



TOURISME
CÔTE-NORD
MANICOUAGAN

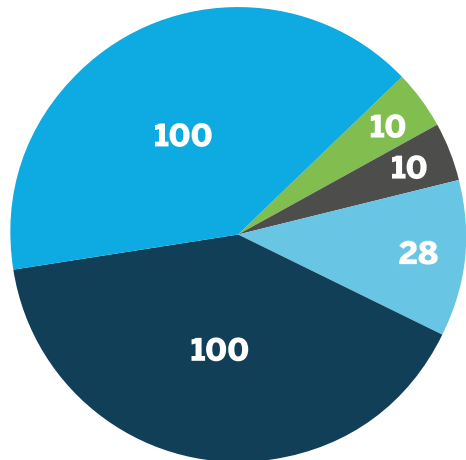
RAPPORT ANNUEL 2016-2017

TOURISME CÔTE-NORD | MANICOUAGAN

RÉSUMÉ DES ACTIVITÉS

TOURISME CÔTE-NORD | MANICOUAGAN, C'EST

248 Membres principaux, répartis sur le territoire



10 hors région

100 du pôle de Tadoussac

28 du pôle de Forestville

100 du pôle de Baie-Comeau

10 du pôle de Fermont

ÉQUIPE CÔTE-NORD | MANICOUAGAN

9 employés permanents à temps plein

+ **1** étudiant en période estivale

15 Membres du conseil d'administration

Présidente : M^{me} Josée Girard

(Siège n° 7 - OSBL Manicouagan)

1^{re} Vice-présidente : M^{me} Jeannine Villeneuve

(Siège n° 3 - monde municipal / Conseil tribal Mamuitun)

Trésorière : M^{me} Viviane Richard

(Siège n° 6 - OSBL Manicouagan)

Secrétaire : M^{me} Nicole Champagne

(Siège n° 2 - monde municipal / Manicouagan)

Administratrices et administrateurs :

M. Donald Perron (Siège n° 1 - monde municipal / Haute-Côte-Nord)

M. Claude Brassard (Siège n° 4 - OSBL Haute-Côte-Nord)

M. Yves Laurencelle (Siège n° 5 - OSBL Haute-Côte-Nord)

M^{me} Lucie Charland (Siège n° 8 - OSBL Haute-Côte-Nord)

M. Yanick Morin (Siège n° 9 - OBL Haute-Côte-Nord)

M. Charles Pinard (Siège n° 10 - OBL Haute-Côte-Nord)

Vacant (Siège n° 11 - OBL Haute-Côte-Nord)

M. Carl Beaulieu (Siège n° 12 - OBL Manicouagan)

M. François Corriveau (Siège n° 13 - OBL Manicouagan)

M^{me} Julie Dubé (Siège n° 14 - OBL Manicouagan)

M. Gaston Lavoie (Siège n° 15 - OBL Manicouagan)



Grétha FOUGÈRES¹
Directrice générale de
Tourisme Côte-Nord | Manicouagan



Isabelle GAGNÉ
Responsable accueil, chargée de
projets développement



Mario LEBLANC²
Directeur général de
Tourisme Côte-Nord



Madelyne LECHASSEUR³
Adjointe à la direction et adjointe
marketing et communications



Frédéric BABIN
Directeur adjoint et directeur
marketing et communications



Dave PRÉVÉREAU
Responsable des ventes et chargé
de projets marketing



Renaud DESROSIERS
Directeur administration et finances



Émilie MARCHAND
Déléguée commerciale et chargée
de projets marketing



Annie BEAULIEU
Conseillère en séjour et
chargée de projets développement,
structuration et accueil



MariePier PAQUET³
Responsable développement,
structuration et accueil

Louis ROME, directeur général par intérim, puis conseiller

Équipe Côte-Nord | Duplessis : Marie-Soleil Vigneault³, Catherine Allard, Danny Bourdeau, Étienne Lalancette, Gabrielle Potvin, Mélissa Rochefort, Manon Thibeault

¹ Départ en 2016; ² Entrée en poste le 23 janvier 2017; ³ Départ en 2017.

VALEURS DES ATR DE LA CÔTE-NORD

- La fierté régionale et le rayonnement
- L'intégrité et la transparence
- L'engagement
- Le plaisir
- La crédibilité et la passion
- L'amélioration continue
- L'efficacité

VISION DES ATR DE LA CÔTE-NORD

En 2020 les ATR de la Côte-Nord

- **sont essentielles** pour le développement touristique de la région
- amènent des **retombées économiques significatives**
- contribuent à la **création d'emplois**
- utilisent un nouveau modèle d'affaires basé sur la **responsabilité sociétale des entreprises/organisations**
- sont des « **leaders** » incontournables pour la **concertation**, le **développement**, la promotion et l'**accueil touristique**
- sont reconnues pour leur **capacité de communication et d'innovation**
- répondent de manière **proactive aux besoins** de formation et de structuration de leurs **membres** et **contribuent à leur notoriété**
- **sont unifiées et rassembleuses**
- **fédèrent l'ensemble des partenaires** pour faire de la Côte-Nord une destination de calibre international
- **représentent** équitablement toutes **les communautés et l'ensemble du territoire**
- ont **des équipes fortes, multidisciplinaires** et qui sont dans un **processus d'amélioration continue**
- **travaillent au rayonnement de la Côte-Nord**
- **sont fières** d'occuper et de promouvoir **l'un des plus grands territoires accessibles du Québec**

RÉALISATIONS MARQUANTES

ISSUES DE LA DÉMARCHE CÔTE-NORD AU COURS DE L'ANNÉE 2016-2017

- Vote sur l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement à 3,5 %
- Nomination de M. Mario Leblanc, nouveau directeur général de Tourisme Côte-Nord
- 4^e édition du *Guide touristique officiel Côte-Nord*
- Projet pilote du site mettant en valeur le pôle de la Basse-Côte-Nord dans le site de tourismecote-nord.com
- Bilan statistique Côte-Nord, 4^e édition
- Rencontres conjointes des deux conseils d'administration des ATR de la Côte-Nord
- Campagnes marketing au Québec et à l'étranger
- Rencontres de concertation avec la Table bioalimentaire Côte-Nord
- Élaboration du portrait diagnostique et du plan d'action du pôle de Fermont
- Structuration de l'offre muséale régionale
- Choix des sites du Circuit découverte des sites de plein air
- Nouvel uniforme Côte-Nord pour les préposés du réseau d'accueil
- Traduction en anglais de la vidéo de formation Côte-Nord
- Sondage auprès des clientèles touristiques (le baromètre touristique), 3^e édition

GUIDE TOURISTIQUE OFFICIEL CÔTE-NORD 2017-2018

232
PAGES

TIRÉ À

100 000
EXEMPLAIRES

4^e édition
Côte-Nord

14 551 exemplaires
en français et 4 608
en anglais ont été
envoyés dans les
bureaux d'accueil pour
distribution aux visiteurs



SITE WEB TOURISMECOTE-NORD.COM

240 127
VISITES

— COMPRENANT —

179 425

UTILISATEURS

Sections les plus consultées :

- Page d'accueil
- Page concours
22 469 visites
- Page hébergement
16 682 visites

74,22%

sont des nouveaux
visiteurs

691 418

pages vues

**Adaptable
sur toutes les
plateformes!**

Des **85%** de visiteurs qui consultent
le site en français, **88%** proviennent du Canada.

Montréal et **Québec** sont toujours
les villes qui consultent le plus notre site.

Appareils employés par visite sur le site Web :



ordinateurs
54%

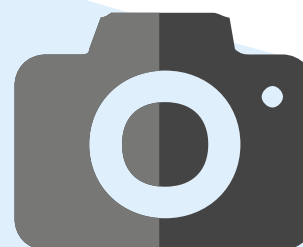


tablettes
25%



mobiles
20%

SALONS ET ÉVÈNEMENTS PROMOTIONNELS



6 salons

2 bourses des
médi



MÉDIAS SOCIAUX

DU 1^{ER} AVRIL 2016 AU 31 MARS 2017

Facebook

f **19 920**
abonnés

15 907 en 2016 ce qui représente une augmentation de 135 %

Twitter

t **2 104**
abonnés

1 584 en 2016 ce qui représente une augmentation de 171 %

Instagram

i **872**
abonnés

504 en 2016 ce qui représente une augmentation de 187 %

Pinterest

p Ajout de quatre nouveaux tableaux d'images sur les thèmes : Mammifères marins, La Route blanche, Automne en Côte-Nord et Concours Entre Nature et Dmesure 2016

18 **BUZZ**

Publications efficaces excluant les publications stimulées monétairement sur les médias sociaux



FAITS SAILLANTS

DE LA CAMPAGNE MARKETING 2016-2017

Prix AVA awards

Prix d'excellence en créativité numérique, mise en marché et stratégie pour la campagne « La vue de »



Publicités **Web**



Pour la campagne **Contemplatif**

23 445
clics

7 069 475
impressions publicitaires

Pour la campagne **Aventurier**

45 570
clics

4 302 654
impressions publicitaires

3 **CONCOURS PUBLICS**

Publicités **télé**



Diffusion sur les réseaux de Radio-Canada et de TVA

57 500 M

Impressions publicitaires sur le réseau TVA

27 100 M

Impressions publicitaires sur le réseau Radio-Canada

Campagne
viensvoirlesbaleines.com

349 182 274
impressions publicitaires

262 596
VISITES
sur le microsite Web

Campagne
Pourvoires Côte-Nord

1 485 nouvelles inscriptions
à l'infolettre des pourvoires

2 509
INSCRIPTIONS
UNIQUES

TOURNÉES JOURNALISTIQUES

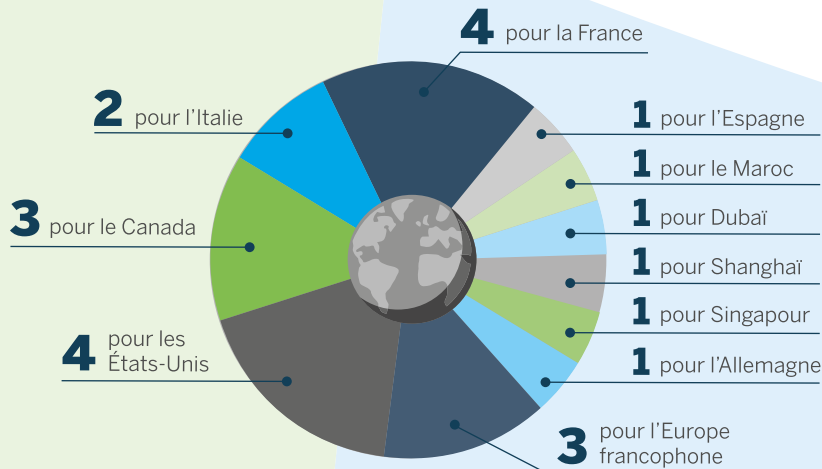
Tournées journalistiques Manicouagan

14 tournées journalistiques + **3** tournées journalistiques

organisées par
Le Québec maritime

organisées par
Tourisme Côte-Nord

Marché cible des journalistes



Tournées journalistiques Côte-Nord (Manicouagan et Duplessis)

Marché cible des journalistes

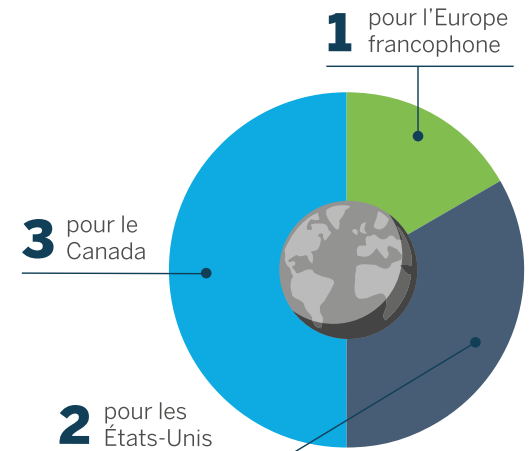
3 tournées journalistiques

organisées par
Le Québec maritime

+

2 tournées journalistiques

organisées par
Tourisme Côte-Nord



83 entrevues accordées

12 entrevues à la presse
(7 en 2015-2016)

58 entrevues à la radio
(53 en 2015-2016)

13 entrevues à la télévision
(15 en 2015-2016)

21 communiqués de presse émis

Tous traduits en anglais
pour assurer la transmission
des informations aux villages
anglophones de la
Basse-Côte-Nord

FAITS SAILLANTS DE LA SAISON TOURISTIQUE 2016

100 118

visiteurs dans le réseau
d'accueil Côte-Nord



Hausse de
8%

Principales clientèles touristiques

Québécois
68%

Visiteurs
européens
majoritairement
de France

19%



Des **100 118** visiteurs qui ont fréquenté les lieux d'accueil de la Côte-Nord, on estime qu'environ **36 042** visiteurs ont allongé leur séjour à la suite des informations reçues. Ce qui représente :

2,9 millions en recettes touristiques
supplémentaires dans la région

PRINCIPALES MOTIVATIONS CÔTE-NORD

Omniprésence des
attraits naturels à



71%

Attraits culturels à



13%

TAXE SUR L'HÉBERGEMENT

Vote sur l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement à 3,5 %

Le vote était
basé sur

**1 unité
égale**

1 vote

776

unités d'hébergement ont voté
favorablement à l'harmonisation,
soit 83,5 % des unités

Les revenus de la taxe
pour l'année 2016-2017
ont été de

583 596 \$

INFOLETTRE AUX MEMBRES

Nouvelle infolettre aux membres-
Côte-Nord **TOUT savoir TOURISME**

- Diffusée à l'ensemble des membres de Tourisme Côte-Nord (Duplessis et Manicouagan)
- Diffusée par courriel depuis octobre 2016

Quelques faits saillants du baromètre touristique

Enquête auprès des visiteurs de la Côte-Nord durant la saison estivale 2016 :

- 26 % des répondants ont séjourné plus de 10 nuitées en Côte-Nord;
- Les secteurs fréquentés par les visiteurs sont Tadoussac, 72 %, Baie-Comeau, 52 %, Havre-Saint-Pierre, 49 % et Port-Cartier-Sept-Îles, 41 %;
- Les dépenses moyennes, incluant le transport, du groupe par séjour sont de 2 030 \$, pour un séjour moyen de 10 nuitées;
- 41 % des répondants disent être complètement satisfaits de la qualité de l'accueil durant leur séjour;
- 52 % des répondants recommanderaient la région à des parents et amis;
- 305 répondants ont acheté ou réservé en ligne au moins une partie de leur séjour ou excursion;
- L'utilisation de l'appareil mobile en cours de visite a principalement servi à utiliser des outils de géolocalisation, 69 %, et à rechercher de l'information touristique, 66 %.