

TOURISME

Côte-Nord Duplessis

Association touristique régionale de Duplessis

RÉSUMÉ DES ACTIVITÉS

# RAPPORT ANNUEL

2015 | 2016



ENTRE NATURE  
ET DÉMESURE!

c'est **304**  
membres, dont :

- 14** de la zone 1  
hors région;
- 32** de la zone 2  
Port-Cartier;
- 105** de la zone 3  
Sept-Îles, dont **7** dans la  
communauté de Uashat  
mak Mani-Utenam;
- 36** de la zone 4  
Sheldrake/Mingan;
- 32** de la zone 5  
Havre-Saint-Pierre;
- 35** de la zone 6  
Baie-Johan-Beetz/  
Natashquan;
- 22** de la zone 7  
Basse-Côte-Nord;
- 12** de la zone 8  
Île d'Anticosti;
- 16** de la zone 9  
Fermont/Schefferville.

**11** membres  
du conseil  
d'administration

**Présidente :**

M<sup>me</sup> Nicole Caron (Sheldrake/Mingan)

**1<sup>er</sup> Vice-président :**

M. Magella Landry (Baie-Johan-Beetz/Natashquan)

**2<sup>e</sup> Vice-présidente :**

M<sup>me</sup> Nicole Monger (Basse-Côte-Nord)

**Trésorier :**

M. Robert Michaud (Sept-Îles)

**Secrétaire :**

M<sup>me</sup> Josée Leblanc (Sept-Îles)

**Administratrices/Administrateurs :**

M. Dany Bacon (Port-Cartier)

M<sup>me</sup> Marylène Bergeron (Port-Cartier)

M<sup>me</sup> Marlène Arsenault (Havre-Saint-Pierre)

M. Théoharris Ganas (Havre-Saint-Pierre)

M<sup>me</sup> Danièle Morin (Île d'Anticosti)

M<sup>me</sup> Pascale Castilloux (Fermont/Schefferville)

**Équipe**

**Côte-Nord|Duplessis**

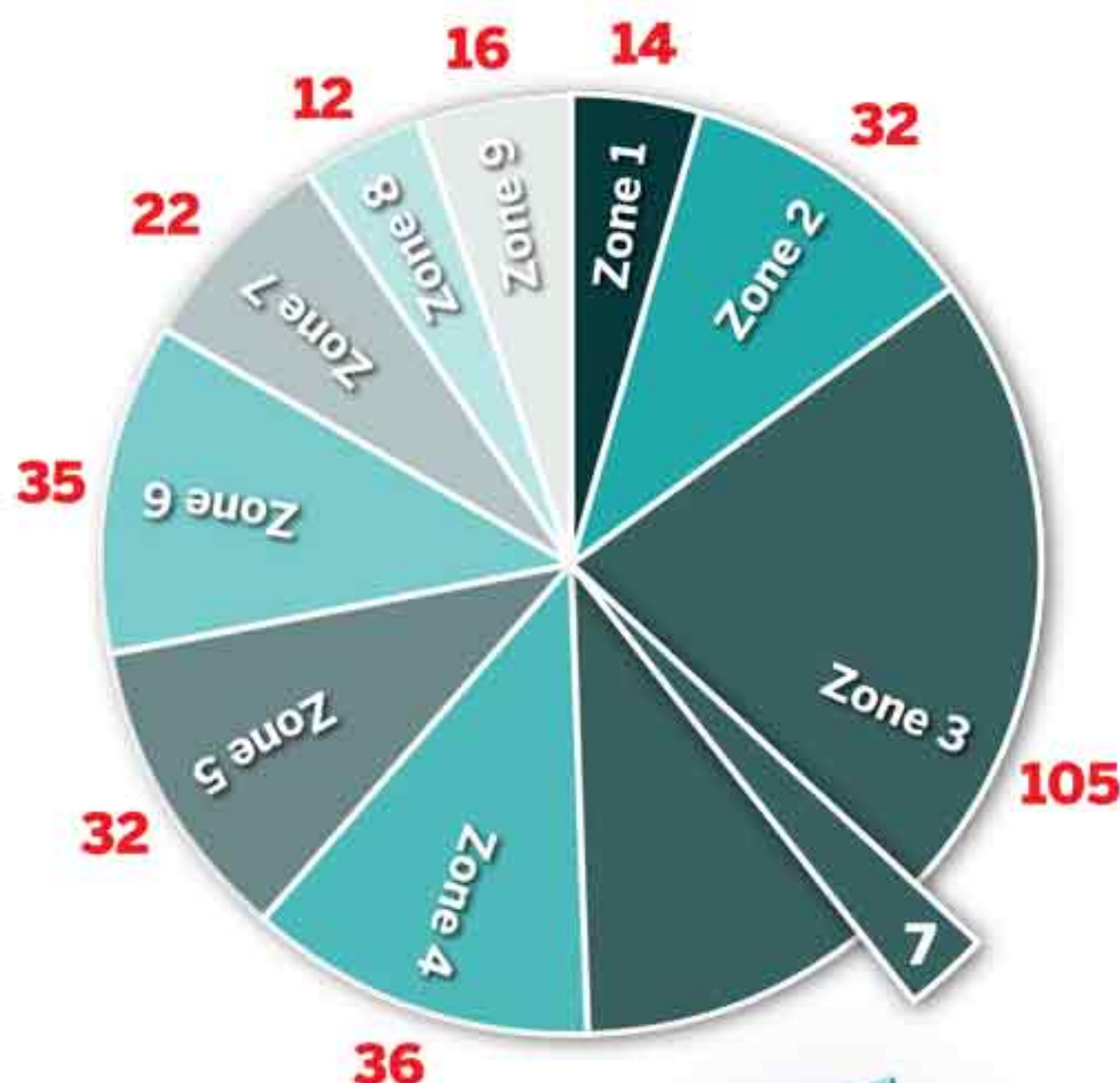
**7** employés  
permanents  
à temps plein

**+1** étudiant  
en période  
estivale



De gauche à droite sur la photo : Danny Bourdeau, Étienne Lalancette, Mélissa Rochefort, Marie-Soleil Vigneault, Gabrielle Potvin, Manon Thibeault et Catherine Allard.

**Équipe Côte-Nord|Manicouagan :** Frédéric Babin, Renaud Desrosiers, Grétha Fougères, Madelyne Lechasseur, Émilie Marchand, Karine Otis, MariePier Paquet, Dave Prévèreault.



**Valeurs**

**DES ATR DE LA CÔTE-NORD**

- 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

En 2020

# LES ATR DE LA CÔTE-NORD

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

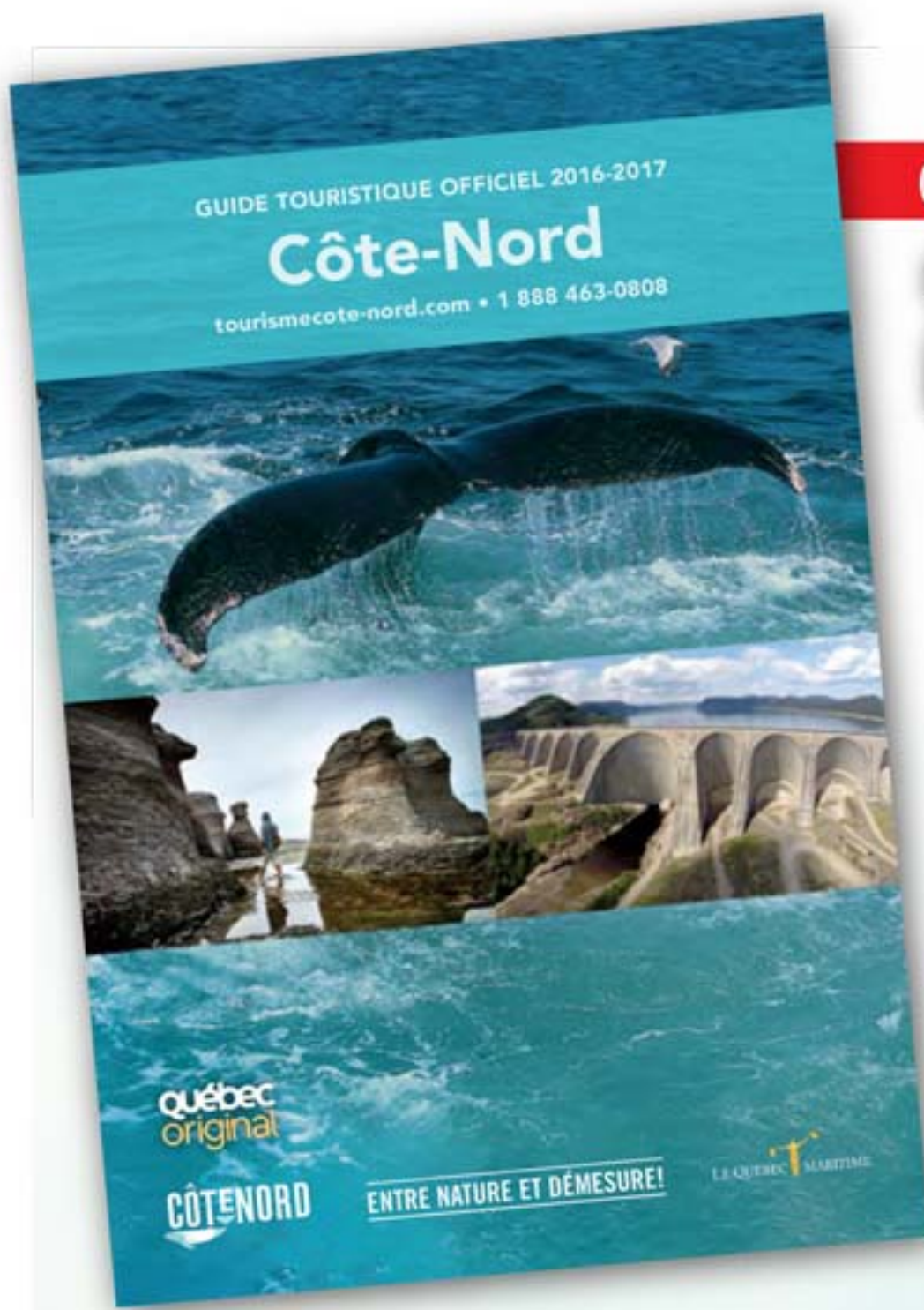
## Tourisme Côte-Nord poursuit la mise en œuvre d'un plan d'action en développement durable

### La démarche en Responsabilité sociale des entreprises/organisations permet de :

- favoriser la mise en œuvre du Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord 2013-2020;
- favoriser une approche proactive;
- mesurer, arrimer et évaluer les actions posées;
- harmoniser les actions avec les objectifs gouvernementaux;
- favoriser le développement des compétences du personnel;
- agir en accord avec les principes du développement durable;
- communiquer les réalisations.

### Réalisations issues de la démarche Côte-Nord en 2015-2016 :

- une carte motoneige et quad Côte-Nord, 2<sup>e</sup> édition;
- un guide touristique Côte-Nord, 3<sup>e</sup> édition;
- une mise à niveau du site [tourismecote-nord.com](http://tourismecote-nord.com) pour qu'il s'adapte aux multiples plateformes technologiques;
- des campagnes marketing au Québec et à l'étranger;
- un bilan statistique Côte-Nord, 3<sup>e</sup> édition, et le premier portait global traitant des 15 dernières années;
- des rencontres conjointes des deux conseils d'administration des ATR de la Côte-Nord;
- une démarche de structuration des pôles touristiques;
- la réalisation de la démarche de renforcement du pôle touristique de la Basse-Côte-Nord;
- l'ouverture des boutiques du terroir dans quatre bureaux d'information touristique de Côte-Nord|Duplessis;
- la création d'outils Côte-Nord en accueil (trousse, manuel et procédures, t-shirt, etc.);
- la création d'un panneau de façade Côte-Nord pour les bureaux d'accueil et d'information touristique;
- un sondage auprès des clientèles (le baromètre touristique), 2<sup>e</sup> édition;
- la création du site [unerivealautre.com](http://unerivealautre.com) sur le navire F.-A. Gauthier;
- la confirmation de partenariat avec Terre-Neuve-Labrador pour le développement du Circuit Grand Nord;
- l'évaluation des sites de plein air du territoire.



Guide touristique officiel  
**2016-2017**

**232** pages

Tiré à  
**120 000**  
 exemplaires

**3<sup>e</sup> édition**  
 du Guide touristique  
 officiel Côte-Nord

**Site Web**  
 tourismecote-nord.com

**Maintenant adaptatif à  
 toutes les plateformes**

- 642 045** > pages vues dont le nombre moyen de pages par session est de **2,84**
- 72,79 %** > sont des nouveaux visiteurs
- Plus de **80 %** > **87 %** des visiteurs qui consultent le site en français proviennent du Canada
- Montréal et Québec** > sont les villes où les internautes consultent le plus notre site
- La section **hébergement** > est la plus consultée après la page d'accueil avec **32 071** visites, suivie par la section activités et attractions avec **14 692** visites
- 132 374** sessions > via un ordinateur, suivi des tablettes avec **61 556** visites

Pour la période du 1<sup>er</sup> avril 2015 au 31 mars 2016, le site tourismecote-nord.com a reçu **226 081 visites**, comparativement à 142 010 pour la période du 1<sup>er</sup> avril 2014 au 31 mars 2015.  
**Cela représente une augmentation de 59,2 %.**

Le nombre d'utilisateurs ayant visité le site pour la période 2015-2016 est de **166 013**, par rapport à 105 201 pour la période 2014-2015.  
**Cela représente une augmentation de 57,81 %.**

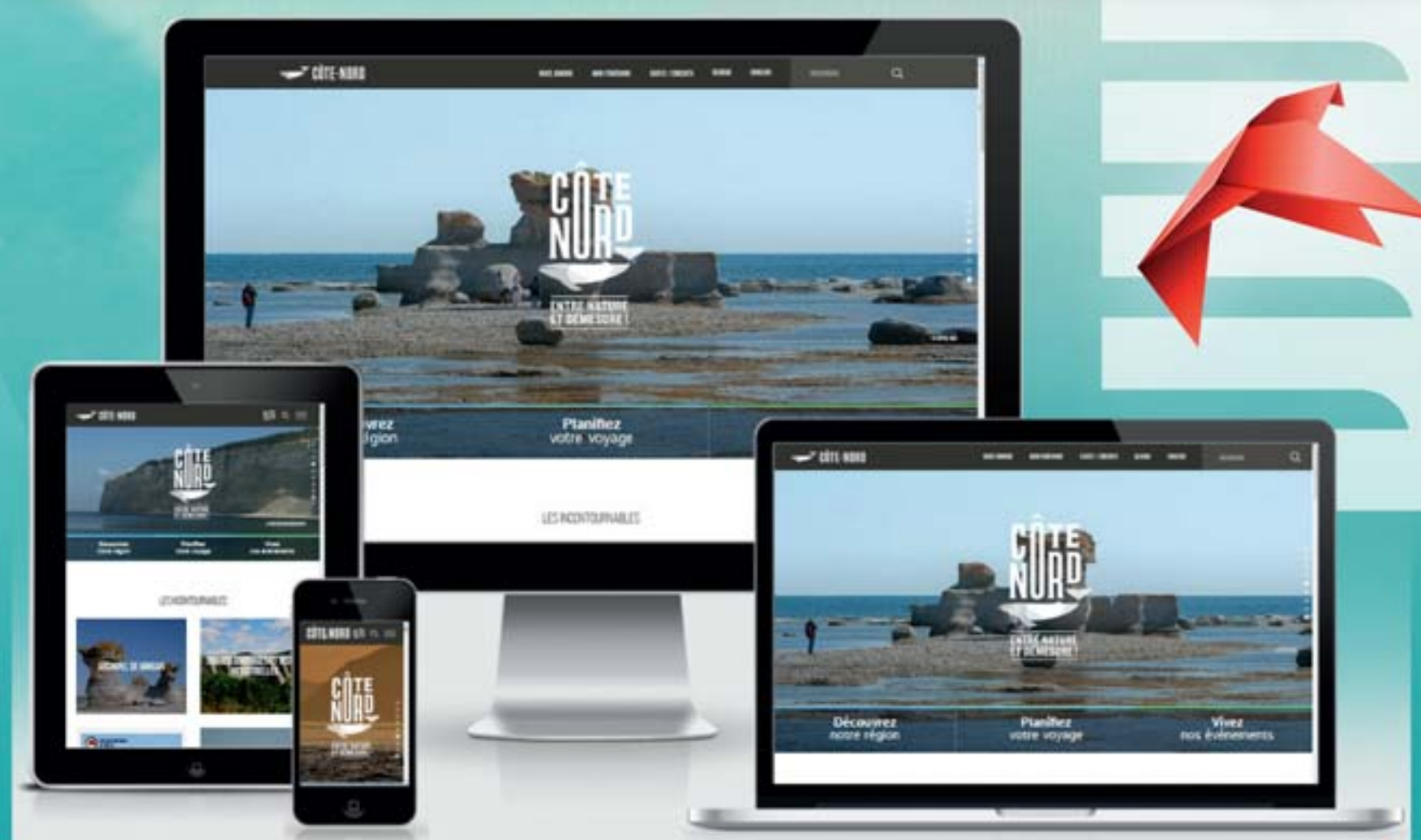
**Salons et événements  
 promotionnels**

**5**  
 salons

**2** bourses  
 des médias



**113 714**  
 visiteurs présents  
 à ces événements



# Faits saillants

de la campagne marketing

## 2015 2016



### Campagne **Pourvoiries** Côte-Nord

- **Concours**  
312 inscriptions  
8 586 inscriptions à l'infolettre
- **Publications dans 4 magazines**
- **Campagne d'achat de mots clés**  
4 027 clics  
515 701 impressions

## 2 concours publics



## Publicités télé

Diffusion sur les réseaux de Radio-Canada, TVA et certaines chaînes spécialisées



## Publicités Web

21 753 637 impressions livrées

89 592 visites sur le site grâce aux publicités



## Médias sociaux

3 000 nouveaux fans sur Facebook

15 874 suivent la page Facebook

Un peu plus de 300 nouveaux abonnés au compte Twitter

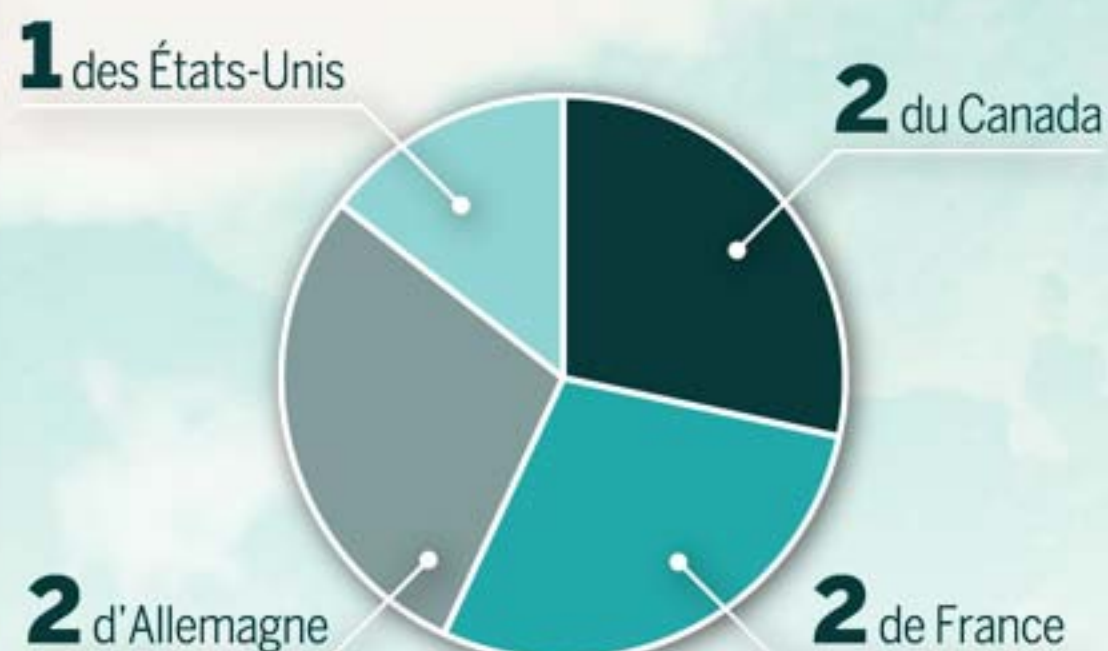


### Tournées journalistiques Côte-Nord | Duplessis

**7** tournées journalistiques par Le Québec maritime (marché hors Québec)

**5** tournées journalistiques par Tourisme Côte-Nord (marché intra Québec)

#### Provenance des journalistes

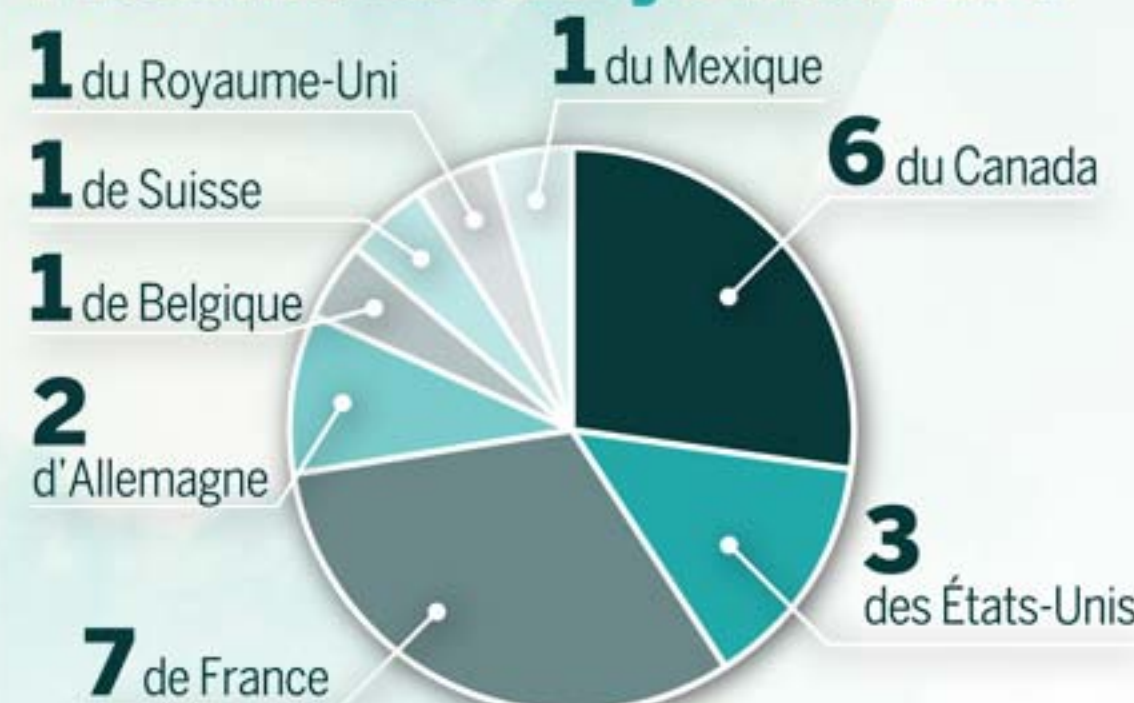


### Tournées journalistiques Côte-Nord Manicouagan et Duplessis

**17** tournées journalistiques par Le Québec maritime (marché hors Québec)

**7** tournées journalistiques par Tourisme Côte-Nord (marché intra Québec)

#### Provenance des journalistes



## 75 entrevues accordées

(51 en 2014-2015)



- **7** entrevues à la presse (**6** en 2014-2015)
- **53** entrevues à la radio (**37** en 2014-2015)
- **15** entrevues à la télévision (**8** en 2014-2015)

## 25 communiqués de presse émis



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

# Représentation, support, service-conseil

En 2015-2016, Tourisme Côte-Nord|Duplessis a participé à :

8	comités
3	tables de concertation
60	rencontres consultatives en développement touristique ou régional
11	assemblées générales annuelles
45	représentations publiques
1	implication comme administrateur dans un conseil d'administration
2	congrès
9	formations suivies en amélioration continue des compétences

Stratégies et mesures du Plan de développement de l'industrie touristique (PDIT) 2012-2020 du ministère du Tourisme visées par les actions de représentations, support, service-conseil et autres participations

ACTIONS

• Miser sur la synergie des partenaires	1
• Développer et renforcer des produits de calibre international	48
• Stratégie maritime	8
• Croisières internationales	7
• Tourisme hivernal	7
• Tourisme nature et aventure	9
• Tourisme culturel et événementiel	4
• Potentiel des parcs nationaux	2
• Nord du 49 <sup>e</sup> parallèle	13
• Accroître l'investissement privé et stimuler l'innovation	7
• Entente de partenariat régional en tourisme (EPRT)	7
• Enrichir l'accueil et améliorer l'accès à la destination	10

# Pôles touristiques de la Côte-Nord

## • Objectifs :

- Unir la Côte-Nord pour la promouvoir et la faire rayonner;
- Structurer l'expérience des grands circuits touristiques.

## • Catégories de pôles :

- **Majeur :**  
Tadoussac;
- **Principaux :**  
Baie-Comeau, Port-Cartier/Sept-Îles, Havre-Saint-Pierre;
- **Émergents :**  
Forestville, Rivière-au-Tonnerre, Île d'Anticosti, Natashquan, Basse-Côte-Nord, Fermont.

## • Actions entreprises en 2015-2016 :

- **Pôle de Blanc-Sablon**
  - Quatre tournées sur le territoire;
  - Rédaction et démarrage de la mise en œuvre du plan d'action en tourisme pour la Basse-Côte-Nord;
  - Embauche d'une coordonnatrice touristique (contrat de quatre mois).
- **Présentation de la démarche à certaines MRC de Côte-Nord|Duplessis**
  - Golfe-du-Saint-Laurent;
  - Caniapiscau.

# États financiers 2015-2016

**Revenus**  
**1 201 072 \$**

**Dépenses**  
**1 069 286 \$**

**Excédent**  
**131 786 \$**

**Budget** 2016  
**prévisionnel** 2017  
**(107 608) \$**

## Taxe sur l'hébergement

**Revenu annuel pour les quatre trimestres de 2015-2016**

**305 659 \$\***

\* Le montant associé au trimestre de janvier à mars n'était pas connu au moment d'écrire le rapport annuel, il s'agit donc d'une estimation.

Saison

# TOURISTIQUE 2015



**92 884**

visiteurs dans le  
réseau d'accueil  
Côte-Nord

(**92 819**  
en 2014)

**24 283**

visiteurs en  
Côte-Nord|Duplessis

(**Hausse de 13 %**  
par rapport à 2014)

## Principales clientèles touristiques

Côte-Nord|Duplessis

- Québécois **89 %**
- Français **2,9 %**



Environ **34 795**  
visiteurs susceptibles d'avoir  
prolongé leur séjour après  
avoir utilisé les services du  
réseau d'accueil.

Représente plus de  
**2,8 M \$**  
en recettes touristiques  
supplémentaires

## Principales motivations

- la détente et les paysages **23 %**
- le plein-air et l'aventure **15 %**
- la fin de la route **11 %**
- le camping **9 %**



### Bureau d'accueil touristique de l'année

Manitou

### Initiative de l'année

Bureau d'information  
touristique de Sept-Îles

### Gestionnaire de l'année

Pascale Castilloux du bureau  
de Fermont

## Médi'ATR

l'infolettre  
aux membres

**9**

parutions en  
**2015-2016**



## Quelques faits saillants du baromètre touristique

enquête auprès des visiteurs de la  
Côte-Nord durant la saison estivale 2015 :

- **21 %** des répondants proviennent de la région de Montréal, **18 %** de Québec et **15 %** de la Montérégie;
- **50 %** sont des couples sans enfant à la maison;

- Les répondants séjournent en moyenne **9,8 nuitées** en Côte-Nord;
- **47 %** des répondants recommanderaient la destination de la Côte-Nord et **47 %** des répondants ont été inspirés par leurs parents et amis dans le choix de cette destination;
- **84 %** ont utilisé Internet pour choisir la Côte-Nord comme destination vacance;
- Parmi les activités sportives pratiquées c'est la randonnée pédestre qui est la plus populaire pour **71 %** des répondants.