

ORIENTATION 6

Favoriser le regroupement des ressources financières actuelles et la mise en place des revenus additionnels pour la promotion de la destination Côte-Nord

- 6.1 : Voir à la hausse des revenus promotionnels grâce à l'augmentation du 2 \$ la nuitée à 3 \$ la nuitée pour toute la Côte-Nord;
- 6.2 : Favoriser les partenariats promotionnels traditionnels et non traditionnels.

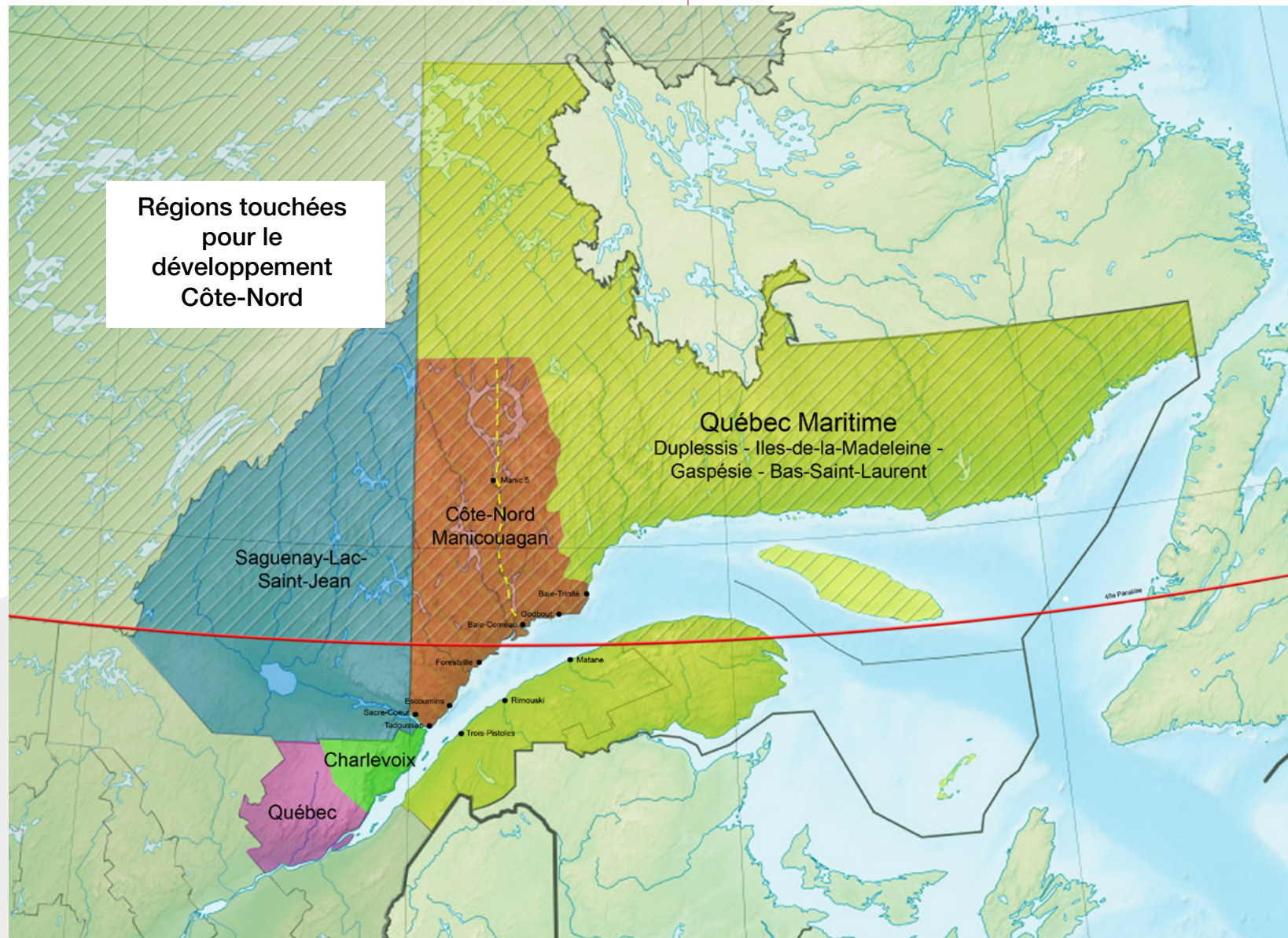
Orientations en services aux visiteurs (accueil et information touristique)

ORIENTATION 7

Revoir la stratégie régionale d'accueil en fonction des nouveaux comportements des visiteurs et rationaliser les outils d'accueil et d'information régionaux et locaux

- 7.1 : Améliorer et harmoniser les services et les approches dans les lieux d'accueil touristique de la région;
- 7.2 : Créer une version mobile du site Internet Côte-Nord;
- 7.3 : Favoriser le développement des infrastructures permettant l'accès Internet et la mobilité;
- 7.4 : Réaliser des campagnes de sensibilisation régionales aux résidents et commerçants;
- 7.5 : Produire un seul et unique Guide touristique officiel pour la région à partir de 2014;
- 7.6 : Rationaliser les outils d'accueil et d'information locaux des membres et municipalités;
- 7.7 : Favoriser la mise en place d'une Maison régionale Côte-Nord.

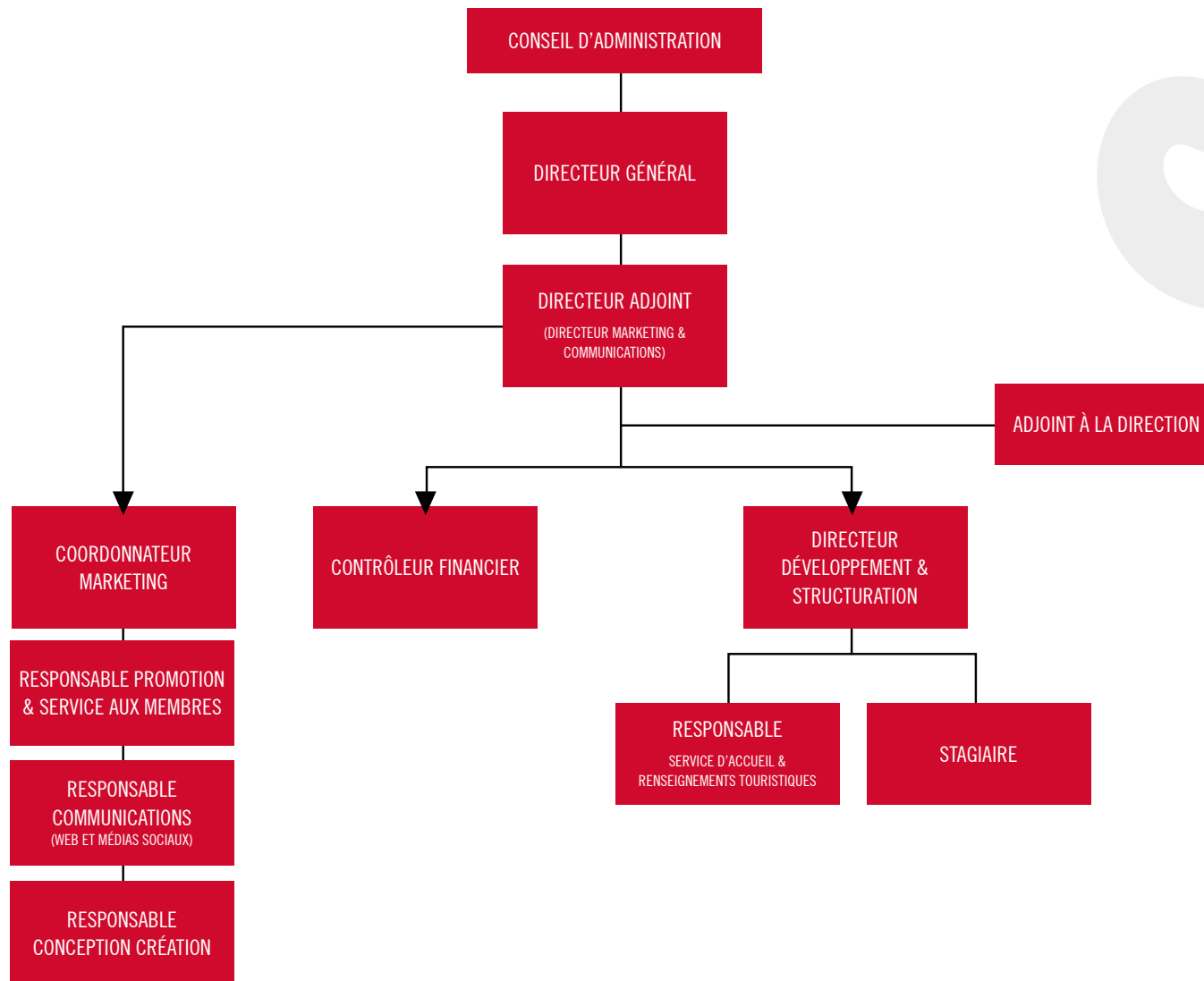
CARTE DES RÉGIONS TOURISTIQUES CÔTE-NORD ET LIMITOPHES





ANNEXES

ORGANIGRAMME DE L'ASSOCIATION TOURISTIQUE MANICOUAGAN



COMITÉS-CONSEILS 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.

GROUPES TOURISTIQUES

ATR Associées du Québec

Alliance Côte-Nord (ATRD / ATRM)

Alliance ATR (Bas-Saint-Laurent, Charlevoix)

Alliance ATR (projet moto)

Alliance ATR (Saguenay, en cours de développement)

Comité Saint-Laurent du Québec

Comité Nature du Québec

COMITÉS-CONSEILS

Comité-conseil / hébergement Promotion (CCHP)

Comité-conseil / pourvoirie Promotion (CCPP), comité Côte-Nord

Comité : Entente de partenariat régionale en tourisme (EPRT)

COMITÉS TOURISTIQUES DE L'ATRM

Réseau d'accueil Manicouagan (RAM)

Comité opérationnel – station nautique Haute-Côte-Nord

Comité opérationnel – station nautique Manicouagan

COMITÉS RÉGIONAUX

Club de la baie de Tadoussac

Réserve mondiale de biosphère

Comité consultatif régional – Société des traversiers du Québec (STQ),

“Baie-Comeau / Matane” et “Tadoussac / Charlevoix”

Parc Marin Saguenay-St-Laurent

Corporation de la Véloroute des baleines

Le Fjord (reconnaissance Unesco)

Comité multiresources de la Haute-Côte-Nord

Comité multiresources de Manicouagan

Comité de concertation sécurité Route 389

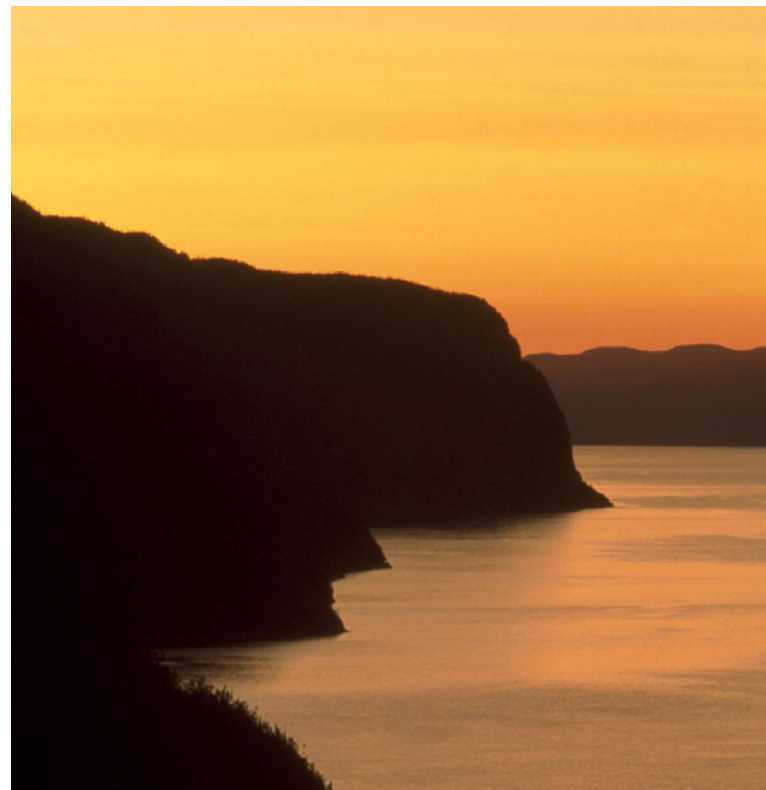
Comité de développement durable de la Ville de Baie-Comeau

Table régionale de la CRECN sur les aires protégées

Table bioalimentaire Côte-Nord

Comité – Saint-Laurent de Tadoussac

Participation ponctuelle sur différents dossiers provinciaux créés par le ministère du Tourisme, ATR associées du Québec et/ou du milieu.



Parc Marin © Parcs Canada I.J.F. Bergeron

ENTENTE DE PARTENARIAT RÉGIONAL EN TOURISME MANICOUAGAN 2012 - 2015 BILAN INTÉRIMAIRE AU 31 MARS 2014

Soutenir et stimuler le développement, le renouvellement et la structuration de l'offre touristique de la région touristique de Manicouagan.

Les projets soutenus posséderont un caractère structurant contribuant à renouveler l'offre touristique et viseront l'atteinte de la majorité des objectifs suivants :

- Renforcer la notoriété et le pouvoir attractif de la destination;
- Participer à la bonification de l'offre touristique par l'amélioration ou l'ajout de produits aptes à stimuler l'augmentation du nombre de touristes dans la région;
- Atténuer les écarts de saisonnalité;
- Augmenter le niveau de qualité de l'offre touristique, la complémentarité et la pérennité des produits, des services et des infrastructures;
- Viser à « l'exportabilité » de l'offre touristique;
- Susciter l'augmentation de la durée du séjour et ainsi, le nombre de nuitées;
- Favoriser le maintien ou la création d'emplois;
- Encourager et promouvoir des pratiques de gestion privilégiant un tourisme durable et responsable;
- Promouvoir les initiatives visant l'atteinte de normes de qualité dans leur secteur d'intervention respectif.

	Entente 2 – 2012-2015 (au 31 mars 2014)	Entente 1 – 2008-2012
Nombre de projets financés	13	24
Investissements consentis	589 747 \$	686 000 \$
Valeur totale des projets	2 340 000 \$	5 358 208 \$
Effet de levier	3.9	7.8

COMPOSITION DU COMITÉ

Le comité est composé des organismes suivants :

Ministère du Tourisme

Association touristique régionale Manicouagan

ID Manicouagan (CLD)

CLD Haute-Côte-Nord

Ministère de la Culture et des Communications

Conférence régionale des élus de la Côte-Nord

FAITS SAILLANTS DE LA SAISON TOURISTIQUE 2013

- Au cours de la saison touristique 2013, le Réseau d'accueil de la Côte-Nord a enregistré un achalandage total de 79 374 visiteurs, comparativement à 93 944 en 2012. Cela représente une baisse globale de l'achalandage de 16%;
- Près de 40 000 guides touristiques de la Côte-Nord (Manicouagan et Duplessis) ont été encartés dans les journaux Le Manic, Le Haute-Côte-Nord, Le Nord-Est/Le Port-Carlot, Le trait d'union du Nord et Le Journal de Québec;
- On estime à 28 575 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 de la Côte-Nord. La rétention de ces visiteurs sur le territoire de la Côte-Nord représente plus de 2,2 M\$ en dépenses touristiques supplémentaires;
- Entre le 1^{er} mai et le 30 septembre 2013, le site Web de Tourisme Côte-Nord I Manicouagan a enregistré un achalandage de 96 021 visites et de 401 309 pages vues, ce qui constitue une augmentation respective de 118 % et de 57 % par rapport à la même période en 2012. Cette forte augmentation est due à la tenue de notre concours directement sur notre site Web. De plus, 75 % des visites sur le site Web de Tourisme Côte-Nord I Manicouagan étaient de nouvelles visites;
- Entre le 1^{er} mai et le 30 septembre 2013, le site Web de Tourisme Côte-Nord I Duplessis a enregistré un achalandage de 38 867 visites et de 129 683 pages vues, ce qui constitue une augmentation respective de 11,71 % et de 1,92 % par rapport à la même période en 2012. 7 % des visites sur le site Web de Tourisme Duplessis I Manicouagan étaient de nouvelles visites;



© GraphicStock



© Nelson Boisvert



Baleine © ATRM I D. Prévèreault

- Au cours de l'été 2013, les Québécois et les Français sont demeurés les deux principales clientèles touristiques de la région. Les Québécois représentent la majorité de la clientèle avec 67 % de l'achalandage, alors que la clientèle hors Québec en représente 30 %. À eux seuls, les Français comptent pour 15 % de cette clientèle;
- Les Guides touristiques officiels des deux ATR 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 a enregistré une baisse de 5 % de son taux d'occupation par rapport à 2012, accompagné d'une hausse des prix par unité;
- Dans l'ensemble, les différents traversiers qui relient la région au reste du Québec ont connu une baisse d'achalandage variant entre 1 % et 7 %. Cependant, la traverse de Baie-Sainte-Catherine/Tadoussac, qui accueille le plus de passagers, a enregistré une hausse de 3 %.
- Le secteur des pourvoiries et des ZEC a généralement connu un achalandage légèrement à la baisse pour la période estivale mais à la hausse lors de la période automnale;
- Les attraits touristiques, tels que les musées et centres d'interprétation, ont généralement enregistré un achalandage à la baisse, bien que plusieurs d'entre eux aient connu une hausse de leur clientèle automnale;



NOS COORDONNÉES



BABIN Frédéric

Directeur adjoint et
directeur marketing & communications

fbabin@cotenord-manicouagan.com
418 294-2876 poste 228



BABIN Sarah-Jane

Responsable services d'accueil
& renseignements touristiques

sjbabin@cotenord-manicouagan.com
418 294-2876 poste 232



DORVAL Diane

Contrôleur financier

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



FOUGÈRES Grétha

Directrice générale

gfougères@cotenord-manicouagan.com
418 294-2876 poste 226



LECHASSEUR Madelyne

Coordonnatrice marketing

mlechasseur@cotenord-manicouagan.com
418 294-2876 poste 233



OTIS Karine

Directrice développement
& structuration

kotis@cotenord-manicouagan.com
418 294-2876 poste 225



PARÉ Sylvie

Adjointe administrative

spare@cotenord-manicouagan.com
418 294-2876 poste 221



PRÉVÈREAULT Dave

Responsable promotion &
services au membres

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



RONDEAU Caroline

Responsable communications et Web

crondeau@cotenord-manicouagan.com
418 294-2876 poste 234



THÉRIAULT Dominique

Responsable conception & création

dtheriault@cotenord-manicouagan.com
418 294-2876 poste 227



NOS PARTENAIRES

MERCI À VOUS TOUS !

Comme toutes les 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.

- Ministère du Tourisme;
- RAM : municipalités du territoire; corporations touristiques et les membres;
- Conférence régionale des élus de la Côte-Nord;
- 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, différents ministères, car tous nos projets sont et doivent avoir une vision régionale. C'est avec des partenaires que nous réalisons ces importantes tâches.
- Particuliers et partenaires régionaux (les députés, la MRC, DEC, les SADC et les CLD)



TOURISME
CÔTE-NORD
MANICOUAGAN

SIÈGE SOCIAL

337, boul. LaSalle, bureau 304
Baie-Comeau (Québec) G4Z 2Z1

Téléphone : 418 294-2876 | Sans frais : 1 888 463-5319
Télécopieur : 418 294-2345

Courriel : info@cotenord-manicouagan.com

Site Web : tourismecote-nord.com
Blogue : tourismecote-nord.com/blogue