# RAPPORT ANNUEL 2014 2015

Tourisme Côte-Nord Duplessis

Association touristique régionale de Duplessis

Association touristique régionale de Duplessis

**RAPPORT ANNUEL 2014-2015**
**Du 1er avril 2014 au 31 mars 2015**


**Tourisme Côte-Nord|Duplessis**
312, avenue Brochu
Sept-Îles (Québec)  G4R 2W6

**Téléphone**
418 962-0808 | 1 888 463-0808

**Télécopieur**
418 962-6518

**Courriel**
info@tourismeduplessis.com

**Site Web**
tourismecote-nord.com

# TABLE DES MATIÈRES


**TABLE DES MATIÈRES** ..... i

**AVIS DE CONVOCATION ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE** ..... 1

**ORDRE DU JOUR** ..... 2

**PROCÈS-VERBAL** ..... 3

**PRÉSENCES** ..... 10

**MOT DE LA PRÉSIDENTE** ..... 12

**MOT DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE** ..... 14

**VALEURS DES ATR DE LA CÔTE-NORD** ..... 16

**VISION DES ATR DE LA CÔTE-NORD** ..... 16

**ACTIVITÉS GÉNÉRALES 2014-2015** ..... 17

Développement durable ..... 17

Démarche Côte-Nord ..... 18

Démarche en Responsabilité sociétale des entreprises 18

**MISE EN MARCHÉ ET ÉDITION** ..... 19

Guide touristique officiel Côte-Nord ..... 19

Site Web « tourismecote-nord.com » ..... 20

Médias sociaux ..... 21

**COMMUNICATIONS ET MARKETING** ..... 21

Bourse des médias été 2014 ..... 21

Table marketing printemps 2014 ..... 21

Salons et évènements promotionnels ..... 22

Présentation de la campagne marketing ..... 23

Alliance Québec à moto ..... 24

Campagne Pourvoiries Côte-Nord ..... 25

Tournées journalistiques ..... 26

Revue de presse 2014-2015 — les entrevues accordées 27

Revue de presse 2014-2015 — les communiqués émis 33

**TAXE SUR L'HÉBERGEMENT** ..... 35

Comité consultatif pourvoiries – taxe sur l'hébergement ..... 37

Comité consultatif hôteliers – taxe sur l'hébergement ..... 37

**DÉVELOPPEMENT** ..... 38

Entente de partenariat régional en tourisme ..... 38

Représentation, support, service-conseil et participation à divers projets de développement 40

Circuit Grand Nord ..... 43

Pôles touristiques ..... 44

Évaluation des sites de plein air ..... 45

# TABLE DES MATIÈRES


**ACCUEIL ..... 46**
Comité régional du réseau d'accueil ..... 46
Tournées sur le territoire ..... 47
Statistiques du réseau d'accueil ..... 47
Saison touristique 2014 ..... 54
Répartition de la clientèle ..... 56
Provenance de la clientèle ..... 57
Motivation des visiteurs à visiter la Côte-Nord|Duplessis ..... 58
Salon Découvertes ..... 59
Journées annuelles de l'accueil touristique ..... 60
Assises du tourisme ..... 60
Formations sur le service à la clientèle ..... 60
Baromètre touristique ..... 61

**VIE ASSOCIATIVE ..... 62**
Bulletin des membres (Médi'ATR) ..... 62
Grands Prix du tourisme québécois ..... 62
Formations sur l'industrie touristique ..... 62

**PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES 2015-2016 ..... 64**

**PLAN D'ACTION 2015-2016 ..... 66**
Administration et finances ..... 66
Vie associative ..... 66
Soutien et développement de l'offre ..... 66
Accueil, information et distribution ..... 67
Promotion et mise en marché ..... 68
Communications ..... 68

**ANNEXES ..... 69**
Annexe 1 – Organigramme de l'ATR Duplessis ..... 70
Annexe 2 – Organigramme Côte-Nord ..... 71
Annexe 3 – Membres du Conseil d'administration ..... 72
Annexe 4 – Personnel de Tourisme Côte-Nord|Duplessis ..... 73
Annexe 5 – Membres au 31 mars 2015 ..... 74
Annexe 6 –Résumé Rapport annuel 2014 2015 Le Québec maritime ..... 89
Annexe 7 – États financiers au 31 mars 2015 ..... 95

# AVIS DE CONVOCATION
# ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE

**Tourisme Côte-Nord|*Duplessis*** *invite ses membres* en règle à prendre part à son **Assemblée générale annuelle** (AGA), qui se tiendra le **17 septembre 2015**, à **11 h 30**, au foyer de la Salle Jean-Marc-Dion, située au 546, boulevard Laure à Sept-Îles.

Les membres souhaitant s'impliquer activement au sein du Conseil d'administration de l'Association touristique régionale de Duplessis doivent compléter le formulaire de mise en candidature joint à cet avis. Cette mise en candidature nécessite l'appui de deux membres en règle de la zone de représentation concernée. Le formulaire doit nous être retourné au plus tard le **10 septembre 2015**.

Les candidatures peuvent être présentées pour les six zones actives suivantes :

- Port-Cartier (incluant Rivière-Pentecôte)
  zone 2 1 poste en élection
- Sept-Îles (incluant Gallix et Moisie)
  zone 3 1 poste en élection
- Sept-Îles (incluant Gallix et Moisie)
  zone 3 1 poste vacant
- Sheldrake / Mingan
  zone 4 1 poste en élection
- Havre-Saint-Pierre
  zone 5 1 poste en élection
- Baie-Johan-Beetz / Natashquan
  zone 6 1 poste en élection
- Basse-Côte-Nord
  zone 7 1 poste en élection

L'Assemblée générale annuelle se déroulera sous la forme d'un dîner qui sera offert aux membres de Tourisme Côte-Nord|Duplessis.

Veuillez confirmer votre présence auprès de M$^{me}$ Manon Thibeault au **418 962-0808** ou encore au numéro sans frais **1 888 463-0808** avant midi, le 11 septembre 2015.

*Marylène Bergeron*
Secrétaire du Conseil d'administration

# ORDRE DU JOUR

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE DES MEMBRES DE TOURISME CÔTE-NORD|DUPLESSIS

## AU FOYER DE LA SALLE JEAN-MARC-DION, 546, BOULEVARD LAURE, SEPT-ÎLES LE JEUDI 17 SEPTEMBRE 2015, À 11 H 30

1. Ouverture de l'Assemblée et mot de bienvenue de la présidente

2. Vérification des présences et de la régularité de l'Assemblée (quorum)

3. Lecture et adoption de l'ordre du jour

4. Lecture et adoption du procès-verbal de l'Assemblée générale annuelle du 17 septembre 2014 et affaires découlant du procès-verbal

5. Présentation du Rapport annuel 2014-2015
   - 5.1 Mot de la présidente
   - 5.2 Mot de la directrice générale
   - 5.3 Bilan des activités

6. Rapport financier 2014-2015
   - 6.1 Mot du trésorier
   - 6.2 Rapport du vérificateur
   - 6.3 États financiers au 31 mars 2015
   - 6.4 Ratification des gestes posés par les administrateurs
   - 6.5 Choix de la firme de vérificateurs comptables

7. Plan d'action 2015-2016

8. Période de questions

9. Élection des administrateurs
   - 9.1 Nomination du président et du secrétaire d'élection
   - 9.2 Dépôt des mises en candidature
   - 9.3 Vote

10. Élection des officiers

11. Levée de l'Assemblée

# PROCÈS VERBAL

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE DES MEMBRES DE TOURISME CÔTE-NORD|DUPLESSIS

## CHÂTEAU ARNAUD, SEPT-ÎLES
## LE MERCREDI 17 SEPTEMBRE 2014, À 11 H 30.

**1. OUVERTURE DE L'ASSEMBLÉE**

La présidente, M[me] Nicole Caron, déclare l'Assemblée ouverte à 12 h 03.

**2. VÉRIFICATION DES PRÉSENCES ET DE LA RÉGULARITÉ DE L'ASSEMBLÉE (QUORUM)**

La présidente constatant le quorum (liste des présences en annexe), déclare l'Assemblée générale en règle.

**3. LECTURE ET ADOPTION DE L'ORDRE DU JOUR**

La présidente fait la lecture de l'ordre du jour.

Proposée par : M. Steve Dubreuil
Appuyée par : M. Patrice Arsenault

QUE l'ordre du jour soit accepté tel que présenté.

**4. LECTURE ET ADOPTION DU PROCÈS-VERBAL DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE DU 11 SEPTEMBRE 2013 ET AFFAIRES DÉCOULANT DU PROCÈS-VERBAL**

M[me] Caron nous fait la lecture du procès-verbal de l'Assemblée générale annuelle tenue le 11 septembre 2013.

Proposée par : M[me] Marie-Ève Cyr
Appuyée par : M[me] Ghislaine Desjardins

QUE le procès-verbal soit accepté tel que rédigé.

**5. PRÉSENTATION DU RAPPORT ANNUEL 2013-2014**

**5.1 Mot de la présidente**

M[me] Nicole Caron fait la lecture du mot de la présidente.

**5.2 Mot de la directrice générale**

M[me] Marie-Soleil Vigneault fait la lecture du mot de la directrice générale.

**5.3 Bilan des activités générales**

Les membres de l'équipe permanente de Tourisme Côte-Nord|Duplessis présentent à tour de rôle les principales activités qui ont eu lieu au cours de l'année.

Il est bien sûr question du plan stratégique Côte-Nord 2013-2018, de développement durable, du Guide touristique Côte-Nord 2014-2015, de la carte des sentiers motoneige et quad Côte-Nord, du site Web, des projets de développement, des activités en accueil, etc.



M^me^ Vigneault mentionne également que Tourisme Côte-Nord|Duplessis a siégé au cours de l'année au sein de plusieurs comités et tables et participé à plusieurs rencontres et activités. M^me^ Mélissa Rochefort cite, par exemples, les consultations publiques pour les aires protégées et le plan d'action régional en culture et en communications 2014-2019.

**6. RAPPORT FINANCIER 2013-2014**

**6.1 Mot du trésorier**

M^me^ Caron invite M. André Monger de la firme Gestion André Monger CA, à présenter le rapport des auditeurs indépendants et les états financiers au 31 mars 2014.

**6.2 Rapport des vérificateurs**

M. Monger fait la lecture du rapport de vérificateur.

**6.3 États financiers au 31 mars 2014**

M. André Monger explique les états financiers de l'année 2013-2014.

M. Patrice Arsenault s'interroge sur les montants de la taxe sur l'hébergement et les écarts rencontrés entre les prévisions et le réel. M. Monger explique que la différence provient surtout du fait que nous cumulons la taxe pendant l'année en cours pour la dépenser l'année suivante seulement.

M^me^ Violaine Doyle désire une précision concernant les postes « salaires ». Elle veut savoir si en additionnant chaque salaire elle obtiendra la masse salariale totale. M. Monger lui répond qu'effectivement si on

additionne tous les salaires par département, cela donne la totalité des dépenses annuelles en salaires.

IL EST PROPOSÉ QUE les états financiers au 31 mars 2014 soient acceptés tels que déposés et présentés par M. André Monger de l'entreprise Gestion André Monger CA.

Proposée par : M[me] Diane Gagné
Appuyée par : M. Patrice Arsenault

M[me] Caron remercie M. Monger de sa présentation.

**6.4 Ratification des gestes posés par les administrateurs**

M. Monger suggère que les membres ratifient les gestes posés par les administrateurs.

Proposée par : M. Christian Marcotte
Appuyée par : M[me] Marie-Ève Cyr

**6.5 Choix de la firme de vérificateurs comptables**

M[me] Caron suggère que les membres reconduisent le mandat de la firme Gestion André Monger CA pour l'année 2014-2015.

Proposée par : M[me] Ghislaine Desjardins
Appuyée par : M[me] Josée Benjamin

**7. PLAN D'ACTION 2014-2015**

M[me] Vigneault, directrice générale, fait la présentation du plan d'action 2014-2015.

La directrice générale fait part des actions ciblées et en énumère quelques-unes dont l'élaboration des plans de communication et de marketing de la région.

Elle rappelle que le leitmotiv de Tourisme Côte-Nord|Duplessis sera de travailler toujours davantage Côte-Nord. L'énergie sera consacrée à la mise en œuvre du Plan stratégique Côte-Nord et des actions communes avec Tourisme Côte-Nord|Manicouagan.

**8. PÉRIODE DE QUESTIONS**

Q : M[me] Monica Thériault demande comment se traduit l'achalandage des réseaux d'accueil.

R : M[me] Mélissa Rochefort lui répond que c'est une excellente question, mais qu'il n'y aura probablement pas d'excellente réponse. Par le passé, il y avait un ratio que le

ministère du Tourisme avait approuvé, les données obtenues reflétaient passablement la réalité, mais en 2014, ce ratio ne fonctionne plus. Pour l'instant, il n'existe aucun ratio. La région veut se doter d'indicateurs de performance. La Côte-Nord fait même parti d'un projet pilote à l'été et l'automne 2014. Pour sortir un vrai bilan, il faudrait que tous nos membres nous fournissent leurs statistiques.

Nous avons déjà un bon aperçu puisque les traversiers nous donnent accès à leurs statistiques. Le taux d'occupation dans les hôtels est également un indicateur.



M[me] Ghislaine Desjardins mentionne pour sa part qu'un questionnaire effectué par les membres pourrait avoir une incidence. Il s'agirait simplement de poser une question aux visiteurs dans les attraits et/ou les hébergements, par exemple : « Êtes-vous déjà passé par le bureau touristique? ».

M[me] Marlène Arsenault nous dit que la Réserve de parc national de l'Archipel-de-Mingan a fait, en 2012, un sondage sur la route 138, à l'ouest de Longue-Pointe-de-Mingan, où systématiquement, toutes les autos étaient arrêtées et les gens devaient répondre s'ils avaient l'intention de visiter l'archipel. Une réponse sur deux était positive, mais ce sondage a été colossal et très onéreux.

Q : M[me] Brigitte Lalo-Malec mentionne que les statistiques sont sensiblement les mêmes aux bureaux de Sept-Îles et de Natashquan, donc on peut penser que ce sont les mêmes gens qui se sont présentés dans les deux bureaux.

R : M[me] Marie-Soleil Vigneault explique que malheureusement c'est beaucoup plus complexe, que ça ne veut pas nécessairement dire que ce sont les mêmes touristes, que l'analyse des données demeure un défi et qu'il est à espérer que les données soient de plus en plus complètes au cours des prochaines années.

Q : M. Patrice Arsenault demande si on garde contact avec les touristes de passage dans la région par courriel, car il mentionne avoir obtenu une hausse de 20 % dans les activités de la Station récréotouristique de Gallix l'an dernier juste en gardant contact avec ses membres.

R : M^me^ Nicole Caron répond que ce n'est pas facile d'obtenir les courriels des gens, qu'ils ne souhaitent pas toujours donner leurs coordonnées.

Pour sa part M^me^ Marie-Soleil Vigneault dit que par le biais du concours de cet été, il sera possible d'envoyer une lettre d'information aux gens qui ont répondu positivement au sondage et que l'ATR possède déjà une banque de coordonnées. De plus, une infolettre Côte-Nord sera éventuellement mise sur pied.

Q : M^me^ Brigitte Lalo-Malec dit qu'il serait souhaitable d'exploiter le tronçon de route trans-labradorien (la 500 et la 510) entre Labrador City et Blanc-Sablon.

R : M^me^ Marie-Soleil mentionne qu'il y a déjà des actions prises et à venir, que la route du Grand Nord est un circuit inscrit au Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord et donc une priorité d'ici cinq ans.

## 9. ÉLECTION DES ADMINISTRATEURS

### 9.1 Nomination du président et secrétaire d'élection

Suite à la réception des candidatures pour les différents postes à combler au conseil d'administration, aucune élection n'est nécessaire puisque les personnes intéressées sont élues par acclamation.

### 9.2 Dépôt des mises en candidature

Tous les membres intéressés à déposer leur candidature pour un poste d'administrateur au sein du Conseil d'administration de l'Association touristique régionale de Duplessis devaient faire parvenir leur formulaire de mise en candidature avant la date limite du 10 septembre 2014.

Toutes les candidatures reçues ont été vérifiées par Tourisme Côte-Nord|Duplessis et par M. André Monger de la firme Gestion André Monger CA.

Par acclamation, les personnes suivantes sont donc élues : M. Dany Bacon pour la zone 2, M. Patrice Arsenault pour la zone 3, M^me^ Marlène Arsenault pour la zone 5, M^me^ Danièle Morin pour la zone 8, et M^me^ Pascale Castilloux pour la zone 9.

Une candidature pour la zone 5 a également été reçue pour un poste laissé vacant par la démission d'un

administrateur. Le poste est comblé par M. Théoharris Ganas.

**9.3 Vote**

Le vote n'est pas nécessaire puisqu'aucune zone n'a reçu plus d'une candidature.

**10. ÉLECTIONS DES OFFICIERS**

Suite à la présentation des nouveaux membres du Conseil d'administration, les administrateurs se sont retirés quelques minutes à huis clos pour élire les officiers. Le conseil d'administration 2014-2015 sera donc composé de la façon suivante :

Présidente :
M^me^ Nicole Caron
Sheldrake / Mingan (Zone 4)

1^er^ vice-président :
M. Magella Landry
Baie-Johan-Beetz / Natashquan (Zone 6)

2^e^ vice-présidente :
M^me^ Nicole Monger
Basse-Côte-Nord (Zone 7)

Trésorier :
M. Robert Michaud
Sept-Îles (Zone 3)

Secrétaire :
M^me^ Marylène Bergeron
Port-Cartier (Zone 2)

Administratrices/Administrateurs :

| | |
|---|---|
| M. Dany Bacon | Port-Cartier (Zone 2) |
| M. Patrice Arsenault | Sept-Îles (Zone 3) |
| M^me^ Marlène Arsenault | Havre-Saint-Pierre (Zone 5) |
| M. Théoharris Ganas | Havre-Saint-Pierre (Zone 5) |
| M^me^ Danièle Morin | Île d'Anticosti (Zone 8) |
| M^me^ Pascale Castilloux | Fermont / Schefferville (Zone 9) |

**11. LEVÉE DE L'ASSEMBLÉE**

Proposée par : M. Steve Dubreuil

Appuyée par : M$^{me}$ Diane Gagné

QUE l'Assemblée générale annuelle de l'Association touristique régionale de Duplessis soit levée à 14 h 05.

Nicole Caron
Présidente

Marylène Bergeron
Secrétaire

Côte de l'île d'Anticosti © A. St-Gelais

# PRÉSENCES

## ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE DES MEMBRES DE TOURISME CÔTE-NORD|DUPLESSIS

## CHÂTEAU ARNAUD, SEPT-ÎLES
## LE MERCREDI 17 SEPTEMBRE 2014, À 11 H 30.

| Organismes/Entreprises | Organismes/Entreprises |
|---|---|
| 1. Théoharris Ganas | Restaurant Chez Julie |
| 2. Monica Thériault | Conférence régionale des élus de la Côte-Nord |
| 3. Jean-Marie Martin | Société historique de Port-Cartier |
| 4. Alain Gagnon | Club Quad VTT Les Nord-Côtiers |
| 5. Audrey Beauchemin | Corporation de l'île aux Perroquets |
| 6. Patrice Arsenault | Station récréotouristique Gallix |
| 7. Sarah Beaupré | CLD Sept-Rivières |
| 8. Enrico Brisson | Développement économique Sept-Îles |
| 9. Christian Marcotte | Musée régional de la Côte-Nord |
| 10. Nicole Caron | Voyages Caron & Jones |
| 11. Nicole Monger | Toutes Îles inc. |
| 12. Danièle Morin | Municipalité d'Anticosti |
| 13. Steve Dubreuil | Musée régional de la Côte-Nord |
| 14. Robert Jones | Voyages Caron & Jones |
| 15. Marie-Ève Caron | Tourisme Sept-Îles |
| 16. Marylène Bergeron | Ville de Port-Cartier |
| 17. Pascale Castilloux | CLD de Caniapiscau |

| Noms | Organismes/Entreprises |
|---|---|
| 18. Dany Bacon | Réserve faunique de Port-Cartier – Sept-Îles |
| 19. Yves Desrosiers | Café-théâtre Graffiti |
| 20. Magella Landry | Auberge Le Port d'Attache |
| 21. André Monger | Gestion André Monger CA |
| 22. Marie-Soleil Vigneault | Tourisme Côte-Nord\|Duplessis |
| 23. Marlène Arsenault | Réserve de parc national de l'Archipel-de-Mingan |
| 24. Josée Benjamin | Pourvoirie du Lac Allard et rivière Mingan |
| 25. Diane Gagné | Salon du livre de la Côte-Nord |
| 26. Violaine Doyle | Ville de Port-Cartier |
| 27. Sandra Dallaire | Centre des congrès de Sept-Îles |
| 28. Ghislaine Desjardins | Gîte Le Vent de Mer |
| 29. Brigitte Lalo-Malec | Provincial Airlines (PAL) |
| 30. Nathalie Lafleur | Tourisme Côte-Nord\|Duplessis |
| 31. Catherine Allard | Tourisme Côte-Nord\|Duplessis |
| 32. Stéphane Lacroix | Développement économique Canada |
| 33. Frédéric Babin | Tourisme Côte-Nord\|Manicouagan |
| 34. Michel St-Laurent | Festival du conte et de la légende de l'Innucadie |
| 35. Dominique Poupart | Copacte de Natashquan |
| 36. Éric Martin | Journal Le Nord-Côtier |
| 37. Manon Thibeault | Tourisme Côte-Nord\|Duplessis |
| 38. Gabrielle Potvin | Tourisme Côte-Nord\|Duplessis |
| 39. Danny Bourdeau | Tourisme Côte-Nord\|Duplessis |
| 40. Mélissa Rochefort | Tourisme Côte-Nord\|Duplessis |

## MOT DE LA PRÉSIDENTE

Chers membres de Tourisme Côte-Nord|Duplessis, chers partenaires,

Bienvenue à cette Assemblée générale annuelle, pendant laquelle nous nous remémorerons l'année qui s'est écoulée du 1er avril 2014 au 31 mars 2015. Une année encore une fois bien remplie et forte en émotions.

C'est sur la lancée amorcée lors du Forum « Destination Côte-Nord », tenu en mai 2013 et pendant lequel nous avons dévoilé le Plan Stratégique de développement touristique de la Côte-Nord 2013-2020, que s'est déroulée la dernière année. Rappelons que le plan stratégique est le résultat d'un formidable travail de concertation de plus d'une quarantaine d'intervenants du milieu, de Tadoussac à Blanc-Sablon. Ainsi, plusieurs actions nord-côtières ont été mises en œuvre par les équipes des deux ATR de la région.

Cette vision d'une Côte-Nord fière et unifiée, a progressé grâce au soutien d'un consultant en RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises/Organisations), qui accompagne les directrices générales des ATR de la Côte-Nord dans l'implantation de processus et méthodes communes. Comme vous le savez, les actions conjointes se font de plus en plus nombreuses et il est important de maximiser nos efforts afin de développer le plein potentiel et les retombées économiques de notre industrie sur le territoire. Tout cela doit être réalisé de façon à assurer un tourisme durable mettant en valeur nos nombreux attraits.

Au cours des derniers mois, il faut souligner l'apport de l'Entente de partenariat régional en tourisme pour le développement de l'offre touristique de Duplessis; cette entente a permis à de nombreux entrepreneurs touristiques de créer de nouveaux attraits ou de bonifier leurs installations existantes.

L'élaboration d'un nouvel organigramme a aussi permis une utilisation plus efficiente des compétences de chacun des membres de l'équipe, que je tiens personnellement à remercier pour la qualité de leur travail. Sous la direction générale de madame Marie-Soleil Vigneault, la progression de plusieurs grands dossiers Côte-Nord a été phénoménale. Notons entre autres la nouvelle image de marque « Entre nature et démesure ». En plus de remercier madame Vigneault, je dois souligner la qualité du travail accompli par madame Mélissa

Rochefort qui a assuré la direction intérimaire pendant quelques mois en 2014.

Je remercie également les membres de notre Conseil d'administration qui, par la variété de leurs expériences et connaissances, soutiennent et encouragent le développement et la renommée de notre magnifique Côte-Nord. Sans votre concours, chers membres et chers partenaires, cette grande aventure serait beaucoup plus ardue.

Merci à tous!

Nicole Caron
Présidente

Phare de l'île aux Perroquets © A. St-Gelais

# MOT DE LA DIRECTRICE GÉNÉRALE

Chers membres et partenaires de l'industrie touristique,

L'année financière qui s'est terminée a été occupée une fois de plus par le déploiement du plan stratégique de développement touristique Côte-Nord. De façon à rendre le travail plus efficient entre les deux ATR (Manicouagan et Duplessis), un organigramme Côte-Nord a été conçu à l'automne et mis en œuvre au fil des mois qui ont suivi. Il demeure évolutif pour la prochaine année. Cette réorganisation a demandé et exige encore beaucoup de souplesse et d'ouverture de la part des équipes, qui ont dû subir d'importants changements dans leurs façons de fonctionner au quotidien.

En plus de ces transformations à l'interne, 2014-2015 a été marqué par le début des travaux de réflexion sur un nouveau modèle de gouvernance de l'industrie touristique. Cette situation a engendré un climat d'incertitude auprès de tous les acteurs concernés. Les ATR associées du Québec ont travaillé ensemble afin de déposer à la ministre du Tourisme un mémoire proposant plusieurs options pour rendre la province plus performante au niveau touristique. La gestion de la taxe sur l'hébergement a été au cœur de plusieurs débats entre la Ministre et les ATR et demeure un enjeu important. A ce jour, le plan de Madame Dominique Vien n'a toujours pas été déposé auprès des membres de l'industrie.

Dans cette lignée de perturbations, au 31 mars 2015 prenait fin l'Entente de partenariat régional en tourisme pour le développement de l'offre touristique de Duplessis (EPRT). Après presque six ans et après avoir soutenu 33 projets grâce à l'étroite collaboration des CLD, des MRC, de l'ATR et du ministère du Tourisme, la Ministre a convenu de ne pas renouveler les EPRT en région. La suppression de ce levier extraordinaire est une grande perte pour notre territoire dont le potentiel de développement est incontestable.

De plus, rappelons-nous que c'est au printemps et à l'été 2014 que la campagne publicitaire découlant de la nouvelle image de marque Côte-Nord a été créée. Les productions télé, Web et imprimées ont été réalisées selon le concept « Ça fait du bien de se sentir petit, petit, petit ». Le budget en promotion, dans sa presque totalité, a été jumelé à celui de Manicouagan; les actions ont pour la plupart été accomplies en commun. Même les sites Web des deux ATR sont maintenant combinés en un seul.

Le bilan de l'année ne serait pas complet sans souligner que l'intérim de la direction générale a été assumé par Mélissa Rochefort entre avril et octobre 2014. La tâche a été lourde pour notre coordonnatrice qui a dû combiner la direction et le développement pendant plusieurs mois et ce, dans un contexte en perpétuel bouleversement. Bref, un grand merci à Mélissa et à toute l'équipe qui ont fait preuve d'une grande autonomie et débrouillardise pendant mon absence. Une mention spéciale également pour mon homologue Grétha Fougères qui a su accompagner l'ATR Duplessis durant cette période.

Malgré cette année mouvementée, toute l'équipe conserve le cap vers l'atteinte des mandats et des objectifs qui nous sont confiés. Grâce à votre contribution et votre passion, nous sommes motivés à redoubler d'efforts afin que la région devienne la destination de prédilection des visiteurs de partout.

Marie-Soleil Vigneault
Directrice générale

Baie-Johan-Beetz © G. Potvin

## VALEURS DES ATR DE LA CÔTE-NORD

Puisque les deux Associations touristiques régionales de la Côte-Nord ont uni leurs ressources humaines pour une organisation plus performante, les équipes de la permanence ont établi ensemble, en décembre 2014, les valeurs qui orientent toutes nos actions. Elles se définissent ainsi :

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



## VISION DES ATR DE LA CÔTE-NORD

Dans le cadre de la démarche en Responsabilité sociétale des entreprises (RSE), les Associations touristiques régionales de la Côte-Nord se sont dotées d'une nouvelle vision d'organisation. Cette vision est issue d'une réflexion réalisée par les deux équipes unifiées des ATR, par les deux conseils d'administration ainsi que par les directrices générales. Elle est inclusive et reflète le dynamisme des équipes de travail ainsi que l'engagement de chaque membre du personnel à s'investir dans la réalisation de celle-ci et dans l'atteinte des objectifs du gouvernement et du Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord 2012-2018. Elle se traduit ainsi :

**En 2020**, dans cette région de nature et de démesure, les ATR de la Côte-Nord sont plus que jamais essentielles :

**Pour l'économie du Québec**, les ATR ont atteint les objectifs de leur Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord. Ces objectifs ont amené des retombées économiques significatives en plus d'avoir contribué à la création d'emplois. Les ATR ont ainsi su développer et défendre un nouveau modèle d'affaires basé sur les principes de la Responsabilité sociétale des entreprises/organisations.

**Pour les membres de l'industrie touristique**, les ATR sont des leaders incontournables pour la concertation, le développement de l'offre, la promotion, l'accueil et l'information touristique. Elles sont reconnues pour leurs capacités de communication et d'innovation. Elles répondent de façon proactive aux besoins de formation et de structuration de leurs membres et contribuent ainsi à leur notoriété.

**Pour les intervenants de toutes les sphères d'activités,** les ATR sont unifiées et rassembleuses. Elles fédèrent l'ensemble des partenaires pour faire de la Côte-Nord une destination séduisante, de calibre international.

**Pour la collectivité,** les ATR représentent équitablement toutes les communautés et l'ensemble du territoire.

De plus, **nos équipes** sont fortes, multidisciplinaires et ont su monter en puissance. Chacun y travaille dans un but commun de rayonnement de la région.

**Nous sommes fières d'occuper et de promouvoir l'un des plus grands territoires accessibles du Québec.**

# ACTIVITÉS GÉNÉRALES 2014-2015

## DÉVELOPPEMENT DURABLE

D'avril à septembre 2014, le comité développement durable, composé de Catherine Allard, Gabrielle Potvin et Mélissa Rochefort, a rédigé un plan d'action en développement durable. L'ensemble de l'équipe a accueilli favorablement ce document lors d'une présentation le 20 octobre 2014. Chaque membre de l'équipe a accepté la responsabilité de certaines actions.

Le suivi de la mise en œuvre du plan d'action et des indicateurs de résultats permettent de constater que 14 des 24 actions ont déjà été réalisées. Voici quelques exemples des accomplissements de l'équipe :

Enjeu # 1 : mise en place du plan de développement durable

- Rédiger un plan d'action et consulter l'équipe

Enjeu # 2 : attraction/rétention de la main d'œuvre

- Dresser le portrait des outils de travail de l'équipe et identifier les solutions permettant d'augmenter l'efficacité de tous

Enjeu # 3 : mission/valeurs de l'organisme

- Diffuser la mission et les valeurs de Tourisme Côte-Nord|Duplessis lors des événements et formations que nous organisons

Enjeu # 4 : santé et sécurité

- Établir un budget nécessaire à l'amélioration de certains espaces de travail

Enjeu # 5 : pratiques environnementales

- Réduire l'utilisation de papier par l'organisation de réunions sans papier

La mise en œuvre de ce plan d'action se poursuivra dans les années à venir.

## DÉMARCHE CÔTE-NORD

Depuis le Forum « Destination Côte-Nord » en mai 2013, plusieurs actions structurantes découlant du Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord ont été réalisées en collaboration avec Tourisme Côte-Nord|Manicouagan, telles que :

- Une nouvelle image de marque Côte-Nord;
- Une carte motoneige et quad Côte-Nord;
- Un guide touristique Côte-Nord;
- Un seul site Web (tourismecote-nord.com);
- Des campagnes marketing au Québec et à l'étranger;
- Un bilan statistique Côte-Nord;
- Des rencontres des conseils d'administration des deux ATR de la Côte-Nord;
- Une vidéo de formation sur le profil touristique, géographique et économique de la Côte-Nord;
- De nouvelles valeurs d'organisation Côte-Nord;
- Une vision en adéquation avec l'atteinte des objectifs.

Le succès dans l'atteinte des nombreux objectifs est attribuable non seulement à l'engagement et à la mobilisation du personnel des deux associations touristiques et des intervenants du milieu, mais également à la démarche en Responsabilité sociétale des entreprises que l'Association touristique régionale de Duplessis mène en collaboration avec celle de Manicouagan. Il s'agit d'un travail considérable en concertation, une alliance organisationnelle pour positionner la région de manière plus visible et distinctive dans l'échiquier des destinations touristiques majeures au Québec et à l'international.

## DÉMARCHE EN RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES

Afin d'atteindre les cibles gouvernementales inscrites au Plan stratégique de développement touristique, les deux ATR ont entrepris une démarche en Responsabilité sociétale des entreprises (RSE). Celle-ci a pour effet de rassurer les parties prenantes (industrie, partenaires, membres) et de contribuer au développement durable. Elle permet d'identifier de façon claire

les menaces et les opportunités, d'être efficaces et pertinents dans les actions réalisées (productivité, indicateurs de performance). Elle favorise la communication des résultats atteints auprès des divers intervenants, leurs bénéfices et leurs rôles dans l'industrie touristique de la Côte-Nord.

Cette démarche amorcée au printemps 2014 devrait s'échelonner sur une période de plus ou moins 18 mois et permettra une mise en œuvre du Plan stratégique plus efficiente et basée sur une méthodologie innovatrice.

## MISE EN MARCHÉ ET ÉDITION

### GUIDE TOURISTIQUE OFFICIEL CÔTE-NORD

Pour une deuxième année consécutive, le Guide touristique officiel de la Côte-Nord a été édité. Le livret vacances est passé de 272 pages à 240 pages, avec un tirage de près de 137 000 exemplaires (165 000 copies l'année précédente).

De grande notoriété et offerts gratuitement, les guides touristiques du Québec s'avèrent être les meilleurs outils d'information disponibles sur le marché, disposant d'un grand réseau de distribution. Le Guide touristique officiel Côte-Nord rejoint toutes les clientèles potentielles : touristiques, corporatives et locales. Il sera distribué dans tous les foyers de la Côte-Nord en mai.

Une refonte complète de la collection des Guides touristiques officiels du Québec a été réalisée, permettant l'apparition de nouvelles sections tandis que d'autres ont été améliorées. Voici quelques exemples :

- La trousse de voyage (p. 4);
- Les incontournables (p. 8 à 11);
- La Route des Baleines (p. 14);
- Un tableau sur les sports de glisse (p. 153);
- La rubrique Renseignements utiles (p. 217 à 238);
- La nouvelle section Hébergements insolites (p. 212 à 214);
- La présentation des secteurs, municipalités et attraits (p. 22 à 83);
- La disposition des publicités mieux intégrées et plus visibles;
- Le nouveau traitement graphique de la page du Réseau d'observation des baleines (p. 106);
- La section chasse et pêche (p. 156 à 163) et l'hébergement (p. 194 à 214);
- L'ajout d'exergues mettant en valeur des éléments distinctifs de la Côte-Nord.

## SITE WEB « TOURISMECOTE-NORD.COM »

L'univers du Web est en constante évolution et pour s'assurer de suivre les tendances, un nouveau site Web pour la Côte-Nord a été mis en ligne. Suite aux recommandations du Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord, l'année 2014 a marqué la fin des sites tourismeduplessis.com et cotenord-manicouagan.com. Une proposition de l'ATR de Manicouagan a été soumise afin d'utiliser le site de Manicouagan comme base de travail pour le nouveau site Côte-Nord. Leur site étant plus récent et utilisant un système de gestion continu (SGC) plus fiable, il permettait une mise en ligne plus rapide et surtout une économie importante de temps et de coûts. Cette option a été acceptée par Tourisme Côte-Nord|Duplessis.

Ainsi, un processus de transfert de bases de données de Duplessis vers le nouveau système de gestion a été effectué au cours du printemps et des ajustements se sont poursuivis tout au long de l'année. Le visuel graphique du site a été adapté aux couleurs de la nouvelle image de marque Côte-Nord. Les textes ont tous été révisés pour couvrir l'ensemble des deux régions touristiques. L'intégration des images de Duplessis, autant celles des membres que du site en général, a été réalisée et se poursuivra encore au cours de la prochaine année.

Un des avantages de cette mise en commun était d'avoir un seul site présentant les données pour toute la Côte-Nord. Dorénavant, un visiteur de notre site Web obtient l'ensemble de l'offre de nos membres (attraits, activités et services). Par exemple, pour les Croisières et excursions, l'internaute obtient la liste de près de 30 bateliers. Par ailleurs, l'ancienne section « Coin des membres » du site Duplessis a été remplacée par un site parallèle au site public que l'on nomme « Blogue » et situé à tourismecote-nord.com/blogue.

Voici un aperçu de quelques données statistiques du 1er juin 2014 au 31 mars 2015 :

- 142 010 sessions comprenant 105 201 utilisateurs;
- 479 946 pages vues dont le nombre moyen de pages par session est de 3,38;
- 73,89 % sont des nouveaux visiteurs;
- Plus de 85 % des visiteurs consultent le site en français et proviennent du Canada à 91 %, de la France à 4 % et des États-Unis à 2 %;
- Montréal et Québec sont les villes qui consultent le plus notre site;

- La section hébergement est la plus consultée après la page d'accueil avec 23 429 visites, suivie par la section activités et attraits avec 12 429 visites;
- 94 234 sessions ont été ouvertes sur un ordinateur et 28 485 sur une tablette.

Note : étant donné que le nouveau site a vu le jour au printemps 2014, il n'est pas possible de comparer les données avec une année précédente. Toutefois, grâce à la campagne de promotion, le site commun a obtenu plus de visites que le total des deux sites séparés pour la même période l'année précédente.

### MÉDIAS SOCIAUX

La page Facebook Duplessis a été fusionnée avec la page Facebook Manicouagan au mois de mars 2015. Cette mise en commun est en continuité avec la démarche de mise en valeur d'une seule grande destination touristique qu'est la Côte-Nord, telle que proposée au Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord.

Plusieurs fois par semaine des nouvelles et des images de la Côte-Nord sont déposées sur les médias sociaux afin de faire connaître les quelques 600 membres des deux ATR et refléter le dynamisme de l'industrie touristique.

Le compte Twitter de Tourisme Côte-Nord compte près de 1 364 abonnés. La nouvelle page Facebook est suivie par 13 070 personnes et l'infolettre touristique mensuelle est distribuée à 5 984 lecteurs.

## COMMUNICATIONS ET MARKETING

### BOURSE DES MÉDIAS ÉTÉ 2014

La Bourse des médias organisée par ATR associées du Québec s'est tenue le mercredi 9 avril 2014 au Hyatt Regency Montréal. Cet événement annuel permet aux représentants des régions touristiques du Québec de rencontrer divers médias intéressés, selon leur champ d'expertise respectif, par l'industrie touristique.

À cette occasion, chaque ATR devait fournir un produit régional servant à la composition de paniers remis lors de tirages aux journalistes présents; parmi ceux ayant réalisé un reportage sur le Québec au cours de la dernière année.

### TABLE MARKETING PRINTEMPS 2014

Les 29 et 30 avril 2014, à l'hôtel Alt du Quartier DIX 30, a eu lieu la rencontre des directeurs marketing des régions touristiques du Québec.

Les stratégies marketing actuelles et à venir au cours de la prochaine année ont été abordées dans les nombreux échanges lors de cette rencontre.

Les sujets traités étaient aussi diversifiés que :

- La page Facebook des régions;
- La réforme des Guides touristiques officiels;
- L'accompagnement numérique des entreprises touristiques;
- La coopétition
- Les alliances marketing réseau;
- Les alliances à prioriser (circuits et routes);
- Le partenariat avec les ATS.



## SALONS ET ÉVÈNEMENTS PROMOTIONNELS

9 avril 2014

**Bourse des médias été (ATR associées du Québec)**

Hyatt Regency de Montréal

76 journalistes présents (50 rencontrés)

24 au 26 octobre 2014

**Salon des sports récréatifs motorisés**

Centre de foires de Québec

18 226 visiteurs

Partenaires :

- Tourisme Port-Cartier
- Complexe Hôtelier Pelchat
- Ferme 5 étoiles

6 au 8 février 2015

**Salon de la moto et VTT de Québec**

Centre de foires de Québec

Espace : QUÉBEC À MOTO

19 758 visiteurs

5 au 8 mars 2015

**Salon du VR de Montréal**

Stade olympique de Montréal

Espace : Concept Côte-Nord

34 317 visiteurs

Partenaires :

- Tourisme Sept-Îles
- Tourisme Port-Cartier
- Parcs Canada (distribution de dépliants)

- Jardin des Glaciers
- Festivent Longue-Rive
- Parc nature de Pointe-aux-Outardes

26 au 29 mars 2015

**Salon du VR de Québec**

Centre de foires de Québec

Espace : Concept Côte-Nord

21 101 visiteurs

Partenaires :

- Tourisme Sept-Îles
- Tourisme Port-Cartier
- Parcs Canada (distribution de dépliants)
- Festivent Longue-Rive

## PRÉSENTATION DE LA CAMPAGNE MARKETING

Voici quelques faits saillants de la campagne marketing 2014-2015 de Tourisme Côte-Nord sous le thème « Ça fait du bien de se sentir petit petit petit… » :

**Publicités télé**

Les publicités diffusées sur les chaines télévisuelles comprenaient les éléments suivants : un message de 30 secondes, un bandeau commercial, une commandite du sous-titrage et un décompte.

- Diffusées à TVA (TVA Réseau, LCN, Prise 2, Addik, Casa, TVA Sports, MOI & Cie, Argent) et sur Radio-Canada (SRC Québec, SRC Montréal, RDI, Explora).
- La campagne a rejoint près de 79 % du public cible, pour une portée totale de 5,5 millions sur chaque réseau.

**Publicités Web**

Les publicités Web se sont déclinées ainsi :

- Bannières sur les sites ici.radio-canada.ca, météomédia.com, espaces.ca et quebecvacances.com. Elles ont généré 6 545 335 impressions avec 7 327 clics donc un taux de clics de 0,11 %;
- L'achat programmatique de demi-pages expansibles a généré 611 153 impressions avec 2 272 clics donc un taux d'interaction de 16 %;
- Facebook a généré un total de 3 510 300 impressions avec 11 598 clics donc un taux de 0,33 %;
- L'achat de mots clés sur Google AdWords relié au tourisme, aux vacances et à la Côte-Nord a généré 260 161 impressions avec 9 348 clics donc un taux de clics de 3,59 %.

Les résultats de la campagne Web se résume ainsi : 11 236 919 impressions livrées, 23 926 visites sur le site, 8 734 nouveaux fans sur Facebook et 2 352 interactions sociales.

**Publicités médias imprimés**

Tourisme Côte-Nord a par ailleurs investi dans les médias imprimés suivants :

- Le Guide Camping : quatre pages publicitaires avec la participation de dix partenaires
- Le Guide des vacances au Québec : deux pages publicitaires, quatre partenaires et une section rédactionnelle. Un total de six pages de positionnement.



**Concours**

Les concours suivants ont été lancés :

- « Visitez la Côte-Nord en famille » sur les ondes de la radio de Radio-Canada, à l'émission Première heure;
- « Un séjour dans la région » en collaboration avec le Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent.

## ALLIANCE QUÉBEC À MOTO

L'Alliance Québec à moto est le regroupement de neuf ATR désireuses de se positionner sur le marché du mototourisme au Québec. Elles ont développé ensemble des stratégies afin de faire connaître leur région comme destination à découvrir en moto grâce à différentes plateformes promotionnelles, telles que le Carnet moto, le site Web quebecamoto.com, la page Facebook Québecamoto, les salons de la moto de Montréal et de Québec ainsi que sur des placements imprimés dans des magazines spécialisés. Les neuf régions participantes sont : Abitibi-Témiscamingue, Charlevoix, Côte-Nord|Manicouagan, Côte-Nord|Duplessis, Lanaudière, Mauricie, Outaouais, Saguenay -Lac-Saint-Jean et Baie-James/Eeyou Istchee.

Il s'agit d'un projet inter régional faisant partie de la campagne marketing réseau d'ATR associées du Québec dans lequel Tourisme Côte-Nord|Duplessis investit chaque année.

La sortie de la 4$^{e}$ édition du Carnet moto s'est faite en février 2015 à 30 000 exemplaires.

La mise en ligne du nouveau site Web quebecamoto.com a été réalisée en mars 2015.

## CAMPAGNE POURVOIRIES CÔTE-NORD

- Le **concours** « Les plus belles pourvoiries de la Côte-Nord » a généré 2 105 inscriptions et 1 117 inscriptions à l'infolettre;
- Les magazines suivants ont été sélectionnés pour les **publicités imprimées** : Aventure chasse et pêche, le Guide des pourvoiries du Québec et le Guide du pêcheur. Le concept faisait la promotion du concours;
- Une campagne d'**achat de mots clés** sur Google a été réalisée et a obtenu 4 918 clics et 874 973 impressions. Nous avons réalisé des campagnes de bannières sur des sites Web ciblés;
- Pour la **télévision**, deux publicités de 15 secondes ont été diffusées dans chaque épisode de l'émission « Le Camp en pourvoirie » dans le bloc plein air de RDS. Un épisode a été produit à la Pourvoirie de la rivière Corneille. Nous avons également été partenaire de l'émission « Québec à vol d'oiseau pour la chronique culinaire » diffusée pendant 13 épisodes, ainsi que le tournage d'un épisode de chasse au chevreuil diffusé à RDS et Wild TV.

Tête-à-la-Baleine © N. Girard

## TOURNÉES JOURNALISTIQUES

Plusieurs tournées journalistiques ont eu lieu sur le territoire de Duplessis au cours de la saison 2014-2015, il s'agit de :

| Représentant | Média | Dates de la venue |
|---|---|---|
| Claudine Hébert | Les Affaires | 3 au 11 juin 2014 |
| Emmanuel Viau * | Dernières Nouvelles d'Alsace | 14 au 20 juin 2014 |
| Bruno Fava * | La Voix du Nord | 14 au 20 juin 2014 |
| Claude Renou * | Ouest France Dimanche | 14 au 20 juin 2014 |
| Pamela MacNaughtan | l'éditrice du site Internet Savoir Faire Abroad | du 14 au 19 juillet 2014 |
| Valérie Fortier | Le Petit Futé | du 4 au 11 août 2014 |
| Patrice Teisseire-Dufour et Georges Bartoli * | Presse Milan | Du 31 août au 9 septembre 2014 |

* Orchestrée par Le Québec maritime

| Représentant | Média | Date de parution |
|---|---|---|
| Elizabeth Champagne | Ma Caravane au Canada | Émission du 18 septembre 2014 |
| Jocelyn Lebeau | Cap sur l'été | Émission du 2 juin 2014 |
| Stéphanie Halley | Les Éditions touristiques du Québec | L'Agenda touristique 2015 |
| Lise Giguère | Le Soleil | Juillet 2014 |
| Samuel Larochelle | La Presse / L'Actualité | Juillet 2014 |

Tourisme Côte-Nord|Duplessis tient à remercier tous ses membres et partenaires qui ont contribué à la réalisation des tournées de presse en offrant des gratuités, des réductions ou encore de leur précieux temps.

## REVUE DE PRESSE 2014-2015 — LES ENTREVUES ACCORDÉES

**JOURNAUX**

| DATE | RESPONSABLE | JOURNALISTE | SUJET |
|---|---|---|---|
| **LE NORD-EST** | | | |
| 16 septembre 2014 | Catherine Allard | Jean Saint-Pierre | Bilan préliminaire saison estivale |

| DATE | RESPONSABLE | JOURNALISTE | SUJET |
|---|---|---|---|
| **LE NORD-CÔTIER** | | | |
| 24 juillet 2014 | Catherine Allard | Éric Martin | Bilan mi-saison |
| 17 septembre 2014 | Catherine Allard | Éric Martin | Bilan provisoire saison estivale |

| DATE | RESPONSABLE | JOURNALISTE | SUJET |
|---|---|---|---|
| **AUTRES JOURNAUX** | | | |
| 18 février 2015 | Marie-Soleil Vigneault | Shirley Kennedy,<br>Journal Haute Côte-Nord | Rumeurs de centralisation de la taxe d'hébergement |
| 19 février 2015 | Marie-Soleil Vigneault | Charlotte Paquet,<br>Journal Le Manic | Rumeurs de centralisation de la taxe d'hébergement |
| 6 mars 2015 | Marie-Soleil Vigneault | Pierre-Olivier Fortin,<br>Journal de Québec et de Montréal | Bella-Desgagnés, espoir déchu |

**RADIO**

| DATE | RESPONSABLE | JOURNALISTE | SUJET |
|---|---|---|---|
| **RADIO-CANADA PREMIÈRE** | | | |
| 7 mai 2014 | Catherine Allard et Caroline Rondeau | Michel Plourde, Boréale 138 | Distribution du Guide touristique officiel Côte-Nord |
| 4 juin 2014 | Nicole Caron | Marlène Joseph-Blais, téléjournal Radio-Canada | Attentes du tourisme par rapport au budget Couillard du 4 juin |
| 13 juin 2014 | Catherine Allard | Bis Petitpas, Bonjour la Côte | Lancement de saison 2014 |
| 19 juin 2014 | Nicole Caron | Bis Petitpas, Bonjour la Côte | Demande du tourisme au gouvernement pour la saison 2014 |
| 20 juin 2014 | Gabrielle Potvin | Claude Bernatchez, Radio-Canada Québec | Les incontournables de la Côte-Nord |
| 14 juillet 2014 | Gabrielle Potvin | Louis Garneau | Saison touristique<br>Tournée terrain réseau d'accueil |
| 23 juillet 2014 | Gabrielle Potvin | Madeleine Ross, Bonjour la Côte estivale | Mi-saison estivale et fréquentation des touristes dans la région |
| 19 septembre 2014 | Nicole Caron | Bis Petitpas, Bonjour la Côte | AGA du 17 septembre |
| 12 janvier 2015 | Catherine Allard | Bis Petitpas, Bonjour la Côte | Bilan statistique 2014 et appel de projets EPRT |
| 2 février 2015 | Grétha Fougères | Michel Plourde, Boréale 138 | Vision 2018, constats, situation économique et investissements dans l'industrie du tourisme |
| 17 février 2015 | Marie-Soleil Vigneault | Michel Plourde, Boréale 138 | Rumeurs de centralisation de la taxe sur l'hébergement |

| Date | Responsable | Journaliste | Sujet |
|---|---|---|---|
| **Radio-Canada Première — suite** | | | |
| 25 février 2015 | Marie-Soleil Vigneault | Bis Petitpas, Bonjour la Côte | Stratégie maritime 2012-2020 du gouvernement |
| 16 mars 2015 | Mélissa Rochefort | Bis Petitpas, Bonjour la Côte | Démarche de renforcement du pôle touristique de Blanc-Sablon |
| 30 mars 2015 | Caroline Rondeau | Jean-François Deschênes | Saison motoneige |

| Date | Responsable | Journaliste | Sujet |
|---|---|---|---|
| **Sept-Îles inc. 94.1 FM** | | | |
| 7 mai 2014 | Catherine Allard | Jean-Philippe Langlais | Guide touristique officiel Côte-Nord et pub marketing |
| 10 juin 2014 | Catherine Allard | Jean-Philippe Langlais | Lancement de saison |
| 23 juillet 2014 | Catherine Allard | Tommy Auger | Mi-saison estivale |
| 17 septembre 2014 | Catherine Allard | Jean-Philippe Langlais | Bilan provisoire saison estivale |
| 5 novembre 2014 | Nicole Caron | Jean-Philippe Langlais | Rencontre exceptionnelle des deux Conseils d'administration du 15 octobre 2014 |
| 16 décembre 2014 | Catherine Allard | Jean-Philippe Langlais | Bilan statistiques 2014 |
| 3 février 2015 | Grétha Fougères | Jean-Philippe Langlais | Vision 2018, avenir du tourisme sur la Côte-Nord |

| Date | Responsable | Journaliste | Sujet |
|---|---|---|---|
| **CILE 95,1 FM** | | | |
| 22 mai 2014 | Catherine Allard | Gabrielle Darveau | Distribution du Guide touristique officiel |
| 20 juin 2014 | Catherine Allard | Gabrielle Darveau | Lancement de saison et Salon Découvertes |
| 24 juillet 2014 | Catherine Allard et Gabrielle Potvin | Frédéricke Chong | Mi-saison estivale |
| 6 août 2014 | Gabrielle Potvin | Gabrielle Darveau | Bureaux d'accueil, CD routier, date de tombée EPRT |
| 28 août 2014 | Mélissa Rochefort | Frédéricke Chong | Production du Guide touristique officiel et adhésion à l'ATR |
| 18 septembre 2014 | Catherine Allard | Gabrielle Darveau | Bilan provisoire saison estivale |
| 19 septembre 2014 | Nicole Caron | Gabrielle Darveau | AGA du 17 septembre |
| 16 décembre 2014 | Catherine Allard | Gabrielle Darveau | Bilan statistique 2014 |
| 17 février 2015 | Marie-Soleil Vigneault | Frédéricke Chong | Rumeurs de centralisation de la taxe d'hébergement |
| 17 mars 2015 | Mélissa Rochefort | Gabrielle Darveau | Démarche de renforcement des pôles touristiques, sentier motoneige entre Baie-Johan-Beetz et Natashquan |

| Date | Responsable | Journaliste | Sujet |
|---|---|---|---|
| **Radios de la Haute-Côte-Nord** | | | |
| 13 août 2014 | Mélissa Rochefort | Crystal Wellman (anglais) et Eduardo Bayo (français) | Industrie touristique, ATR et ses services, Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord, développement constaté depuis un an (Bonne-Espérance et Blanc-Sablon), importance de l'implication du milieu, EPRT |
| 19 mars 2015 | Mélissa Rochefort | Crystal Wellman | Tournée en Basse-Côte-Nord dans le cadre du renforcement du pôle touristique |

| Date | Responsable | Journaliste | Sujet |
|---|---|---|---|
| **CFBS 89,9 FM** | | | |
| 13 août 2014 | Mélissa Rochefort | Crystal Wellman (anglais) et Eduardo Bayo (français) | Industrie touristique, ATR et ses services, Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord, développement constaté depuis un an (Bonne-Espérance et Blanc-Sablon), importance de l'implication du milieu, EPRT |
| 19 mars 2015 | Mélissa Rochefort | Crystal Wellman | Tournée en Basse-Côte-Nord dans le cadre du renforcement du pôle touristique |
| 20 mars 2015 | Mélissa Rochefort | Janice Letemplier | Démarche de renforcement des pôles touristiques, tournée en Basse-Côte-Nord |



| Date | Responsable | Journaliste | Sujet |
|---|---|---|---|
| **Radio de Tête-à-la-Baleine, Basse-Côte-Nord** | | | |
| 17 mars 2015 | Mélissa Rochefort | Josée Thériault | Démarche de renforcement des pôles touristiques, tournée en Basse-Côte-Nord |

**Télévision**

| Date | Responsable | Journaliste | Sujet |
|---|---|---|---|
| **Radio-Canada Télévision** | | | |
| 29 mai 2014 | Catherine Allard | Jean-François Deschênes, téléjournal régional | Saison touristique, plan stratégique |
| 14 juillet 2014 | Gabrielle Potvin | Louis Garneau | Saison touristique, tournée terrain, réseau d'accueil |

| DATE | RESPONSABLE | JOURNALISTE | SUJET |
|---|---|---|---|
| **RADIO-CANADA TÉLÉVISION - SUITE** | | | |
| 23 juillet 2014 | Catherine Allard | Louis Garneau | Mi-saison estivale |
| 16 février 2015 | Marie-Soleil Vigneault | Marlène Joseph-Blais | Rumeurs de centralisation de la taxe d'hébergement |

| DATE | RESPONSABLE | JOURNALISTE | SUJET |
|---|---|---|---|
| **TVA Est du Québec** | | | |
| 23 juillet 2014 | Catherine Allard | Mario De Ciccio | Mi-saison estivale |
| 16 février 2015 | Marie-Soleil Vigneault | Marleine Guimond | Rumeur de centralisation de la taxe d'hébergement |
| 11 mars 2015 | Grétha Fougères | Marc-Antoine Lavoie | Maison du Tourisme de Tadoussac |

| DATE | RESPONSABLE | JOURNALISTE | SUJET |
|---|---|---|---|
| **TVCOGECO** | | | |
| 30 octobre 2014 | Catherine Allard | Tommy Auger, « Dimensions 7-Rivières » | « L'industrie touristique filon ou illusion ? » |

## REVUE DE PRESSE 2014-2015 — LES COMMUNIQUÉS ÉMIS

| DATE | TITRE | SUJET | DIFFUSION |
|---|---|---|---|
| 14 avril 2014 | Cinq lauréats régionaux sont finalistes aux Grands Prix du tourisme québécois 2014 | Grands Prix du tourisme – volet national | Médias régionaux |
| 2 mai 2014 | Le Guide touristique officiel Côte-Nord | Distribution du Guide touristique officiel Côte-Nord | Médias régionaux |
| 10 juin 2014 | Saison touristique 2014 | *Rédigé Côte-Nord* - Lancement de la saison estivale | Médias régionaux |
| 17 juin 2014 | Salon Découvertes 2014 | Salon Découvertes et formation pour les préposés à l'accueil et à l'information touristique | Médias régionaux |
| 22 juillet 2014 | Les touristes profitent du plein air et de la nature | Mi-saison estivale | Médias régionaux |
| 18 août 2014 | AGA de Tourisme Côte-Nord\|Duplessis le 17 septembre 2014 | Annonce de l'AGA et invitation pour y assister | Médias régionaux |
| 27 août 2014 | Faites partie du prochain Guide touristique officiel Côte-Nord | Invitation à devenir membre pour paraître dans le prochain GTO | Médias régionaux |
| 15 septembre 2014 | La Côte-Nord dévoile un bilan préliminaire positif pour la saison estivale | Portrait préliminaire de la saison touristique estivale | Médias régionaux |
| 22 septembre 2014 | Assemblée générale annuelle de Tourisme Côte-Nord\|Duplessis le 17 septembre 2014 | Nouveaux membres du Conseil d'administration, résumé de l'année 2013-2014 | Médias régionaux |

| Date | Titre | Sujet | Diffusion |
|---|---|---|---|
| 18 août 2014 | AGA de Tourisme Côte-Nord\|Duplessis le 17 septembre 2014 | Annonce de l'AGA et invitation pour y assister | Médias régionaux |
| 27 août 2014 | Faites partie du prochain Guide touristique officiel Côte-Nord | Invitation à devenir membre pour paraître dans le prochain GTO | Médias régionaux |
| 15 septembre 2014 | La Côte-Nord dévoile un bilan préliminaire positif pour la saison estivale | Portrait préliminaire de la saison touristique estivale | Médias régionaux |
| 22 septembre 2014 | Assemblée générale annuelle de Tourisme Côte-Nord\|Duplessis le 17 septembre 2014 | Nouveaux membres du Conseil d'administration, résumé de l'année 2013-2014 | Médias régionaux |
| 4 novembre 2014 | Rencontre extraordinaire des deux Conseils d'administration des ATR de la Côte-Nord. | Sujets de la rencontre des deux Conseils d'administration : plan de développement stratégique et actions, réaménagement des mandats, etc. | Médias régionaux |
| 10 décembre 2014 | Cet été, les touristes étaient au rendez-vous sur la Côte-Nord! | Bilan statistiques 2014 | Médias régionaux |
| 5 janvier 2015 | Dernière chance : déposez vos projets de développement touristique d'ici le 13 février 2015! | Dernière date de dépôt pour des projets dans le cadre de l'EPRT, le 13 février 2015 | Médias régionaux, secteur Duplessis |

| Date | Titre | Sujet | Diffusion |
|---|---|---|---|
| 29 janvier 2015 | Alliance organisationnelle et regard sur l'avenir touristique de la Côte-Nord | RSE, EPRT, vision 2018 | Médias régionaux |
| 13 mars 2015 | La démarche de renforcement du pôle touristique en Basse-Côte-Nord est en cours | Démarche pôle touristique et virée en BCN par Mélissa | Médias régionaux et membres et partenaires en BCN |

## TAXE SUR L'HÉBERGEMENT

Les établissements d'hébergement de Duplessis perçoivent la taxe sur l'hébergement (2 $ par nuitée) depuis le 1er janvier 2008. La taxe sur l'hébergement sert à assurer le financement du Fonds de partenariat touristique mis sur pied pour soutenir et renforcer l'industrie touristique québécoise.

Tout comme l'année 2013-2014, qui avait subi une diminution de 160 628 $ par rapport à l'année précédente, l'année 2014-2015 voit encore ses revenus de taxe sur l'hébergement diminuer de 2 297 $. Par conséquent, on peut parler d'une certaine stabilité au cours des deux dernières années, mais à la baisse.

Couple regardant la mer, île Quarry © A. St-Gelais

**ÉVOLUTION DES REVENUS DE LA TAXE SUR L'HÉBERGEMENT**

| TRIMESTRES | 2011 2012 | 2012 2013 | 2013 2014 | 2014 2015 | Différence entre 2014 et 2015 |
|---|---|---|---|---|---|
| Avril à juin | 79 184 $ | 87 149 $ | 69 794 $ | 80 521 $ | 10 728 $ |
| Juillet à septembre | 131 366 $ | 172 995 $ | 115 256 $ | 125 570 $ | 10 314 $ |
| Octobre à décembre | 111 115 $ | 153 185 $ | 128 666 $ | 109 085 $ | (19 581) $ |
| Janvier à mars | 83 835 $ | 121 021 $ | 60 006 $ | 56 249 $ | (3 758) $ |
| ***TOTAL :*** | 405 500 $ | 534 350 $ | 373 722 $ | 371 425 $ | (2 297) $ |



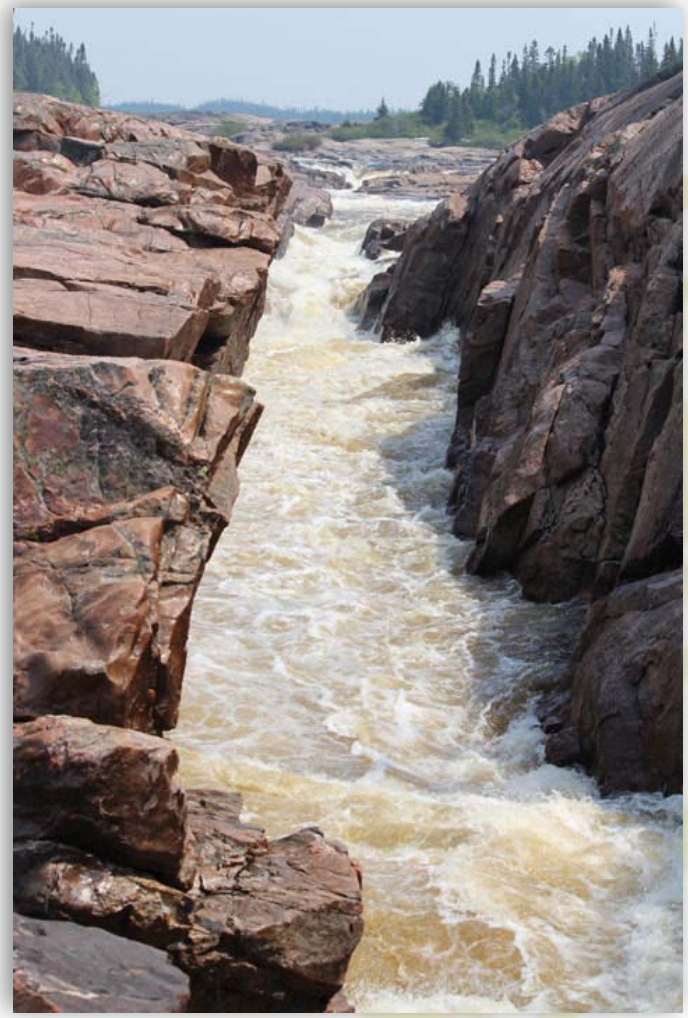
| TRIMESTRES | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Différence entre |
|---|---|---|---|---|---|
| Janvier à mars | 78 645 $ | 83 835 $ | 121 021 $ | 60 006 $ | (61 015) $ |
| Avril à juin | 79 184 $ | 87 149 $ | 69 794 $ | 80 521 $ | 10 728 $ |
| Juillet à septembre | 131 366 $ | 172 995 $ | 115 256 $ | 125 570 $ | 10 314 $ |
| Octobre à décembre | 111 115 $ | 153 185 $ | 128 666 $ | 109 085 $ | (19 581) $ |
| ***TOTAL :*** | 400 310 $ | 497 163 $ | 434 737 $ | 375 182 $ | (59 554) $ |

## COMITÉ CONSULTATIF POURVOIRIES – TAXE SUR L'HÉBERGEMENT

Les membres du comité pourvoiries se sont réunis à Baie-Comeau le 7 janvier 2015 afin de faire le bilan des actions de l'année 2014. Ils ont également proposé des suggestions pour la campagne 2015 et donné leur aval aux propositions des ATR de la Côte-Nord. La rencontre a aussi permis de faire le point sur les feux de forêt près de Baie-Johan-Beetz et des démarches entreprises par la Fédération des pourvoiries du Québec et l'ATR de Duplessis afin que des mesures soient prises pour aider les secteurs affectés.

## COMITÉ CONSULTATIF HÔTELIERS – TAXE SUR L'HÉBERGEMENT

La réorganisation Côte-Nord et le déploiement de la nouvelle image de marque a modifié considérablement les façons de travailler en marketing. Un comité Côte-Nord devrait voir le jour en 2015, mais n'a pu être mis sur pied au cours de l'année 2014-2015.



Canyon Trait de Scie © N. Lafleur

# DÉVELOPPEMENT

## ENTENTE DE PARTENARIAT RÉGIONAL EN TOURISME

Cette enveloppe budgétaire destinée au développement de l'offre touristique de Duplessis de 727 500 $ en était à sa dernière année. Du 1er avril 2014 au 31 mars 2015, les promoteurs ont eu l'occasion de déposer des projets aux dates suivantes : le 4 avril 2014, le 8 août 2014, le 10 octobre 2014 et le 13 février 2015.

Aguanish © M. Rochefort



Durant cette année, 16 demandes d'aide financière ont été présentées au comité de l'EPRT, formé des différents partenaires financiers. De ce nombre, 10 projets ont été

| Entreprises | Projets | MRC | Montants accordés |
|---|---|---|---|
| Ville de Sept-Iles | Réfection du quai de l'île Grande-Basque | MRC de Sept- Rivières | 25 000 $ |
| Auberge Whiteley Inn | Hébergement à Bonne-Espérance | MRC Le Golfe-du-Saint-Laurent | 50 000 $ |
| Corporation de développement de Kegaska | Bâtiment d'accueil et de services avec promenade de bois | MRC Le Golfe-du-Saint-Laurent | 61 800 $ |
| Millo Actif | Entreprise de traîneau à chiens | MRC de Sept- Rivières | 26 000 $ |
| Spa Renaissance et SOS Massage | Centre de santé et de spa | MRC de Sept- Rivières | 30 000 $ |
| Station récréotouristique de Gallix | Nouveau bâtiment d'accueil | MRC de Sept- Rivières | 75 000 $ |

| Entreprises | Projets | MRC | Montants accordés |
|---|---|---|---|
| Les Croisières du Capitaine | Achat d'une nouvelle embarcation | MRC de Sept- Rivières | 40 000 $ |
| Tourisme Sept-Îles | Aménagement et tentes Huttopia à l'île Grande-Basque | MRC de Sept- Rivières | 20 000 $ |
| Cultivez le Nord | Visites agrotouristiques | MRC de Caniapiscau | 10 000 $ |
| Le Refuge Taïga | Hébergement en contact avec les chiens de traîneau | MRC de Caniapiscau | 71 000 $ |
| | | TOTAL | 408 800 $ |



**Partenaires**

Selon les termes de l'Entente de partenariat régional en tourisme pour la région de Duplessis, le ministère du Tourisme et Tourisme Côte-Nord|Duplessis ont investi chacun une somme de 315 000 $ de 2013 à 2015. Les autres partenaires financiers sont le ministère de la Culture et des Communications (30 000 $), la Conférence régionale des élus (CRÉ) de la Côte-Nord (37 500 $), le CLD de la MRC de Sept-Rivières (15 000 $) et de Caniapiscau (15 000 $). Également signataires de l'Entente, les MRC de Sept-Rivières, du Golfe-du-Saint-Laurent et de la Minganie, ainsi que les CLD de la Basse-Côte-Nord et de Minganie.

Saveurs locales © N. Lafleur

## REPRÉSENTATION, SUPPORT, SERVICE-CONSEIL ET PARTICIPATION À DIVERS PROJETS DE DÉVELOPPEMENT

Afin d'assurer le support nécessaire aux différents projets de développement, de bien représenter l'industrie touristique et d'être informés des activités diverses gravitant autour de sa mission, l'équipe permanente ainsi que le Conseil d'administration de Tourisme Côte-Nord|Duplessis ont été présents sur différents comités, tables sectorielles et ont participé à plusieurs rencontres et projets, tels que :



- Rencontres du comité croisières, Destination Sept-Îles Nakauinanu;
- Présentation du plan quinquennal de la CRÉ Côte-Nord;
- Grands Prix du tourisme québécois de Manicouagan;
- Activité sur le développement de l'escale Sept-Îles, Destination Sept-Iles Nakauinanu;
- Comité Fièrement Sept-Îles;
- Activité dans le cadre de la semaine des secrétaires, Journal Le Nord-Côtier;
- Comité consultatif régional traverse Matane / Baie-Comeau / Godbout;
- Présentation du potentiel récréotouristique international de la rivière Magpie;
- Groupe de travail – Projet de parc national du Lac-Walker;
- Rencontre du comité régional des lieux d'accueil de Duplessis;
- Stratégie ADN 49, présentation des priorités régionales pour Duplessis;
- Assises du tourisme;
- Grands Prix du tourisme nationaux;
- Lancement saison du Roseq au Graffiti;
- Rencontres du comité de gestion de l'EPRT;
- Réunions du CA de la Table bioalimentaire;
- Conférence de presse du Vieux Quai en Fête AMASI;
- Dîners des intervenants de la SADC;
- Rencontre consultative projet Plan particulier d'urbanisme du centre-ville de Sept-Îles;
- Présentation de la politique d'accueil à Fermont;
- Vernissages au Musée régional de la Côte-Nord;
- Vernissage société d'histoire de Port-Cartier;
- Inauguration Croisières Minganie, Croisières Anticosti;
- Inauguration Village d'accueil de Rivière-Pentecôte;
- Soirée protocolaire du Vieux Quai en Fête AMASI;

- Présentation d'un projet géopatrimonial de l'Organisme des bassins versants de Duplessis;
- Ouverture du Symposium de peinture MAMU Ensemble;
- Rencontre de promoteurs, de la municipalité et de la CEDEC, à propos du développement touristique, des projets appuyés par l'EPRT, et visite du bureau d'accueil de Blanc-Sablon;
- Ouverture du Festival du conte et de la légende de l'Innucadie;
- Rendez vous Minganie, formation « Ne manquez pas le bateau »;
- Descente de la rivière Magpie dans le cadre du développement, de la promotion et de la protection de cette rivière;
- Table d'information et de consultation régionale sur la filière pétrolière à l'Île d'Anticosti;
- Conférence de presse de la Chambre de commerce de Sept-Îles;
- Inauguration d'un pont quad/motoneige sur la rivière des Rapides (Club quad Les Nord-Côtiers);
- Accueil des croisiéristes du Pearl Mist, du Silver Whisper, du Crystal Serenity et du Maasdam;
- Comité de travail restreint sur les aires protégées;
- Toward Regional Collaboration Workshop, colloque sur le travail et la collaboration interprovinciale entre le Québec et Terre-Neuve/Labrador;
- Journées annuelles de l'accueil touristique;
- Forum du Québec maritime;
- Dîner-conférence de M. Luc Dion de DÉSI;
- AGA du Conseil régional de la culture et des communications de la Côte-Nord;
- Rencontre d'introduction au projet de priorisation des sites de plein air;
- Dîner-conférence de M. Jean-Denis Girard, ministre délégué aux Petites et Moyennes Entreprises, à l'Allègement réglementaire et au Développement économique régional;
- Comités régionaux des responsables des lieux d'accueil de la Côte-Nord;
- Comité régional des responsables des lieux d'accueil de Manicouagan;
- Discussion sur les projets en culture dans Duplessis avec le Ministère de la Culture et des Communications;
- Rencontre avec la COPACTE pour prendre connaissance des divers projets de cet organisme;

- Activités réseautage de la Chambre de commerce de Sept-Îles;
- Congrès des parcs régionaux;
- Réseau express pour le projet de la Station récréotouristique Gallix;
- Rencontre de réflexion sur le nouveau modèle de gouvernance de l'industrie touristique, Association québécoise de l'industrie touristique;
- Conférence téléphonique avec Parcs Canada pour établir des partenariats pour la promotion du territoire;
- AGA de Destination Sept-Îles Nakauinanu;
- Comité pourvoiries taxe sur l'hébergement;
- Rencontre du CA du Village d'accueil de Pentecôte;
- Dîner conférence sur le budget la Ville 2015;
- Discussions sur l'offre de services reçus pour le renforcement du pôle de Blanc-Sablon avec les partenaires financiers;
- Planification du renforcement du pôle de Baie-Comeau;
- Groupe de travail sur le développement touristique à L'Île-d'Anticosti;
- Sommet « Le point sur l'économie de Sept-Îles »;
- Rencontres de promoteurs ayant des projets de développement;
- Rencontre d'introduction au Circuit Grand Nord;
- Rencontre avec diverses organisations à Natashquan pour prendre connaissance de leurs projets;
- Souper de la Mairesse de Port-Cartier;
- Activités réseautage de la Jeune chambre de commerce de Sept-Îles;
- Présentation de la démarche du renforcement du pôle touristique de Baie-Comeau à la MRC de Manicouagan;
- Rencontre de planification dans le cadre du renforcement du pôle touristique de Blanc-Sablon;
- Présentation de la démarche du renforcement des pôles touristiques de Rivière-au-Tonnerre, Havre-Saint-Pierre, Anticosti et Natashquan à la MRC de Minganie;
- Rencontre avec le CLD pour les projets à venir en Minganie;
- Tournée terrain dans le cadre du renforcement du pôle touristique de Blanc-Sablon;
- Inauguration du restaurant Tartines et Babeurre;
- AGA de l'Association des Coasters (Basse-Côte-Nord);
- Journée de la ruralité au Graffiti;
- Congrès de Tourisme Autochtone Québec.

**Participation aux formations suivantes :**

- Formation sur l'industrie touristique donnée à Anticosti;
- Formation sur l'industrie touristique et le service à la clientèle donnée à Fermont;
- Formation sur l'industrie touristique donnée à Kegaska.

## CIRCUIT GRAND NORD

Le Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord (PSDTCN) 2013-2018 contient une orientation visant à « structurer l'expérience des grands circuits qui s'appuient sur des pôles touristiques ». On projette ainsi de structurer l'expérience de circuits touristiques de manière à mettre en valeur les atouts distinctifs de la Côte-Nord (paysages, nordicité, dépaysement, immensité, caractère unique) pour les transformer en avantage concurrentiel. Dans ce contexte, la région a intérêt à agir de manière proactive avec les régions périphériques afin de créer et d'intégrer les pôles de la Côte-Nord à l'intérieur des grands circuits de l'est du Québec et du Canada atlantique. Cette structuration doit se faire dans un esprit de concertation afin d'améliorer l'expérience du visiteur.

Au nombre des circuits à thématiser se trouve le Circuit Grand Nord, qui rassemble les routes 389, 500 et 510. D'Ouest en Est, il prend son départ à partir de Baie-Comeau pour se terminer à Blanc-Sablon (plus précisément à Vieux-Fort), en passant par Fermont, Labrador City (Wabush), Churchill Falls, Happy-Valley-Goose-Bay et plusieurs communautés autochtones.

Afin d'implanter ce circuit, les ATR de la Côte-Nord ont entamé des approches avec le Réseau de développement économique et de l'employabilité de Terre-Neuve-et-Labrador (RDÉÉ TNL) et Destination Labrador. Quelques présentations d'introduction au projet ont également eu lieu.

Les démarches se poursuivront dans les prochaines années afin que le Circuit Grand Nord puisse se distinguer auprès de la clientèle internationale et accroître aussi l'achalandage touristique dans nos régions nordiques.

## PÔLES TOURISTIQUES[1]

Issu du Plan stratégique de développement touristique de la Côte-Nord (PSDTCN) 2013-2020, « Structurer l'expérience des grands circuits touristiques qui s'appuient sur des pôles touristiques » cette action stratégique s'avère essentielle pour l'atteinte d'un objectif du plan : unir la Côte-Nord pour la promouvoir et la faire rayonner.

Dans cette optique, la MRC de la Minganie a été rencontrée le 16 mars 2015 afin de présenter aux élus le cadre de la « démarche pôle ». Dans la prochaine année, toutes les MRC de la Côte-Nord auront été rencontrées à cet effet.

Progressivement, des comités visant à « Planifier le renforcement des pôles touristiques » ont été et seront formés dans l'ensemble de la région. Ils seront composés de Tourisme Côte-Nord|Duplessis, de la Conférence régionale des élus de la Côte-Nord, du Centre local de développement et d'acteurs clés du milieu (élus, entreprises touristiques, partenaires). Leur mandat sera de réfléchir, orienter et conseiller sur les actions à prioriser pour bonifier le plan de renforcement concerté du pôle. Ils devront également harmoniser les planifications des acteurs touristiques et le PSDTCN.

Liste des pôles touristiques :

**Pôle touristique majeur**

- Tadoussac et ses environs.

**Pôles touristiques principaux**

- Baie-Comeau et ses environs;
- Port-Cartier/Sept-Îles;
- Havre-Saint-Pierre.

**Pôles touristiques émergents**

- Forestville;
- Rivière-au-Tonnerre;
- Anticosti;
- Natashquan;
- Blanc-Sablon;
- Fermont.

Pour le pôle de Blanc-Sablon, un regroupement entre la CRÉ Côte-Nord, Emploi Québec, Voyages Coste, l'Association des Coasters, le CLD de la Basse-Côte-Nord, CEDEC et Tourisme Côte-Nord|Duplessis a permis d'embaucher un consultant en tourisme afin d'accompagner le milieu dans cette démarche.

C'est ainsi que du 18 au 23 mars 2015, Jean-Michel Perron, consultant, et Mélissa Rochefort, directrice adjointe et coordonnatrice développement, structuration et accueil, ont effectué une première tournée permettant de rencontrer le milieu à Kegaska, Chevery, Harrington Harbour, Bonne-Espérance et Blanc-Sablon. Une seconde tournée suivra en mai 2015 afin de compléter le tour de l'ensemble des communautés de la Basse-Côte-Nord. À noter que les villages de Bonne-Espérance et Blanc-Sablon seront revisités lors de la 2e tournée, parce que la température n'a pas permis de tenir toutes les rencontres prévues au cours du premier déplacement.

[1]Les pôles touristiques (majeur, principaux et émergents) se définissent ainsi : zone géographique et touristique attractive qui possède les caractéristiques suivantes : une concentration d'activités et d'attraits touristiques dans le territoire ou en périphérie immédiate et une concentration d'hébergement commercial dans le territoire, incluant les sites de camping, les chalets et les résidences secondaires. Ils sont également des portes d'entrée, que ce soit par la route, par bateau ou par avion.

## ÉVALUATION DES SITES DE PLEIN AIR

Dans le cadre de la mise en œuvre du Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord (PSDTCN) 2013-2018, un projet d'évaluation des sites de plein air a été entamé dans la dernière année. Cette démarche a d'abord été initiée dans Manicouagan par une enquête auprès de la clientèle touristique en 2012. Les résultats ont démontré que les sites de plein air correspondent aux motifs de séjour les plus populaires auprès des visiteurs, en particulier l'observation des mammifères marins à partir de la rive, la balade-randonnée et les plages. Il est donc apparu important de dresser le portrait de la condition de ces sites afin d'assurer la sécurité, l'entretien et l'esthétisme des lieux.

Cette initiative s'inscrit directement dans 2 chantiers du PSDTCN :

**Chantier 1.1 : Créer et thématiser des circuits de découvertes :**

- Développer le circuit de la Route des Baleines en renouvelant l'expérience avec le Saint-Laurent par l'intégration de points de vue sur les attraits naturels et d'une signalisation adéquate.

**Chantier 1.6 : Structurer une offre d'activités de plein air d'appel permettant de vivre la ou les thématiques des circuits :**

- Favoriser la mise en valeur des plages et bords de mer et l'offre de sports de vent et de glisse;

- Favoriser le développement des projets d'aménagement, d'amélioration ou de prolongement des sentiers pédestres et sites d'observation;
- Encourager le prolongement de la Route bleue (canot, kayak, voile, etc.) vers l'est, au-delà de Baie-Trinité.

Un partenariat a été formé avec le Comité ZIP Côte-Nord du Golfe et l'Organisme des bassins versants de Duplessis afin d'évaluer, par le biais d'une grille officielle, les caractéristiques des sites de plein air promus dans le Guide touristique officiel (accessibilité, qualité, services, propreté, condition des lieux…). Les visites terrains débuteront à l'été 2015.

Une fois l'évaluation complétée, Tourisme Côte-Nord|Duplessis présentera les résultats et les recommandations aux municipalités concernées. L'objectif est que ces sites soient intégrés à leur planification locale de voirie et d'urbanisme. Une fois cette étape importante franchie, les sites pourront enfin former un circuit de découverte de la Route des Baleines et une signalisation thématique sera préparée selon la nouvelle image de marque de la Côte-Nord, tout en intégrant des éléments visuels des municipalités concernées.



# ACCUEIL

## COMITÉ RÉGIONAL DU RÉSEAU D'ACCUEIL

Le réseau d'accueil de Côte-Nord|Duplessis compte onze bureaux qui sont gérés par des organismes autonomes. Tourisme Côte-Nord|Duplessis a la responsabilité de s'assurer que les gestionnaires appliquent la politique nationale relative aux lieux d'accueil et de renseignements touristiques établis par le ministère du Tourisme et la politique régionale de Tourisme Côte-Nord|Duplessis. Tous les lieux d'accueil doivent posséder l'attestation officielle émise par le ministère du Tourisme pour opérer.

Le Comité est composé des membres suivants :

- Marylène Bergeron pour Port-Cartier et Pointe-aux-Anglais;
- Anne-Michelle Dérose pour Sept-Îles;
- Sara Richard pour l'ouest de la Minganie;
- Nancy Petitpas pour Havre-Saint-Pierre;
- Sylvain Roy et Claudia Dallaire-Demers pour Baie-Johan-Beetz;
- Successivement Bernard Déraps, Marlène Blais pour Aguanish;
- Monique Bouchard pour Natashquan;

- Véronique Rodgers pour Anticosti;
- Pascale Castilloux pour Fermont;
- Vicki Driscoll pour Blanc-Sablon
- Gabrielle Potvin pour Tourisme Côte-Nord|Duplessis

Sous la gouvernance de Tourisme Côte-Nord|Duplessis, le comité régional voit à la formation des préposés ainsi qu'au développement et à l'innovation en matière d'accueil touristique. La première rencontre pour l'année 2014 s'est tenue le 9 mai 2014 et avait pour principal objectif de finaliser la préparation du Salon Découvertes, événement qui consiste à former les préposés à l'accueil et à l'information touristique. Une deuxième rencontre a eu lieu le 18 novembre 2014 ayant pour but de faire le point sur la saison estivale 2014 et de présenter les actions Côte-Nord à mettre en œuvre pour 2015 dans le réseau d'accueil.

## TOURNÉES SUR LE TERRITOIRE

Au cours des dernières années, le Comité régional des lieux d'accueil a signifié à Tourisme Côte-Nord|Duplessis l'importance de sa présence sur le territoire. C'est ainsi que la ressource attitrée à la coordination du réseau d'accueil s'assure d'effectuer deux tournées par été. En visitant les bureaux d'accueil et d'information touristique, l'ATR assure son rôle dans l'application de la Politique régionale des lieux d'accueil. Elle est à même de constater sur place que les éléments de la Politique sont bel et bien respectés. Elle peut également superviser les préposés dans leur transmission d'information à la clientèle touristique et dans leur prise de statistiques. Ces tournées permettent d'effectuer un suivi, suite à la formation qui a été organisée en début de saison, soit le Salon Découvertes.

## STATISTIQUES DU RÉSEAU D'ACCUEIL

Chaque année, les préposés à l'accueil et à l'information touristique compilent les actes de renseignements se déroulant dans l'un des onze lieux d'accueil de la région de Côte-Nord|Duplessis. Par le biais de courtes questions, nous sommes en mesure de mieux connaître nos visiteurs, les raisons qui motivent leur voyage, leur provenance, la durée de leur séjour, leurs sources d'informations, etc. Une fois traitées, ces données nous permettent de bien cibler nos investissements en promotion. La période considérée pour le bilan estival est du 1er mai au 30 septembre 2014. L'utilisation de la plate-forme BRT du ministère du Tourisme est utilisée pour l'entrée et la compilation des données pour chacun des bureaux pour l'ensemble de la Côte-Nord.

Au total, 21 419 touristes ont été recensés par le réseau d'accueil de Duplessis du 1er avril 2014 au 31 mars 2015. Ces données

permettent de comparer l'achalandage d'une année à l'autre dans le réseau d'accueil. Elles doivent toutefois être utilisées avec une certaine modération.

Ci-dessous, voici un tableau récapitulatif présentant les statistiques d'achalandage annuel des bureaux du réseau d'accueil.

| BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE | BUREAUX D'ACCUEIL TOURISTIQUE |
|---|---|
| Fermont | Aguanish |
| Havre-Saint-Pierre | Baie-Johan-Beetz |
| Sept-Îles | Minganie (Manitou) |
| | Natashquan |
| | Pointe-aux-Anglais |
| | Port-Cartier |
| | Anticosti |
| | Blanc-Sablon |

**TABLEAU 1 : ACHALANDAGE RÉSEAU D'ACCUEIL RÉGION TOURISTIQUE DE CÔTE-NORD|DUPLESSIS DE 2011 À 2015**

| BUREAUX TOURISTIQUES DU 1ER AVRIL AU 31 MARS | 2011-2012 | 2012-2013 | 2013-2014 | 2014-2015 | Variation (%) |
|---|---|---|---|---|---|
| **Pointe-aux-Anglais**[1] | ND | ND | 136 | 376 | 176 % |
| **Port-Cartier** | 2205 | 2427 | 1648 | 2831 | 72 % |
| **Sept-Îles** | 4028 | 3908 | 3931 | 4783 | 22 % |
| **Manitou** | 1736 | 2288 | 2178 | 2255 | 4 % |
| **Havre-Saint-Pierre** | 3008 | 817 | 1142 | 2093 | 83 % |
| **Île-d'Anticosti** | 837 | 483 | 664 | 703 | 6 % |
| **Baie-Johan-Beetz** | 1152 | 1613 | 779 | 1177 | 51 % |
| **Aguanish** | 1931 | 2131 | 1561 | 1607 | 3 % |
| **Natashquan** | 4811 | 4653 | 3495 | 4011 | 15 % |
| **Blanc-Sablon**[2] | ND | ND | 688 | 919 | 34 % |
| **Fermont** | 953 | 637 | 394 | 664 | 69 % |
| **Total** | **20 661** | **18 957** | **16 616** | **21 419** | **29 %** |

[1] Les données du bureau de Pointe-aux-Anglais étaient compilées, avant 2013 avec celles de Port-Cartier.

[2] Le bureau de Blanc-Sablon a ouvert ses portes en 2013, ce qui explique l'absence de données pour les années 2011 et 2012.

**TABLEAU 1 : ACHALANDAGE BUREAU D'ACCUEIL TOURISTIQUE DE POINTE-AUX-ANGLAIS**

| | Achalandage 2011 | Achalandage 2012 | Achalandage 2013 | Achalandage 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Juin | ND | ND | 41 | 0 |
| Juillet | ND | ND | 95 | 211 |
| Août | ND | ND | 0 | 165 |
| Septembre | ND | ND | 0 | 0 |
| **Total** | **0** | **0** | **136** | **376** |

Les données du bureau de Pointe-aux-Anglais étaient compilées, avant 2013 avec celles de Port-Cartier.

**TABLEAU 2 : ACHALANDAGE BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE DE PORT-CARTIER**

| | Achalandage 2011-2012 | Achalandage 2012-2013 | Achalandage 2013-2014 | Achalandage 2014-2015 |
|---|---|---|---|---|
| Avril | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mai | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Juin | 292 | 398 | 196 | 315 |
| Juillet | 1108 | 1238 | 710 | 1266 |
| Août | 744 | 680 | 702 | 1204 |
| Septembre | 61 | 111 | 40 | 46 |
| Octobre | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Novembre | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Décembre | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Janvier | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Février | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mars | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Total** | **2205** | **2427** | **1648** | **2831** |

**TABLEAU 3 : ACHALANDAGE BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE DE SEPT-ÎLES**

| | Achalandage 2011-2012 | Achalandage 2012-2013 | Achalandage 2013-2014 | Achalandage 2014-2015 |
|---|---|---|---|---|
| Avril | 26 | 0 | 30 | 70 |
| Mai | 95 | 0 | 39 | 93 |
| Juin | 384 | 462 | 644 | 647 |
| Juillet | 1671 | 1610 | 1764 | 1986 |
| Août | 1598 | 1510 | 1184 | 1611 |
| Septembre | 254 | 326 | 265 | 305 |
| Octobre | 0 | 0 | 5 | 31 |
| Novembre | 0 | 0 | 0 | 8 |
| Décembre | 0 | 0 | 0 | 2 |
| Janvier | 0 | 0 | 0 | 4 |
| Février | 0 | 0 | 0 | 12 |
| Mars | 0 | 0 | 0 | 14 |
| **Total** | **4028** | **3908** | **3931** | **4783** |

**TABLEAU 4 : ACHALANDAGE BUREAU D'ACCUEIL TOURISTIQUE DE LA MINGANIE (MANITOU)**

| | Achalandage 2011 | Achalandage 2012 | Achalandage 2013 | Achalandage 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Juin | 89 | 186 | 393 | 187 |
| Juillet | 841 | 1079 | 857 | 568 |
| Août | 715 | 889 | 857 | 1279 |
| Septembre | 91 | 134 | 71 | 221 |
| **Total** | **1736** | **2288** | **2178** | **2255** |

**TABLEAU 5 : ACHALANDAGE BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE DE HAVRE-SAINT-PIERRE**

| | Achalandage 2011-2012 | Achalandage 2012-2013 | Achalandage 2013-2014 | Achalandage 2014-2015 |
|---|---|---|---|---|
| Avril | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mai | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Juin | 509 | 15 | 37 | 0 |
| Juillet | 1046 | 108 | 224 | 880 |
| Août | 1322 | 558 | 849 | 1099 |
| Septembre | 131 | 136 | 32 | 114 |
| Octobre | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Novembre | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Décembre | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Janvier | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Février | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Mars | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Total** | **3008** | **817** | **1142** | **2093** |

**TABLEAU 6 : ACHALANDAGE BUREAU D'ACCUEIL TOURISTIQUE DE L'ÎLE-D'ANTICOSTI**

| | Achalandage 2011 | Achalandage 2012 | Achalandage 2013 | Achalandage 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Juin | 46 | 37 | 51 | 105 |
| Juillet | 480 | 249 | 254 | 332 |
| Août | 311 | 182 | 341 | 260 |
| Septembre | 0 | 15 | 18 | 6 |
| **Total** | **837** | **483** | **664** | **703** |

**TABLEAU 7 : ACHALANDAGE BUREAU D'ACCUEIL TOURISTIQUE DE BAIE-JOHAN-BEETZ**

| | Achalandage 2011 | Achalandage 2012 | Achalandage 2013 | Achalandage 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Juin | 62 | 141 | 58 | 86 |
| Juillet | 540 | 898 | 282 | 565 |
| Août | 550 | 552 | 435 | 479 |
| Septembre | 22 | 22 | 4 | 47 |
| **Total** | **1152** | **1613** | **779** | **1177** |

**TABLEAU 8 : ACHALANDAGE BUREAU D'ACCUEIL TOURISTIQUE D'AGUANISH**

| | Achalandage 2011 | Achalandage 2012 | Achalandage 2013 | Achalandage 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Juin | 188 | 172 | 119 | 107 |
| Juillet | 775 | 962 | 627 | 741 |
| Août | 890 | 903 | 754 | 720 |
| Septembre | 78 | 94 | 61 | 39 |
| **Total** | **1931** | **2131** | **1561** | **1607** |

**TABLEAU 9 : ACHALANDAGE BUREAU D'ACCUEIL TOURISTIQUE DE NATASHQUAN**

| | Achalandage 2011 | Achalandage 2012 | Achalandage 2013 | Achalandage 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Juin | 268 | 311 | 319 | 310 |
| Juillet | 2030 | 2018 | 1604 | 1738 |
| Août | 2249 | 2072 | 1389 | 1773 |
| Septembre | 256 | 252 | 183 | 190 |
| **Total** | **4803** | **4653** | **3495** | **4011** |

**TABLEAU 10 : ACHALANDAGE BUREAU D'ACCUEIL TOURISTIQUE DE BLANC-SABLON**

| | Achalandage 2011[1] | Achalandage 2012[1] | Achalandage 2013 | Achalandage 2014 |
|---|---|---|---|---|
| Juin | - | - | 127 | 136 |
| Juillet | - | - | 439 | 496 |
| Août | - | - | 122 | 287 |
| Septembre | - | - | 0 | 0 |
| **Total** | **-** | **-** | **688** | **919** |

[1] Le bureau de Blanc-Sablon a ouvert ses portes en 2013, ce qui explique l'absence de données pour 2011 et 2012.

**TABLEAU 11 : ACHALANDAGE BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE DE FERMONT**

| | Achalandage 2011-2012 | Achalandage 2012-2013 | Achalandage 2013-2014 | Achalandage 2014-2015 |
|---|---|---|---|---|
| Avril | 35 | 0 | 0 | 0 |
| Mai | 34 | 0 | 0 | 26 |
| Juin | 150 | 36 | 149 | 124 |
| Juillet | 143 | 189 | 175 | 327 |
| Août | 68 | 361 | 70 | 133 |
| Septembre | 17 | 51 | 0 | 26 |
| Octobre | 506 | 0 | 0 | 10 |
| Novembre | 0 | 0 | 0 | 9 |
| Décembre | 0 | 0 | 0 | 5 |
| Janvier | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Février | 0 | 0 | 0 | 3 |
| Mars | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Total** | **953** | **637** | **394** | **664** |

## SAISON TOURISTIQUE 2014

La compilation des statistiques pour la saison 2014 s'est faite à partir des bureaux d'accueil et d'information touristique. Les données recueillies proviennent des visiteurs qui ont transigé par un lieu d'accueil et qui ont été sondés par les conseillers en séjour en poste dans les différents lieux de la région. Le bilan touristique, pour une deuxième année, s'est fait à l'échelle de la Côte-Nord.

**Faits saillants**



- Au cours de la saison touristique 2014, le réseau d'accueil de la Côte-Nord a enregistré un achalandage total de 92 819 visiteurs, comparativement à 79 402 en 2013. Cela représente une hausse globale de l'achalandage de 17 %;

  ⇒ Pour ce qui est de Côte-Nord|Duplessis plus précisément, l'achalandage a été de 21 419 visiteurs en 2014, comparativement à 16 616 visiteurs en 2013, une hausse de 29 %;

- Le réseau d'accueil de la Côte-Nord a distribué environ 12 394 exemplaires du Guide touristique officiel de la Côte-Nord en version française et 3 630 en version anglaise durant la saison estivale;

  ⇒ Les onze lieux d'accueil de Côte-Nord|Duplessis ont distribué 3 880 exemplaires en français (31 %) et 1 360 (37 %) en version anglaise du Guide touristique officiel Côte-Nord;

- Au cours de l'été 2014, les Québécois et les Français sont demeurés les deux principales clientèles touristiques de la région. Les Québécois représentent la majorité de la clientèle avec 68 % de l'achalandage, alors que la clientèle hors Québec en représente 32 %. À eux seuls, les Français comptent pour 14 % de cette clientèle;

  ⇒ Les visiteurs utilisant le réseau d'accueil dans Duplessis proviennent dans 90 % des cas de la province de Québec et des régions suivantes : Québec, Montréal, Duplessis et Montérégie. 4 % des visiteurs proviennent des provinces de l'Ontario et des Maritimes;

- Le Guide touristique officiel des deux ATR et les connaissances générales des visiteurs ont été les principales sources d'information en prévision de leur voyage dans la région;

  ⇒ 29 % des visiteurs du réseau d'accueil de Duplessis utilisent le Guide touristique pour planifier leur séjour, 16 % se réfèrent à leurs connaissances générales et encore 16 % se réfèrent aux parents et amis pour planifier leur séjour dans la région de Duplessis;

- Dans l'ensemble, les différents traversiers reliant la région au reste du Québec ont connu une baisse d'achalandage de 5 %. Cependant, 5 traversiers sur 8 ont connu une hausse;

  ⇒ Les traverses dans la région de Duplessis ont connu des variations respectives de 6 % pour St.Barbe / Blanc-Sablon, de 33 % pour Harrington Harbour / Chevery, de 18 % pour la Rivière Saint-Augustin et de 8 % pour la desserte maritime de la Basse-Côte-Nord sur le *N/M Bella-Desgagnés*;

- Le nombre de croisiéristes a augmenté de 38 % par rapport à 2013;

  ⇒ Plus précisément pour Duplessis, le nombre de croisiéristes a augmenté de 186 % par rapport à l'année 2013;

- Parmi les membres sondés de l'industrie touristique de la Côte-Nord, 47 d'entre eux ont indiqué avoir connu une hausse de leur achalandage et 27 % disent n'avoir vu aucun changement;

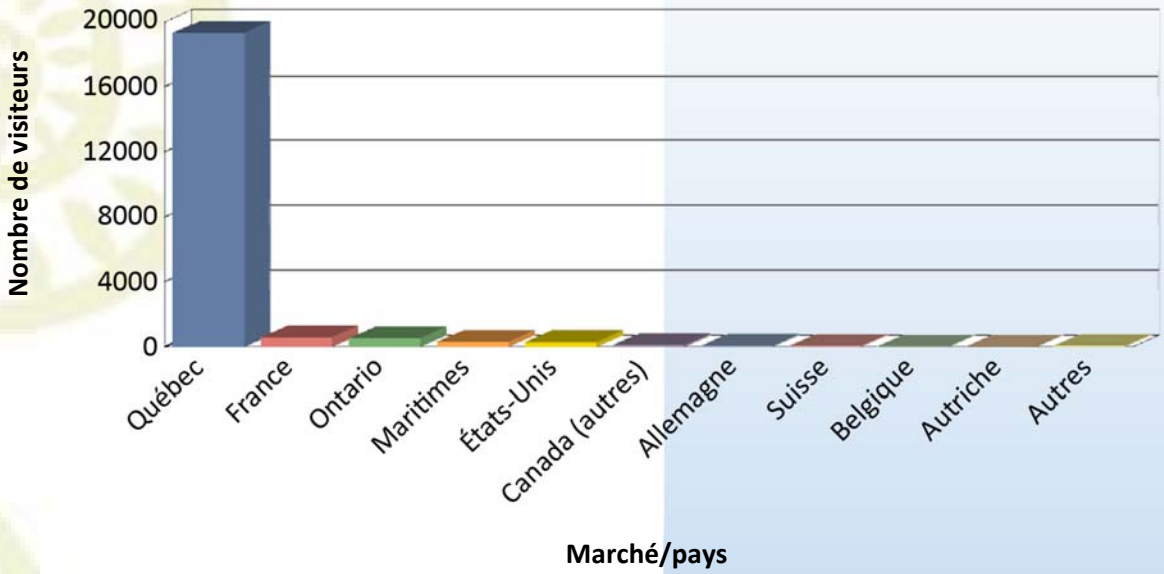
- L'achalandage dans le secteur de l'hébergement commercial de la Côte-Nord pour la saison 2014 a perdu 2 points pour s'établir à un taux de 54 %, accompagné d'une hausse des prix par unité;

- On estime à 33 400 le nombre de visiteurs 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 2,6 M $ en dépenses touristiques supplémentaires.

## RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE

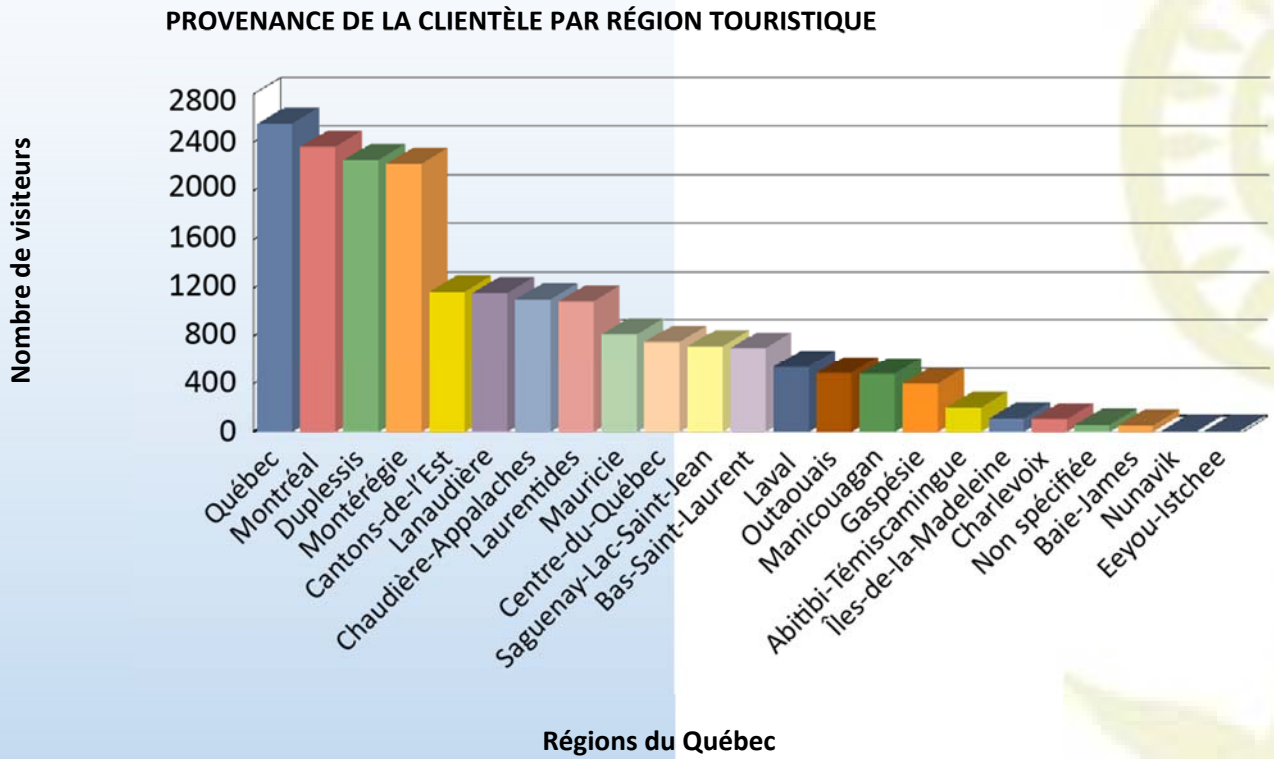
Parmi les visiteurs de la région, du 1er avril 2014 au 31 mars 2015, la grande majorité, soit 90 %, provient du Québec, 4,6 % du reste du Canada, 2,8 % de la France, 1,4 % des États-Unis et 1 % des autres pays d'Europe.

**PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE PAR MARCHÉ/PAYS**



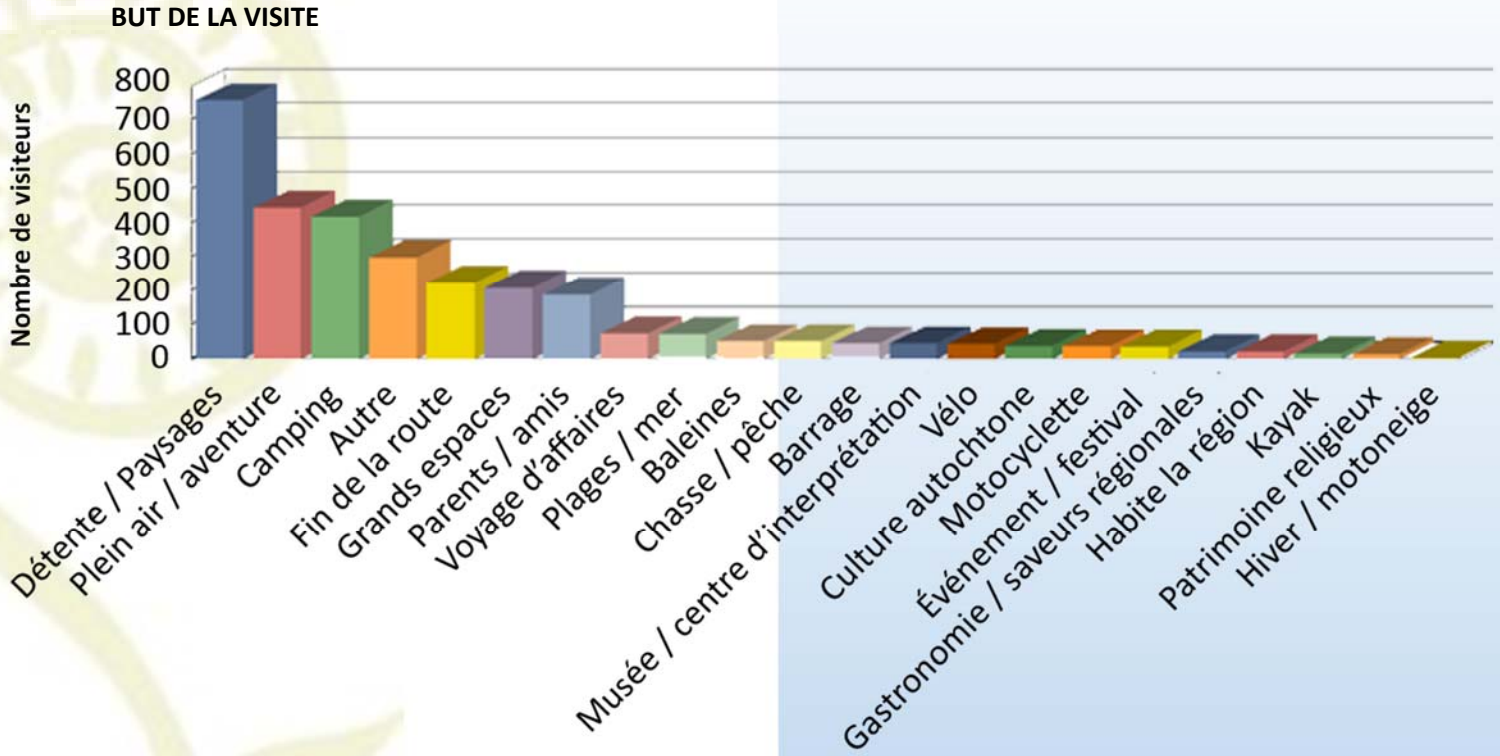
## PROVENANCE DE LA CLIENTÈLE

Parmi les Québécois qui ont visité notre région en 2014, les visiteurs proviennent majoritairement de Québec avec 13 %, de Montréal 12 %, de Duplessis 11 % et de la Montérégie 11 %.



## MOTIVATION DES VISITEURS À VISITER LA CÔTE-NORD|DUPLESSIS

Les principales motivations des visiteurs à venir en Côte-Nord|Duplessis sont la détente et les paysages avec 24 %, le plein-air et l'aventure 14 %, le camping 13 %.



## SALON DÉCOUVERTES

Du 6 au 8 juin 2014, Tourisme Côte-Nord|Duplessis a tenu la 4e édition du Salon Découvertes à Baie-Johan-Beetz. Ainsi, une vingtaine de préposés à l'accueil et à l'information touristique, qui ont travaillé dans l'un des onze bureaux touristiques de la région durant l'été, ont reçu une formation originale et sur mesure.

Chaque année, c'est plus de 20 000 visiteurs qui fréquentent le réseau d'accueil de la région. Il est très important que les préposés qui les accueillent connaissent tous les joyaux de la région ainsi que les principes de base du service à la clientèle. Grâce au Salon Découvertes, les préposés reçoivent les outils pour offrir un service de qualité aux touristes et de l'information précise et complète.

Durant la formation, les préposés ont eu la chance de participer à des activités interactives favorisant les échanges et les contacts ainsi que d'assister à des présentations dynamiques. Ils ont eu l'occasion de visionner la nouvelle vidéo de formation, leur donnant un aperçu de l'offre touristique disponible sur le territoire de la Côte-Nord. Ils ont également eu droit à une visite guidée de Baie-Johan-Beetz et de Natashquan. Le groupe a profité de la sortie pour être présent au Festin de crabe au Café-bistro l'Échourie de Natashquan. Les participants ont approfondi leurs connaissances touristiques de la région par le biais de l'activité « Salon ». Les gestionnaires des lieux d'accueil répondaient à leurs questions, pour qu'ils aient une meilleure connaissance de l'offre touristique et des exemples de bon service à la clientèle.

L'édition 2014 du Salon Découvertes a permis de combiner une formation théorique et une tournée de familiarisation dans l'Est de la Minganie. La découverte du territoire a permis entre autres de comprendre et de voir le paysage ravagé par les feux de forêt de l'année précédente, de découvrir l'histoire, le patrimoine et la culture des villages de Baie-Johan-Beetz et Natashquan.

**Souligner l'excellence**

Afin de souligner les efforts déployés dans le réseau d'accueil, Tourisme Côte-Nord|Duplessis a remis trois prix à des bureaux ou gestionnaires s'étant démarqués. Le prix pour le « Bureau touristique de l'année » a été remis à Aguanish pour le souci de l'application des normes, la propreté des lieux et l'assiduité du personnel en place depuis plusieurs années. Le bureau d'information touristique de Blanc-Sablon a reçu le prix « Initiative de l'année » pour avoir réintégré le réseau d'accueil officiel de la Côte-Nord. Enfin, Geneviève Duguay, superviseure du bureau

d'information touristique de Sept-Îles, a été reconnue « Gestionnaire de l'année » pour son excellent travail de supervision et la qualité de la formation donnée à son personnel.

## JOURNÉES ANNUELLES DE L'ACCUEIL TOURISTIQUE

La 11e édition des Journées annuelles de l'accueil touristique (JAAT) s'est déroulée les 23 et 24 octobre 2014 à Brossard, sous le thème « L'accueil : Ma passion, Ma conviction ». L'évolution de l'accueil mène vers de nouvelles pratiques tant au Québec qu'ailleurs dans le monde. Technologie et décloisonnement sont des termes de plus en plus présents dans l'accueil d'aujourd'hui.



Les conférences avaient pour objectif de présenter plusieurs exemples où la technologie et l'accueil hors des murs sont mis de l'avant, grâce entre autres au bilan des franco-québécoises en e-tourisme. Également, trois conférenciers ont présenté leurs pratiques de déploiement de l'accueil à l'extérieur des murs à Montréal, au Saguenay-Lac-Saint-Jean et à Rimouski.

Carol Allain, conférencier professionnel, a parlé de l'importance de créer une relation plutôt que de transmettre de l'information lorsqu'un individu est en communication avec un autre.

## ASSISES DU TOURISME

Le 13 mai 2014 se tenaient les Assises du tourisme, à l'hôtel Sheraton Laval, sur le thème « Reconquérir le marché américain ».

Plusieurs conférenciers invités faisaient état de la situation, sous forme de conférences magistrales et de tables rondes, sur l'importance de la clientèle touristique américaine sur le marché québécois. Le profil et le comportement en tant que consommateur de produits touristiques étaient présentés suite à une étude du marché américain. Également, un exposé sur comment s'imposer sur le marché à reconquérir et des stratégies pour y parvenir était au programme.

Plusieurs échanges avec des intervenants invités ont permis d'en connaître davantage sur le marché américain et l'état de la situation.

## FORMATIONS SUR LE SERVICE À LA CLIENTÈLE

**Fermont**

À la demande du CLD de Caniapiscau, Tourisme Côte-Nord|Duplessis a préparé une formation sur le service à la clientèle. Celle-ci a été donnée le 11 juin 2014.

Cette formation avait pour objectif de présenter les principes de bases du service à la clientèle et de responsabiliser tous et chacun au sujet de la qualité d'une destination en terme d'accueil.

**Kegaska**

Une formation sur le service à la clientèle a également été présentée à l'employée embauchée pour offrir un service d'accueil aux visiteurs à l'église de Kegaska et éventuellement au bureau d'accueil touristique en construction (et non accrédité).

L'objectif était de présenter les principes de base du service à la clientèle et de conscientiser l'employée à offrir un accueil de qualité aux visiteurs de Kegaska, lieu de la nouvelle fin de la route, depuis l'automne 2013.

## BAROMÈTRE TOURISTIQUE

La Chaire de tourisme Transat, ATR Associées du Québec et le ministère du Tourisme, en collaboration avec quatre ATR du Québec, dont Tourisme Côte-Nord|Duplessis et Tourisme Côte-Nord|Manicouagan ont réalisé un projet pilote pour l'élaboration d'un baromètre touristique régional.

Les objectifs du baromètre étaient de :

- Mettre en place des mesures de la performance touristique pour les entreprises et les régions du Québec;
- Créer un tableau de bord qui rassemblerait des données touristiques comparables d'une région à l'autre;
- Améliorer la qualité des informations relatives aux régions de petites et de moyennes tailles;
- Maximiser l'utilisation des différents indicateurs régionaux déjà existants.

Le projet se divisait en trois phases distinctes :

**Phase 1 :** création de paniers d'indicateurs demandant la collaboration des entreprises touristiques qui devaient fournir leurs données d'achalandage. Afin de conserver les informations confidentielles, des paniers d'indicateurs regroupant les données d'un minimum de trois entreprises pour une catégorie (festivals et événements, culture et patrimoine, nature et activités de plein air, nautisme et croisières, activités de divertissement et autres, chasse et pêche) ont été mis en place.

**Phase 2 :** un sondage auprès de la clientèle visitant les entreprises touristiques de la région visait à récolter des adresses courriel afin de pouvoir envoyer un sondage à l'automne.

**Phase 3 :** l'arrimage des différentes données officielles récoltées a permis de créer un tableau de bord regroupant tous les indicateurs récoltés dans la région Côte-Nord.

# VIE ASSOCIATIVE

## BULLETIN DES MEMBRES (MÉDI'ATR)



Tourisme Côte-Nord|Duplessis produit un bulletin dédié à ses membres et partenaires, le Médi'ATR. Il est diffusé par courriel, et ce, depuis 2010.

Durant l'année 2014-2015, cinq parutions ont été diffusées par courriel à l'ensemble des membres de Tourisme Côte-Nord|Duplessis. L'organisation a dû se conformer à la loi C-28 anti pourriel et demander une confirmation d'accord de l'ensemble de ses membres pour recevoir l'infolettre.

Au cours de l'année 2015-2016, une nouvelle infolettre aux membres Côte-Nord sera créée, conformément aux visées du Plan stratégique de développement touristique de la Côte-Nord. Celle-ci réunira en une seule parution mensuelle les informations transmises dans le Médi'ATR de Duplessis et le Passion Tourisme de Manicouagan.

## GRANDS PRIX DU TOURISME QUÉBÉCOIS

Le 13 mai 2014 se déroulait à l'hôtel Sheraton de Laval, le Gala national des Grands Prix du tourisme québécois.

Plusieurs entreprises de la Côte-Nord avaient été sélectionnées pour participer aux Grands Prix nationaux. De Duplessis, notons la présence de représentants du Gîte la Chicoutée, de Services Maritimes Boréale, de la Réserve de parc national de l'Archipel-de-Mingan, d'Agara : Le repos du guerrier et de Carolyne Jomphe, personnalité touristique.

Aucune des entreprises n'est repartie avec un prix au concours national, mais c'est toutefois une immense fierté pour la région d'avoir eu autant de finalistes.

## FORMATIONS SUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

En continuité avec l'année précédente, Tourisme Côte-Nord|Duplessis a poursuivi ses déplacements sur le territoire afin d'offrir des formations à propos de l'industrie touristique à Port-Menier, Fermont et Kegaska. Ces présentations visaient à informer les intervenants du milieu touristique

sur le fonctionnement de l'industrie et à faire connaître les ressources disponibles dans le milieu. Les participants ont pu acquérir des connaissances qui seront profitables dans le cadre du développement touristique de la Côte-Nord. Le service à la clientèle a aussi été abordé avec les groupes de Fermont et de Kegaska. Précisons que ces présentations sont disponibles autant en français qu'en anglais.

**Calendrier des formations :**

- Port-Menier : 22 mai 2014
- Fermont : 11 juin 2014
- Kegaska : 10 juillet 2014

Ces formations ont été organisées avec la collaboration de la Commission Scolaire du Littoral, le Centre local d'emploi de Havre-Saint-Pierre et le Centre local de développement de Caniapiscau.

Réserve faunique Port-Cartier—Sept-Îles (SÉPAQ) © M.J. Pamerleau

# PRÉVISIONS BUDGÉTAIRES 2015-2016

| *REVENUS* | Réel 2014-2015 | Prévisions 2015-2016 |
|---|---|---|
| **REVENUS DU SECTEUR PUBLIC** | | |
| Gouvernement du Québec | 459 713 $ | 462 212 $ |
| Gouvernement du Canada | 3 329 $ | 3 396 $ |
| Gouvernance régionale | 71 563 $ | 30 833 $ |
| **TOTAL - REVENUS SECTEUR PUBLIC** | **534 605 $** | **496 441 $** |
| | | |
| **REVENUS DU MILIEU** | | |
| Cotisation des membres | **75 765 $** | 78 400 $ |
| Promotion et mise en marché | **225 043 $** | 176 551 $ |
| Vie associative | **1 304 $** | 10 000 $ |
| Accueil, information, distribution | **19 032 $** | 13 088 $ |
| Soutien et développement de l'offre | 572 447 $ | 7 000 $ |
| Administration et finances | **9 007 $** | 8 739 $ |
| Taxe sur l'hébergement | 296 401 $ | 430 000 $ |
| **TOTAL - REVENUS DU MILIEU** | **1 198 999 $** | **723 778 $** |
| **TOTAL DES REVENUS** | **1 733 604 $** | **1 220 219 $** |

| *DÉPENSES* | Réel 2014-2015 | Prévisions 2015-2016 |
|---|---|---|
| Promotion et mise en marché | 619 512 $ | 587 340 $ |
| Vie associative | 32 043 $ | 42 607 $ |
| Accueil, information, distribution | 109 731 $ | 122 920 $ |
| Soutien et développement de l'offre | 806 060 $ | 123 853 $ |
| Communications | 49 725 $ | 63 133 $ |
| Administration et finances | 188 567 $ | 269 845 $ |
| Frais de perception de Revenu Québec sur la taxe sur l'hébergement | 9 124 $ | 10 000 $ |
| **TOTAL DES DÉPENSES** | **1 814 762 $** | **1 219 698 $** |
| | | |
| **Surplus ou (déficit) d'opérations** | **(81 158 $)** | **521 $** |

# PLAN D'ACTION 2015-2016

## ADMINISTRATION ET FINANCES

- Organiser la mise en œuvre du plan stratégique de développement et de marketing de la Côte-Nord 2013-2020;
- Assurer le bon fonctionnement et l'utilisation adéquate des outils comptables et administratifs;
- Gérer les revenus de la taxe sur l'hébergement;
- Participer et suivre l'évolution du nouveau modèle de gouvernance de l'industrie touristique;
- Respecter les mandats confiés par le ministère du Tourisme.



## VIE ASSOCIATIVE

- Assurer une présence soutenue sur le territoire;
- Rencontrer régulièrement les membres pour connaitre leurs besoins et réalités;
- Communiquer le plan stratégique 2013-2020 aux membres et partenaires;
- Avoir une implication significative dans les grands dossiers régionaux;
- Accentuer les efforts de recrutement de nouveaux membres;
- Proposer aux membres des formations adaptées;
- Sensibiliser le milieu à l'importance de l'industrie touristique;
- Organiser l'Assemblée générale annuelle;
- Organiser un rassemblement de l'industrie touristique.

## SOUTIEN ET DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

- Assurer les suivis auprès des promoteurs soutenus par l'Entente de partenariat régional en tourisme (EPRT);
- Appuyer et favoriser le développement des projets structurants pour la région;
- Assurer un support aux promoteurs touristiques;
- Accompagner les pôles touristiques principaux et émergents dans l'élaboration d'un plan directeur en tourisme;
- Favoriser la structuration des grands circuits thématiques;
- Soutenir le milieu dans l'amélioration de l'accès à la région;
- Favoriser l'expérience en forêt (chasse, pêche, villégiature);
- Aider à renforcer l'expérience gourmande, le tourisme culturel et autochtone;

- Favoriser l'esthétisme des villes et villages en encourageant les projets de revitalisation;
- Assurer un support aux clubs de motoneigistes et de quads;
- Siéger sur divers comités régionaux et tables sectorielles;
- Inciter les entreprises à adhérer aux divers programmes visant la qualité et la responsabilité sociale;
- Assurer la mise en œuvre du plan d'action en développement durable.

## ACCUEIL, INFORMATION ET DISTRIBUTION

- Revoir la stratégie régionale d'accueil en fonction des nouveaux comportements des visiteurs;
- Assurer la mise en œuvre des politiques nationale et régionale relatives aux lieux d'accueil;
- Améliorer et harmoniser les services et les approches dans les lieux d'accueil;
- Assurer la qualité et l'uniformité du réseau en matière d'accueil et d'information;
- Réaliser des campagnes de sensibilisation régionales auprès des résidents et commerçants;
- S'assurer d'une signalisation adéquate des entreprises touristiques et promouvoir le programme de signalisation;
- Assurer le suivi de l'entretien de la signalisation de la Route des Baleines;
- Assurer la collecte des données statistiques en collaboration avec les membres;
- Traiter et interpréter les statistiques du réseau d'accueil;
- Organiser le Salon Découvertes;
- Assurer l'approvisionnement et l'inventaire en documentation du réseau d'accueil;
- Répondre aux demandes de renseignements touristiques;
- Produire le Guide touristique officiel Côte-Nord;
- Distribuer le Guide touristique officiel et autres dépliants et brochures sur la région;
- Recruter des membres pour une présence régionale dans les centres Infotouriste;
- Créer des outils d'analyse sur la performance des bureaux touristiques;
- Coordonner le Comité régional et les actions du réseau d'accueil.

## PROMOTION ET MISE EN MARCHÉ

- Poursuivre la réalisation des campagnes promotionnelles communes (Côte-Nord);
- Favoriser et intensifier la commercialisation de la région;
- Poursuivre les alliances marketing réseau;
- Être davantage actif sur les marchés internationaux;
- Intensifier la mise en place des stratégies Web et médias sociaux;
- Accentuer les efforts d'indexation et de référencement du site Web;
- Participer à des salons et bourses;
- Planifier, organiser et recevoir des tournées journalistiques;
- Favoriser le regroupement des ressources financières actuelles et la mise en place de revenus additionnels;
- Solliciter les membres et vendre des placements publicitaires;
- Favoriser des partenariats promotionnels traditionnels et non traditionnels;
- Mettre en place des outils permettant de mieux connaître les tendances, le profil des clientèles;
- Mettre en place des indicateurs de performance;
- Coordonner les rencontres de comités de promotion.

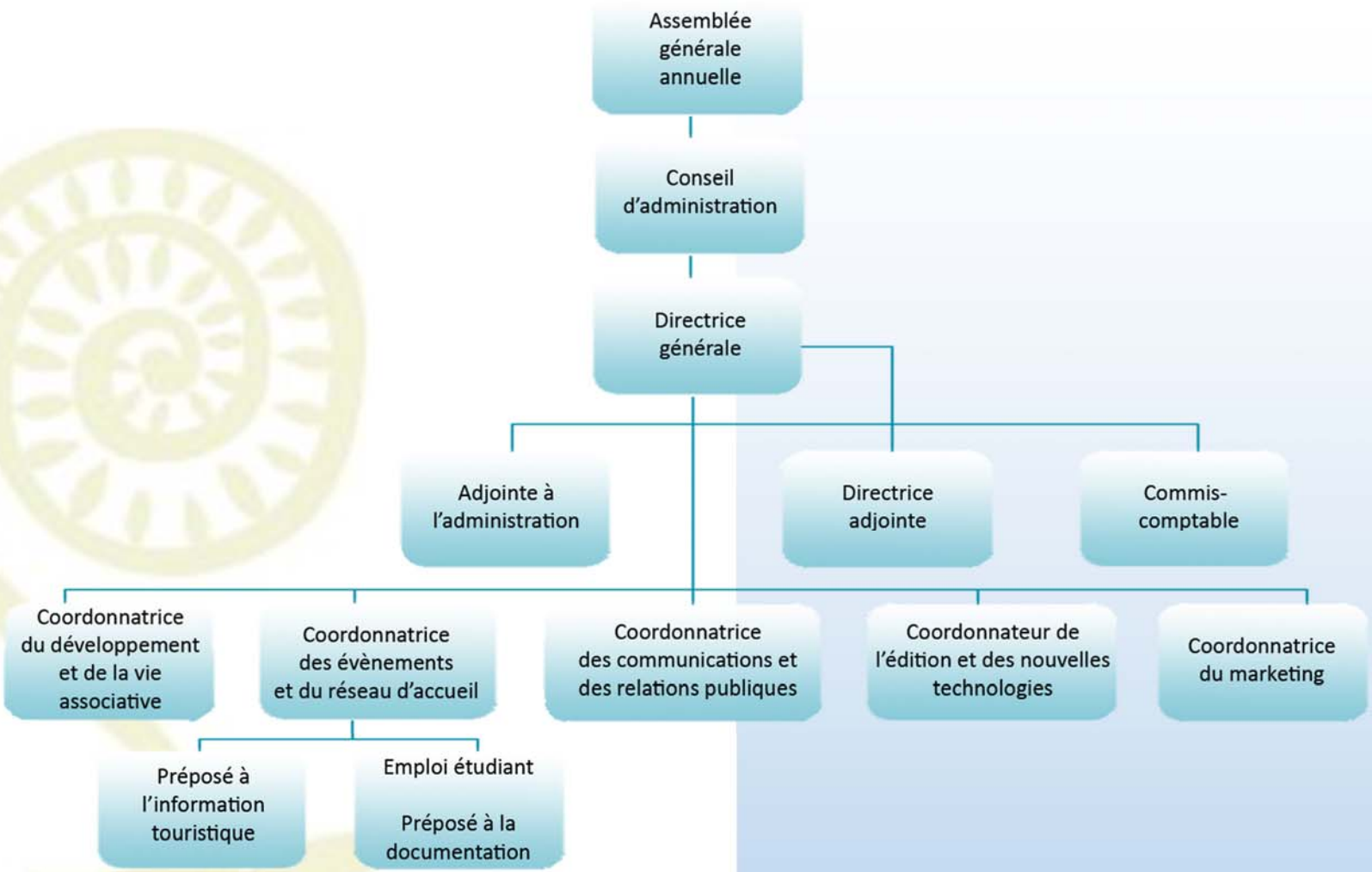
## COMMUNICATIONS

- Coordonner la réalisation du nouveau bulletin des membres pour l'ensemble de la Côte-Nord;
- Rédiger des communiqués de presse et coordonner les conférences de presse;
- Participer aux entrevues et chroniques touristiques avec les différents médias;
- Représenter Tourisme Côte-Nord|Duplessis dans les différents évènements qui le nécessitent.

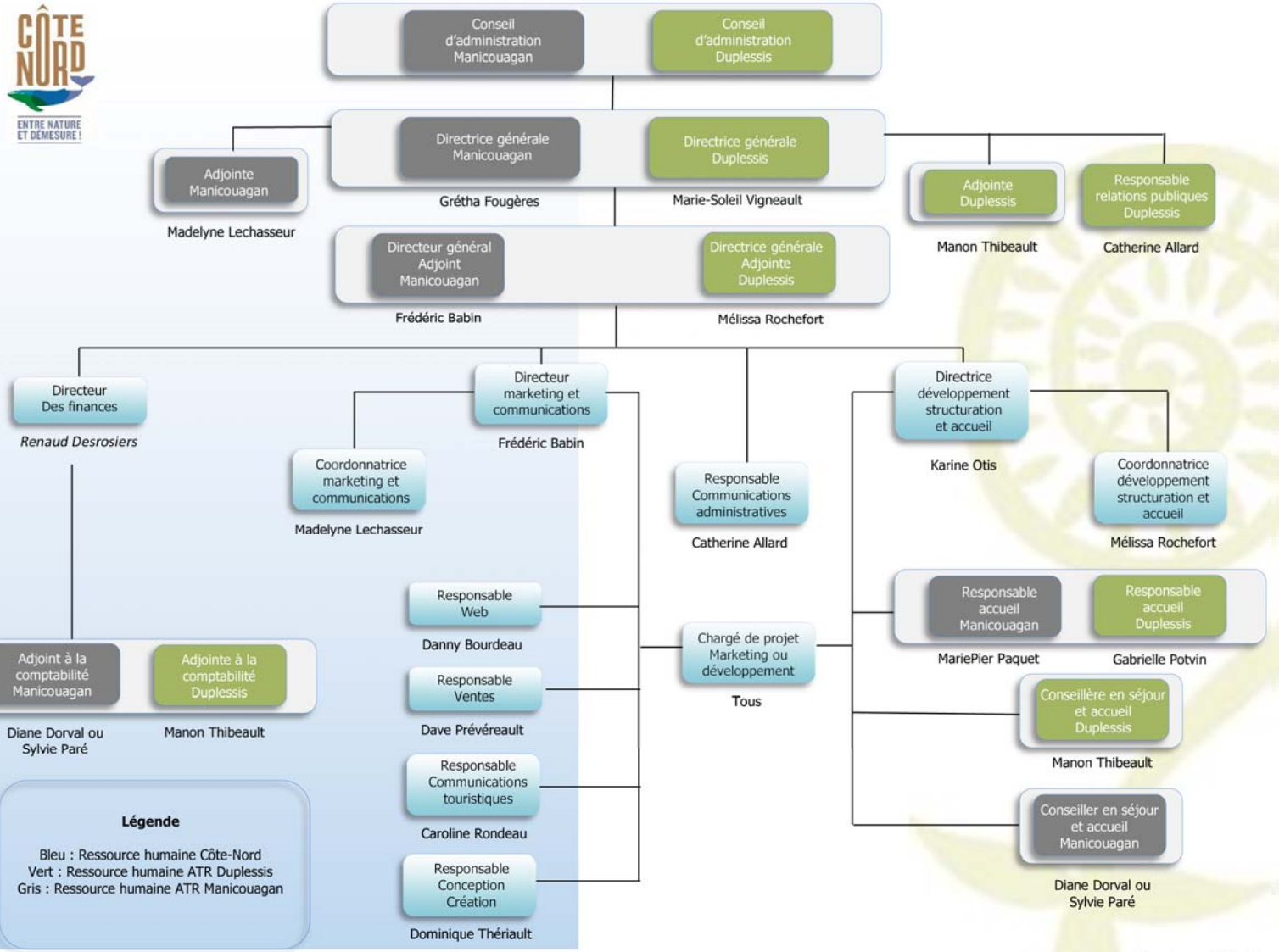
# ANNEXES

Rorqual à bosse © N. Rivard

# ANNEXE 1 - ORGANIGRAMME DE L'ATR DUPLESSIS



# ANNEXE 2 - ORGANIGRAMME CÔTE-NORD



# ANNEXE 3 - MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

| NOM | ZONE | TITRE |
|---|---|---|
| **Nicole Caron** | 4- Sheldrake/Mingan | Présidente |
| **Magella Landry** | 6- Baie-Johan-Beetz/Natashquan | 1er Vice-Président |
| **Nicole Monger** | 7- Basse-Côte-Nord | 2e Vice-Présidente |
| **Robert Michaud** | 3- Sept-Îles | Trésorier |
| **Marylène Bergeron** | 2- Port-Cartier | Secrétaire |
| **Dany Bacon** | 2- Port-Cartier | Administrateur |
| **Patrice Arsenault** | 3- Sept-Îles | Administrateur |
| **Marlène Arsenault** | 5- Havre-Saint-Pierre | Administratrice |
| **Théoharris Ganas** | 5- Havre-Saint-Pierre | Administrateur |
| **Danièle Morin** | 8– L'Île-d'Anticosti | Administratrice |
| **Pascale Castilloux** | 9- Fermont/Schefferville | Administratrice |

# ANNEXE 4 - PERSONNEL DE TOURISME CÔTE-NORD|DUPLESSIS

| NOM | TITRE |
|---|---|
| **Marie-Soleil Vigneault** | Directrice générale |
| **Catherine Allard** | *Coordonnatrice des communications et des relations publiques* [2]<br>Responsable des communications et des relations publiques [3] |
| **Danny Bourdeau** | *Coordonnateur de l'édition et des nouvelles technologies* [2]<br>Responsable Web [3] |
| *Nathalie Lafleur* [1]<br>**Caroline Dupuis** | Coordonnatrice du marketing<br>Chargée de projet marketing |
| **Gabrielle Potvin** | *Coordonnatrice des événements et du réseau d'accueil* [2]<br>Responsable accueil et Chargée de projet développement [3] |
| **Mélissa Rochefort** | *Coordonnatrice du développement et de la vie associative* [2]<br>Directrice générale adjointe et coordonnatrice développement, structuration et accueil [3] |
| **Manon Thibeault** | *Adjointe à l'administration, préposée à l'information et commis comptable* [2]<br>Conseillère en séjour et à l'accueil, assistante comptable et adjointe à l'administration [3] |

| | |
|---|---|
| **Samuel Maltais** | Étudiant été – Préposé à la documentation |

[1] Cette personne a quitté ses fonctions au cours de l'année 2014-2015
[2] Titre de fonction entre le 1er avril et le 30 septembre 2014
[3] Titre de fonction entre le 1er octobre 2014 et le 31 mars 2015

**Marie-Soleil Vigneault**

**Caroline Dupuis**

**Catherine Allard**

**Gabrielle Potvin**

**Danny Bourdeau**

**Mélissa Rochefort**

**Nathalie Lafleur**

**Manon Thibeault**

# ANNEXE 5 - MEMBRES AU 31 MARS

Ce tableau présente la liste des entreprises qui étaient membres de Tourisme Côte-Nord|Duplessis au cours de la période s'échelonnant entre le 1er avril 2014 et le 31 mars 2015. Vous y trouverez les noms des entreprises disposant d'une carte de « membre principal » et/ou d'une carte de « membre supplémentaire ».

| Zone 1 – Hors région | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Baie-Comeau | Association des pourvoiries de la Côte-Nord |
| Baie-Comeau | Conseil régional de la culture et des communications de la Côte-Nord |
| Baie-Comeau | Hydro-Québec |
| Baie-Comeau | Unité régionale Loisir et Sport Côte-Nord |
| Forestville | ARCMCN |
| Jonquière | Labrador Air Safari |
| Laval | Informatique Direct Impact |
| Matane | Société des traversiers du Québec |
| Rimouski | Fédération des gestionnaires de rivières à saumon du Québec |
| Rimouski | Relais Nordik |
| Sainte-Brigitte-de-Laval | Nord Expe inc. |
| Scott | Imprimerie Solisco |
| Wendake | Tourisme Autochtone Québec |

| Zone 2 – Port-Cartier (incluant Pointe-aux-Anglais et Rivière-Pentecôte) | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Port-Cartier | Association Régionale des Clubs Quads de la Côte-Nord (ARCQCN) |
| Port-Cartier | Association de protection de la Rivière-aux-Rochers |
| Port-Cartier | Base de plein air Les Goélands |
| Port-Cartier | Base de plein air Les Goélands (hébergement) |
| Port-Cartier | Bureau d'information touristique de Port-Cartier |
| Port-Cartier | Café-théâtre Graffiti |
| Port-Cartier | Camping Lac Walker, Réserve faunique de Port-Cartier–Sept-Îles |
| Port-Cartier | Camping municipal Le Paradis |
| Port-Cartier | Chambre de commerce de Port-Cartier |
| Port-Cartier | Club de motoneigistes Odanak |
| Port-Cartier | Club Quad Les Aventuriers des 7 Rivières |
| Port-Cartier | Corporation de développement économique de la région Port-Cartier |
| Port-Cartier | Demi-marathon Rosaire Roy |
| Port-Cartier | Dixie Lee (Les Entreprises P&M Arseneault) |
| Port-Cartier | Gîte le Vent de Mer |
| Port-Cartier | Histoire de bulles, chapitre II |
| Port-Cartier | La Feria de Port-Cartier |
| Port-Cartier | Le Q'artier des îles |
| Port-Cartier | Manoir aux Rochers |
| Port-Cartier | Millo Actif |
| Port-Cartier | Propac des 7 Rivières |
| Port-Cartier | Raid Aventure Côte-Nord |

| Zone 2 – Port-Cartier (incluant Pointe-aux-Anglais et Rivière-Pentecôte) – suite | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Port-Cartier | Réserve faunique de Port-Cartier-Sept-Îles (Sépaq) |
| Port-Cartier | Réserve faunique Port-Cartier – Sept-Îles |
| Port-Cartier | Restaurant Forum |
| Port-Cartier | Resto Pub Le Remous |
| Port-Cartier | Société historique et patrimoniale de Port-Cartier |
| Port-Cartier | Tabagie des Îles 2009 |
| Port-Cartier | Triathlon de Port-Cartier |
| Port-Cartier | Ville de Port-Cartier |
| Port-Cartier (Pointe-aux-Anglais) | Bureau d'accueil touristique de Port-Cartier |
| Port-Cartier (Pointe-aux-Anglais) | Musée Louis-Langlois |
| Port-Cartier (Rivière-Pentecôte) | Camping lieu historique de Rivière-Pentecôte |
| Port-Cartier (Rivière-Pentecôte) | La Maison des Pionniers |
| Port-Cartier (Rivière-Pentecôte) | Village d'accueil de Pentecôte |

| Zone 3 – Sept-Îles (incluant Gallix, Clarke City et Moisie) | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Sept-Îles | Aluminerie Alouette inc. |
| Sept-Îles | Association Chasse & Pêche Sept-Îlienne (ZEC Matimek) |
| Sept-Îles | Auberge Internationale Le Tangon |
| Sept-Îles | Brassard Buro |

| Zone 3 – Sept-Îles (incluant Gallix, Clarke City et Moisie) – suite | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Sept-Îles | Bureau d'information touristique de Sept-Îles |
| Sept-Îles | Camping site pour véhicules de camping |
| Sept-Îles | Centraide Duplessis – Bateaux-Dragon |
| Sept-Îles | Centre de plein air du Lac des Rapides |
| Sept-Îles | Centre de relaxation santé beauté La Perle Bleue |
| Sept-Îles | Centre de santé U-NIC |
| Sept-Îles | Centre des Congrès de Sept-Îles |
| Sept-Îles | Chambre de commerce de Sept-Îles |
| Sept-Îles | Château Arnaud |
| Sept-Îles | Chez Sophie |
| Sept-Îles | CLD de la MRC de Sept-Rivières |
| Sept-Îles | Cliffs Est du Canada division Pointe-Noire |
| Sept-Îles | Club de motoneiges Ook-Pik de Sept-Îles |
| Sept-Îles | Club Quad (VTT) Les Nord-Côtiers |
| Sept-Îles | Compagnie minière IOC |
| Sept-Îles | Corporation du Salon du livre de la Côte-Nord |
| Sept-Îles | Corporation du Vieux-Quai en fête |
| Sept-Îles | Corporation touristique de Sept-Îles |
| Sept-Îles | Desjardins Entreprises |
| Sept-Îles | Destination Sept-Îles Nakauinanu |
| Sept-Îles | Développement économique Canada |
| Sept-Îles | Développement économique Sept-Îles |
| Sept-Îles | Edgar Café Bar |
| Sept-Îles | Escale musicale du Vieux-Quai |

| Zone 3 – Sept-Îles (incluant Gallix, Clarke City et Moisie) – suite | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Sept-Îles | Esso Le magasin |
| Sept-Îles | Gagnon Rochette Assurances et services financiers |
| Sept-Îles | GCME Informatique |
| Sept-Îles | Germico |
| Sept-Îles | Gino Pizzaria inc. |
| Sept-Îles | Harley Davidson |
| Sept-Îles | Hôtel Comfort Inn Sept-Îles |
| Sept-Îles | Hôtel Gouverneur Sept-Îles |
| Sept-Îles | Hôtel Le Voyageur |
| Sept-Îles | Hôtel Les Mouettes |
| Sept-Îles | Hôtel Mingan |
| Sept-Îles | Hôtel Sept-Îles |
| Sept-Îles | ICI Radio-Canada |
| Sept-Îles | Imagerie Optik 360 Communication, Web, photo, graphisme |
| Sept-Îles | Imprimerie B & E |
| Sept-Îles | Intercar inc. |
| Sept-Îles | Jardin communautaire Ruisseau Bois-Joli |
| Sept-Îles | Journal le Nord-Côtier |
| Sept-Îles | Journal le Nord-Est |
| Sept-Îles | Karting Côte-Nord |
| Sept-Îles | La Ferme maricole PURMER |
| Sept-Îles | La Production |
| Sept-Îles | Le restaurant Buona Sera – Hôtel Sept-Îles |
| Sept-Îles | Le Végétarien |
| Sept-Îles | Le Vieux-Poste de Sept-Îles |

| Zone 3 – Sept-Îles (incluant Gallix, Clarke City et Moisie) – suite | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Sept-Îles | Les Croisières du Capitaine 2009 |
| Sept-Îles | Les Terrasses du Capitaine |
| Sept-Îles | Mallette SENCRL |
| Sept-Îles | Marché 7 Jours |
| Sept-Îles | Marché MelLau |
| Sept-Îles | MD Communication |
| Sept-Îles | Mets de la Pub |
| Sept-Îles | Motel 7-Îles |
| Sept-Îles | MRC de Sept-Rivières |
| Sept-Îles | Musée régional de la Côte-Nord |
| Sept-Îles | National Location d'Autos |
| Sept-Îles | Numérik Solutions d'affaires |
| Sept-Îles | Pieux Vistech Sept-Îles |
| Sept-Îles | Poissonnerie Fortier & Frères inc. |
| Sept-Îles | Poissonnerie Soucy |
| Sept-Îles | Port de Sept-Îles |
| Sept-Îles | Pourvoirie Moisie-Nipissis |
| Sept-Îles | Provincial Airlines |
| Sept-Îles | Restaurant 5-60 |
| Sept-Îles | Restaurant bar Chez Omer |
| Sept-Îles | Ristorante Pasta |
| Sept-Îles | Roulottes RT inc. |
| Sept-Îles | SADC de la Côte-Nord |
| Sept-Îles | Salle de spectacle Jean-Marc-Dion |
| Sept-Îles | Terroir du Littoral |

| Zone 3 – Sept-Îles (incluant Gallix, Clarke City et Moisie) – suite | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Sept-Îles | Tournoi de volley-ball Orange - Alouette |
| Sept-Îles | TVA-Est du Québec |
| Sept-Îles | TVCOGECO |
| Sept-Îles | Ville de Sept-Îles |
| Sept-Îles | Voyages Tour Monde Vasco |
| Sept-Îles (Clarke City) | Centre d'interprétation de Clarke City |
| Sept-Îles (Clarke City) | Club de golf Sainte-Marguerite |
| Sept-Îles (Gallix) | Domaine santé nature des Sept-Rivières |
| Sept-Îles (Gallix) | Gîte Au bord de la mer |
| Sept-Îles (Gallix) | Station récréotouristique Gallix |
| Sept-Îles (Gallix) | Trésor des Bois |
| Sept-Îles (Moisie) | Association de protection de la Rivière Moisie |
| Sept-Îles (Moisie) | Camping de la rivière Moisie |
| Sept-Îles (Moisie) | La boutique-école SurfShack |
| Sept-Îles (Uashat mak Mani-Utenam) | Agara – Le Repos du Guerrier |
| Sept-Îles (Uashat mak Mani-Utenam) | Agara – Boutique d'artisanat Innu Apakuai |
| Sept-Îles (Uashat mak Mani-Utenam) | Club voyages Côte-Nord |
| Sept-Îles (Uashat mak Mani-Utenam) | Festival Innu Nikamu |
| Sept-Îles (Uashat mak Mani-Utenam) | Institut Tshakapesh |
| Sept-Îles (Uashat mak Mani-Utenam) | Les Galeries Montagnaises |
| Sept-Îles (Uashat mak Mani-Utenam) | Maison de transmission de la culture innue : Shaputuan |
| Sept-Îles (Uashat mak Mani-Utenam) | Rôtisserie St-Hubert |
| Sept-Îles (Uashat mak Mani-Utenam) | Société de développement économique Uashat mak Mani-Utenam (Secteur touristique) |
| Sept-Îles (Uashat mak Mani-Utenam) | Transport ferroviaire Tshiuetin inc. |

| Zone 4 – Sheldrake/Mingan | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Bar laitier Chez Marina inc |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Billeterie - Boutique Famille Loiselle |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Camping de la Minganie |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Camping de la plage |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Cantine Chez Nat |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Club de motoneigistes de la Minganie |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Comité Culturel de Longue-Pointe-de-Mingan |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Corporation de l'Île aux Perroquets (CÎP) |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Excursions du Phare |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Gîte La Chicoutée |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Hôtel-Motel de la Minganie |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Les Entreprises Touristiques Loiselle (Randonnée des Îles) |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Les Maisonnettes des Îles |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Motel Le Poséïdon |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Municipalité de Longue-Pointe-de-Mingan |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Station de recherche des Îles Mingan |
| Longue-Pointe-de-Mingan | Studio La Chicoutée |
| Mingan | Conseil des Montagnais de Mingan |
| Mingan | Maison de la culture innue |
| Mingan | Pourvoirie du Lac Allard et de la rivière Mingan inc. |
| Rivière-au-Tonnerre | Bleu Blanc Vert – consultants |
| Rivière-au-Tonnerre | Bureau d'accueil touristique de la Minganie (Manitou) |
| Rivière-au-Tonnerre | Club Vacances Minganie |
| Rivière-au-Tonnerre | Comité d'Art et Culture Sheldrake/Rivière-au-Tonnerre |
| Rivière-au-Tonnerre | Église de Rivière-au-Tonnerre |

| Zone 4 – Sheldrake/Mingan — suite | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Rivière-au-Tonnerre | La Maison de la Chicoutée |
| Rivière-au-Tonnerre | La Maison du Tonnerre |
| Rivière-au-Tonnerre | L'Escale LAM-AIR |
| Rivière-au-Tonnerre | Municipalité de Rivière-au-Tonnerre |
| Rivière-au-Tonnerre | Voyages Coste |
| Rivière-au-Tonnerre | Voyages Nicole Caron |
| Rivière-Saint-Jean | Anticosti, Minganie, Côte-Nord, Québec |
| Rivière-Saint-Jean | Association de protection de la Rivière-Saint-Jean |
| Rivière-Saint-Jean | Croisières Anticosti, Croisières Minganie |
| Rivière-Saint-Jean | Municipalité de Rivière-Saint-Jean |



| Zone 5 – Havre-Saint-Pierre | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Havre-Saint-Pierre | Auberge Boréale |
| Havre-Saint-Pierre | Auberge Chez Aline |
| Havre-Saint-Pierre | Auberge Niapiskau |
| Havre-Saint-Pierre | Bureau d'information touristique de Havre-Saint-Pierre – Portail Pélagie-Cormier |
| Havre-Saint-Pierre | Camping municipal Havre-Saint-Pierre |
| Havre-Saint-Pierre | Chalet Minganie |
| Havre-Saint-Pierre | CLD Minganie |
| Havre-Saint-Pierre | Club Le Blizzard Havre-Saint-Pierre |
| Havre-Saint-Pierre | Complexe MV |
| Havre-Saint-Pierre | Festival de la Famille de Havre-Saint-Pierre |
| Havre-Saint-Pierre | Gîte 4 Saisons |

| Zone 5 – Havre-Saint-Pierre — suite | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Havre-Saint-Pierre | Gîte Chez Françoise |
| Havre-Saint-Pierre | Gîte Dupuis |
| Havre-Saint-Pierre | Hôtel-Motel du Havre |
| Havre-Saint-Pierre | Le Gîte de Jeanne d'Arc |
| Havre-Saint-Pierre | Le Repère Tranquille |
| Havre-Saint-Pierre | Maison de la Culture Roland-Jomphe |
| Havre-Saint-Pierre | Motel de l'Archipel |
| Havre-Saint-Pierre | Motel du Vieux Townside |
| Havre-Saint-Pierre | MRC de Minganie |
| Havre-Saint-Pierre | Municipalité de Havre-Saint-Pierre |
| Havre-Saint-Pierre | Parcs Canada - Réserve de l'Archipel-de-Mingan |
| Havre-Saint-Pierre | Place des artisans |
| Havre-Saint-Pierre | Port de Havre-Saint-Pierre |
| Havre-Saint-Pierre | Pourvoirie de la Basse-Côte-Nord |
| Havre-Saint-Pierre | Pourvoirie du Lac Holt |
| Havre-Saint-Pierre | Rendez Vous Minganie |
| Havre-Saint-Pierre | Restaurant Chez Julie |
| Havre-Saint-Pierre | Restaurant La Promenade |
| Havre-Saint-Pierre | Salle de diffusion de la Shed-à-morue |
| Havre-Saint-Pierre | Services maritimes Boréale |

| Zone 6 – Baie-Johan-Beetz/Natashquan | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Aguanish | Association de chasse et pêche d'Aguanish |
| Aguanish | Bureau d'accueil touristique d'Aguanish |
| Aguanish | Camping Relais des Cayes |
| Aguanish | Fumoir Le Goynish |
| Aguanish | Fumoir Le Goynish (restaurant) |
| Aguanish | Hébergement de la Chute |
| Aguanish | Municipalité d'Aguanish |
| Aguanish | Pourvoirie Air Aventure Côte-Nord |
| Baie-Johan-Beetz | Auberge de la Mission |
| Baie-Johan-Beetz | Bureau d'accueil touristique de Baie-Johan-Beetz |
| Baie-Johan-Beetz | Coopérative de solidarité de Baie-Johan-Beetz |
| Baie-Johan-Beetz | Les Pourvoyeurs de la Rivière Corneille Inc. |
| Baie-Johan-Beetz | Municipalité de Baie-Johan-Beetz |
| Baie-Johan-Beetz | Pourvoirie Baie-Johan-Beetz |
| Natashquan | Auberge La Cache |
| Natashquan | Auberge La Cache (salle à manger) |
| Natashquan | Boutique souvenirs Les Galets |
| Natashquan | Bureau d'accueil touristique de Natashquan |
| Natashquan | Café-Bistro l'Échourie |
| Natashquan | Camping municipal Chemin Faisant |

| Zone 6 – Baie-Johan-Beetz/Natashquan—suite | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Natashquan | Centre d'interprétation Le Bord du Cap |
| Natashquan | Club Lac Victor (Club Cap Natashquan) |
| Natashquan | Corporation de développement patrimonial, culturel et touristique de Natashquan (COPACTE) |
| Natashquan | Festival du conte et de la légende de l'Innucadie |
| Natashquan | Gite Chez Marie |
| Natashquan | Gîte Chez Mireille |
| Natashquan | Gîte et chalets Paulette Landry |
| Natashquan | La Vieille École |
| Natashquan | Le Port d'Attache |
| Natashquan | Maison Chevarie |
| Natashquan | Marché Natashquan |
| Natashquan | Municipalité de Natashquan |
| Natashquan | Pension chez Renée |
| Natashquan | Résidence Un air de par ici |
| Natashquan | Restaurant John Débardeur |
| Natashquan | Tanguay Entre Marées |

| Zone 7 – Kegaska/Blanc-Sablon | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Blanc-Sablon | Auberge motel Quatre Saisons |
| Blanc-Sablon | Centre touristique de Blanc-Sablon |
| Blanc-Sablon | Corporation de développement touristique et culturel du Canton de Brest |
| Chevery | CLD de la Basse-Côte-Nord |
| Chevery | MRC Le Golfe-du-Saint-Laurent |
| Chevery | Municipalité de la Côte-Nord-du-Golfe-du-Saint- Laurent |
| Harrington Harbour | Amy's Boarding House – La Maison de Amy |
| Harrington Harbour | Jean's House - La Maison de Jean |
| Lourdes-de-Blanc-Sablon | Municipalité de Blanc-Sablon |
| Lourdes-de-Blanc-Sablon | Musée Scheffer |
| Mutton Bay | Pourvoirie Kecarpoui |
| Petit Mécatina | Le Club du Lac Musquaro |
| Rivière-Saint-Paul | Association for the Developpement of Tourism – Whiteley Museum |
| Rivière-Saint-Paul | Auberge Whiteley Inn |
| Rivière-Saint-Paul | Ferme de pétoncle – Aqua Labadie |
| Rivière-Saint-Paul | Municipalité de Bonne-Espérance |
| Tête-à-la-Baleine | Association de développement touristique de Tête-à-la-Baleine |
| Tête-à-la-Baleine | Auberge de l'Archipel |
| Tête-à-la-Baleine | Chapelle de l'Île Providence |
| Tête-à-la-Baleine | Le Gîte d'Émilie |
| Tête-à-la-Baleine | Maison Jos-Hébert |
| Tête-à-la-Baleine | Toutes Îles inc. |

| Zone 8 – Île d'Anticosti | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Port-Menier | Safari Anticosti |
| Port-Menier | Auberge de la Pointe-Ouest |
| Port-Menier | Bureau d'accueil touristique de l'Île d'Anticosti |
| Port-Menier | Coopérative de Consommation de l'Île-d'Anticosti |
| Port-Menier | Écomusée d'Anticosti |
| Port-Menier | Gîte du Copaco |
| Port-Menier | Municipalité de L'Île-d'Anticosti |
| Port-Menier | Parc national d'Anticosti |
| Port-Menier | Pourvoirie Lac Geneviève d'Anticosti |
| Port-Menier | Sépaq Anticosti |

| Zone 9 – Fermont | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Fermont | ArcelorMittal Mines Canada |
| Fermont | Association loisir plein air de Fermont |
| Fermont | Bureau d'information touristique de Fermont |
| Fermont | CLD de Caniapiscau |
| Fermont | Club de motoneige Les Lagopèdes de Fermont |
| Fermont | Club VTT du Grand Nord |
| Fermont | Défi Taïga 200 |
| Fermont | Gîte chez Alexis |
| Fermont | Hôtel Fermont |
| Fermont | La Randonnée du Solstice |

| Zone 9 – Fermont — suite | |
|---|---|
| **Ville** | **Entreprise** |
| Fermont | Taïga Carnaval |
| Fermont | Ville de Fermont |
| Schefferville | Ville de Schefferville |

# ANNEXE 6 – RÉSUMÉ RAPPORT ANNUEL 2014 2015
# LE QUÉBEC MARITIME

LE QUÉBEC MARITIME
Bas-Saint-Laurent, Gaspésie,
Côte-Nord, Îles de la Madeleine
www.quebecmaritime.ca

## COMMERCIALISATION TOURISTIQUE HORS QUÉBEC

**ACTIONS RÉALISÉES 2014-2015**

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 axes d'intervention suivants :

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 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/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 : Bourse du Québec maritime (Montréal), Rendez-vous Canada (Ottawa), Top Résa (Paris), Discover Québec Toronto, Bienvenue Québec (Saguenay), Destination Québec Tour and Travel (New York), missions commerciales Belgique, France (Paris, Lyon), Suisse, Allemagne et Italie, rencontres en collaboration avec Vacances Transat (France).
- 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 à 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), et rencontres de presse à Chicago, Boston et New York.

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

**TOURNÉES DE VOYAGISTES ET DE JOURNALISTES**

18 tournées représentant plus de 78 voyagistes ont été réalisées en 2014-2015 en provenance de différents marchés, notamment : Allemagne, Australie, Belgique, Canada, Espagne, France, Italie, Mexique, Pays-Bas, Royaume-Uni.

En 2014-2015, nous avons accueilli 57 tournées médias, individuelles ou de groupe. Cela représente 120 journalistes, animateurs, photographes et techniciens des médias imprimés et électroniques (radio, Internet et télévision).

Notons la venue de plusieurs journalistes canadiens, français, suisses, américains, allemands, mexicains, belges, italiens et anglais, ainsi qu'un grand intérêt pour le patrimoine maritime, les phares, l'observation de la faune (dont l'observation des baleines), les grands espaces avec les parcs nationaux et les activités de plein air, les saveurs locales, les activités hivernales, les « personnages », les artistes et artisans, l'expérience à bord des traversiers, les différents types d'hébergement (dont les hébergements insolites) et les îles du Saint-Laurent et du golfe.

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/SAINT-LAURENT**

Campagne de promotion 2014 visant les consommateurs canadiens et américains : Production d'un feuillet de positionnement (366 000 exemplaires) distribué dans des magazines et des quotidiens en Ontario et dans les provinces maritimes, ainsi qu'en réponse aux demandes d'information. Salons promotionnels : Ottawa Travel & Vacation Show et Saltscapes Expo (Halifax).

Des placements médias en ligne (bannières, mots clés, Facebook, etc.), des bulletins électroniques et une présence soutenue sur les médias sociaux ont complété les actions.

Pour la Côte-Nord – Duplessis, des actions spéciales ont été réalisées : campagne bannières, mots clés et Facebook sur les marchés de l'Ontario, des provinces maritimes et de certains états américains (New York et New England).

La campagne visant les mototouristes a été reconduite : participation à l'alliance Québec à moto, salons promotionnels (Moncton et Toronto), section Web spécialisée, placement promotionnel dans le Motorcycle Tour Guide, infolettre et bannières Web.

La Côte-Nord est aussi positionnée dans la campagne de Tourisme Québec sur le marché ontarien en compagnie d'autres régions partenaires, pour un investissement total de 490 000 $, ainsi que sur les marchés de New York et de Boston, pour un investissement global de 1 380 000 $.

Campagne visant les consommateurs francophones européens :
La 3e édition de la brochure Le Québec maritime : nouveaux horizons, destinée au marché de l'Europe francophone (France, Belgique, Suisse), a été distribuée à plusieurs contacts, événements et salons promotionnels, notamment au salon de Bruxelles.

Une importante campagne de promotion sur les médias sociaux a été élaborée et mise en œuvre pour positionner l'ensemble de nos régions auprès des clientèles de l'Europe francophone. Parallèlement, les activités de relations de presse ont été intensifiées, et des placements publicitaires dans Google (mots clés), Facebook et Twitter sont venus appuyer ces actions tout comme les publicités imprimées dans des magazines européens. Des investissements spécifiques à la région de la Côte-Nord ont aussi été effectués; citons notamment des actions en relations de presse, une campagne de notoriété dans les médias sociaux et des publicités dans des magazines comme Lonely Planet, Désirs de voyages, Québec Le Mag', A/R Magazine, et Horizons Monde.

Nous avons participé à la campagne de Tourisme Québec pour la promotion de l'hiver 2014-2015 et de l'été 2015 en France avec d'autres régions et des transporteurs aériens. La valeur totale de ces campagnes est, respectivement, de 955 000 $ et 1 320 000 $.



**MOTONEIGE**

Nous avons réalisé des outils promotionnels : pochette cartonnée regroupant les cartes régionales des sentiers et feuillet annonçant un concours en lien avec la section Web dédiée aux motoneigistes.

Plusieurs placements publicitaires dans les magazines On Snow et Snow Goer Canada ont été effectués ainsi que des promotions en ligne (achat de mots clés, bannières et infolettres). 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 SnowGoer Canada, l'envoi à nos abonnés d'une infolettre exclusive à la région, de la diffusion de contenu et de la publicité dans les médias sociaux, ainsi qu'un publipostage auprès des abonnés de Motoneige Québec sur les marchés canadiens et américains.

Comme chaque année, nous avons aussi participé à l'alliance motoneige Québec pour l'année 2014-2015 avec plusieurs autres régions du Québec, pour un investissement total de 205 000 $ sur l'Ontario et les États-Unis.

**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.

## ACTIONS MULTI-PRODUITS

**SITE WEB**

Cette année, une importante refonte de notre site Web a été réalisée afin de mettre davantage en valeur les régions, les circuits, les partenaires majeurs et les entreprises, mais aussi pour répondre aux besoins de plus en plus exigeants des internautes, notamment en matière de mobilité et de médias sociaux.

## 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 et développement de partenariats avec des entreprises et partenaires
- 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, notamment une enquête auprès des entreprises d'hébergement pour connaître l'évolution des clientèles dans leurs établissements (2006 à 2014) et la compilation des statistiques de fréquentation de notre site Web et de ceux des ATR.

**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.

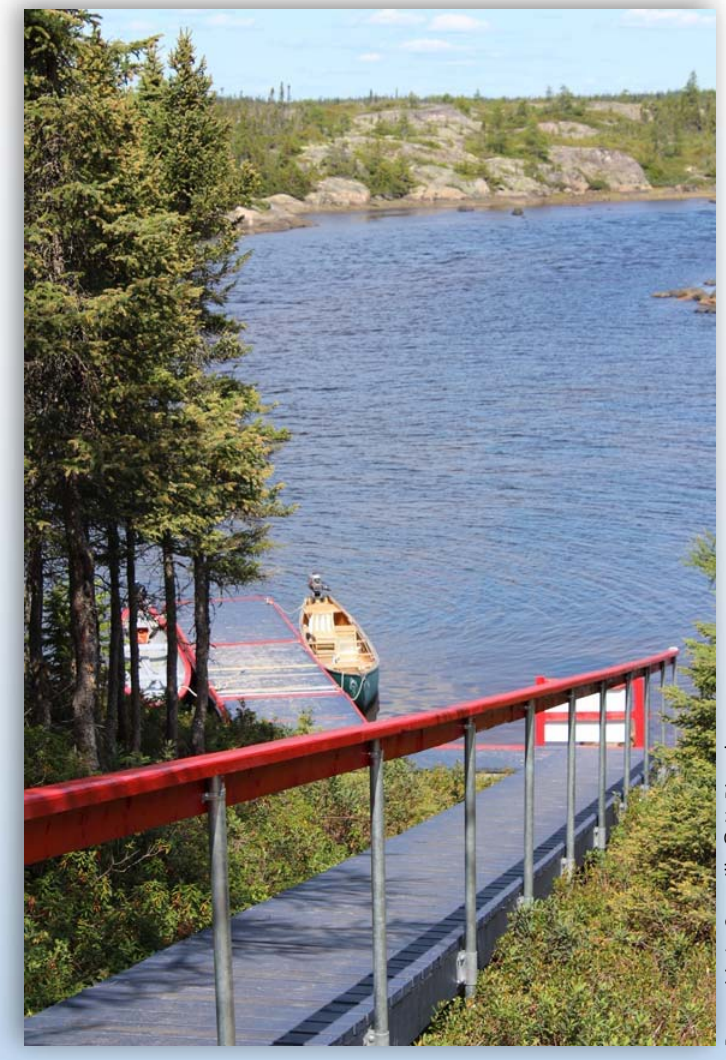
Les dépenses totales pour l'année 2014-2015 s'élèvent à plus de 2 M $ et la participation des différents partenaires régionaux est d'environ 700 000 $. Les partenaires financiers sont Développement économique Canada, *partenaire principal*,

Parcs Canada, la SÉPAQ, Tourisme Québec, les associations touristiques régionales et près de 170 entreprises associées.

Le Conseil d'administration est composé des présidents des ATR membres du Québec maritime soit le Bas-Saint-Laurent, la Gaspésie, Côte-Nord–Manicouagan, Côte-Nord–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
Mai 2015



Pourvoirie La Corneille © N. Rivard

# ANNEXE 7 - ÉTATS FINANCIERS AU 31 MARS 2015

Macareux © M. Delongchamps