

RÉSUMÉ DES ACTIVITÉS

# Rapport annuel

2016-2017

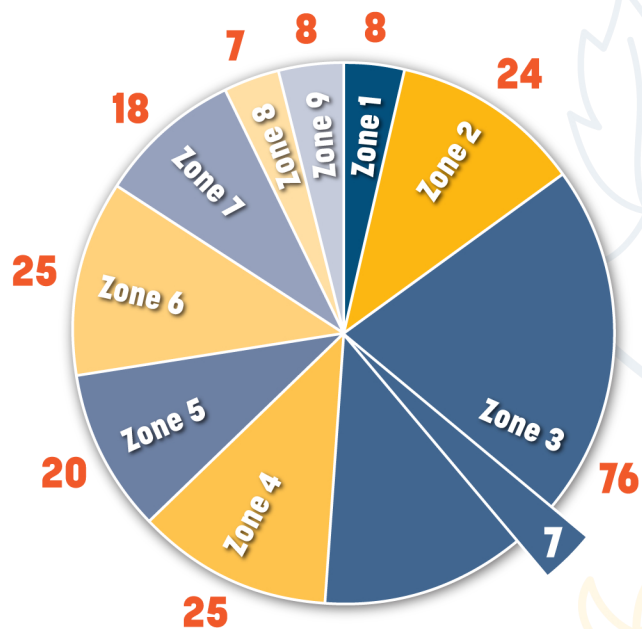
TOURISME  
**Côte-Nord Duplessis**

Association touristique régionale de Duplessis



ENTRE NATURE  
ET DÉMESURE!

C'est  
**211** membres  
principaux,  
répartis sur  
le territoire



- 8** de la Zone 1 hors région
- 24** de la Zone 2 Port-Cartier
- 76** de la Zone 3 Sept-Îles dont **7** dans la communauté de Uashat mak Mani-Utenam
- 25** de la Zone 4 Sheldrake / Mingan
- 20** de la Zone 5 Havre-Saint-Pierre
- 25** de la Zone 6 Baie-Johan-Beetz / Natashquan
- 18** de la Zone 7 Kegaska / Blanc-Sablon
- 7** de la Zone 8 L'Île-d'Anticosti
- 8** de la Zone 9 Fermont

**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> Marylène Bergeron (Port-Cartier)

**Administratrices/Administrateurs :**

- M. Dany Bacon (Port-Cartier)
- M<sup>me</sup> Marie-Ève Cyr (Sept-Îles)
- M<sup>me</sup> Marlène Arsenault (Havre-Saint-Pierre)
- M<sup>me</sup> Meggie Richard (Havre-Saint-Pierre)
- M. Frédérick Lee (Île-d'Anticosti)
- M<sup>me</sup> Pascale Castilloux (Fermont / Schefferville)

**Équipe**  
Côte-Nord | Duplessis

**7** employés permanents à temps plein + **2** étudiants en période estivale



Marie-Soleil Vigneault<sup>1</sup>



Mario Leblanc<sup>2</sup>



Catherine Allard



Danny Bourdeau



Étienne Lalancette



Gabrielle Potvin



Mélissa Rochefort



Manon Thibeault

<sup>1</sup> Marie-Soleil Vigneault, directrice générale de Tourisme Côte-Nord | Duplessis a quitté l'ATR à la fin de son mandat, le 31 mars 2017.

<sup>2</sup> Mario Leblanc, directeur général de Tourisme Côte-Nord, est entré en poste le 23 janvier 2017.

**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

**Équipe Côte-Nord | Manicouagan :** Frédéric Babin, Annie Beaulieu, Renaud Desrosiers, Grétha Fougères\*, Isabelle Gagné, Madelyne Lechasseur\*\*, Émilie Marchand, MariePier Paquet\*\*, Dave Prévèreault.  
\* départ en 2016; \*\* départ en 2017

## VISION EN 2020

# les ATR de la Côte-Nord

- **sont essentielles** pour le développement touristique de la région;
- entraînent des **retombées économiques significatives**;
- contribuent à la **création d'emplois**;
- 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**.

## Réalisations marquantes issues de la démarche Côte-Nord au cours de l'année 2016-2017

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

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

## Guide touristique officiel Côte-Nord 2017-2018

**232** pages

Tiré à  
**100 000** exemplaires

**4<sup>e</sup> édition** Côte-Nord

**14 551**  
exemplaires en français et

**4 608**  
en anglais ont été envoyés  
dans les bureaux d'accueil  
pour distribution aux visiteurs



## Salons et événements promotionnels

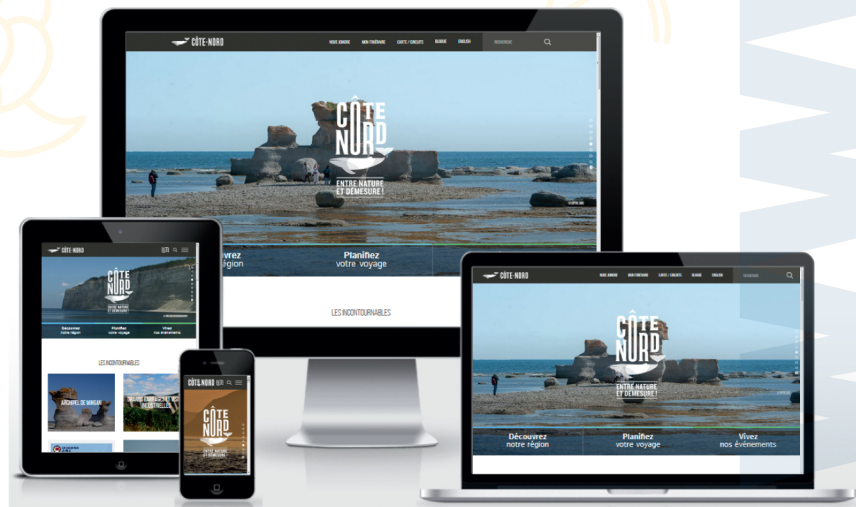
**6** salons

**2** bourses  
des médias



## Site Web [tourismecote-nord.com](http://tourismecote-nord.com)

- Adaptable à toutes les plateformes
- **240 127** visites comprenant **179 425** utilisateurs
- **74 %** sont des nouveaux visiteurs
- Des **85 %** de visiteurs qui consultent le site en français, **88 %** proviennent du Canada
- Sections les plus consultées :  
**Page d'accueil**  
**Page concours** | **22 469** visites  
**Page hébergement** | **16 682** visites
- **691 418** pages vues, dont le nombre moyen de pages par session est de **2,88**
- **Montréal** et **Québec** sont toujours les villes qui consultent le plus notre site.



# FAITS SAILLANTS

## de la campagne marketing

### Prix AVA Awards

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

**3 concours**

### Publicités télé



- Diffusion sur les réseaux de **Radio-Canada** et de **TVA**
- **57 500 000** impressions publicitaires (réseau TVA)
- **27 100 000** impressions publicitaires (réseau Radio-Canada)

### Publicités Web



- plus de **23 445** clics et **7 069 475** impressions publicitaires pour la campagne **Contemplatif**
- plus de **45 570** clics et **4 302 654** impressions publicitaires pour la campagne **Aventurier**

### Médias sociaux

du 1<sup>er</sup> avril 2016 au 31 mars 2017

- **Facebook** : **19 920** abonnés (15 907 en 2016) = augmentation de **25 %**
- **Twitter** : **2 104** abonnés (1 584 en 2016) = augmentation de **33 %**
- **Instagram** : **872** abonnés (504 en 2016) = augmentation de **73 %**
- **Pinterest** : ajout de **quatre** nouveaux tableaux d'images sur les thèmes : Mammifères marins, La Route blanche, Automne en Côte-Nord et Concours Entre Nature et Démessure 2016

### Campagne Pourvoiries Côte-Nord



- Le concours a généré **2 509** inscriptions uniques
- **1485** nouvelles inscriptions à l'infolettre des pourvoiries

### 18 Buzz

publications efficaces excluant les publications stimulées monétairement sur les médias sociaux

### Tournées journalistiques Duplessis

**4** tournées journalistiques orchestrées par **Le Québec maritime**

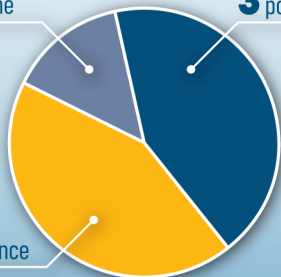
**3** tournées journalistiques par **Tourisme Côte-Nord**

#### Marché cible des journalistes

**1** pour l'Europe francophone

**3** pour le Canada

**3** pour la France



### Tournées journalistiques Côte-Nord

Manicouagan et Duplessis

**14** tournées journalistiques orchestrées par **Le Québec maritime**

**2** tournées journalistiques par **Tourisme Côte-Nord**

#### Marché cible des journalistes

**1** pour Singapour

**1** pour l'Allemagne

**1** pour Shanghai

**5** pour le Canada

**1** pour Dubaï

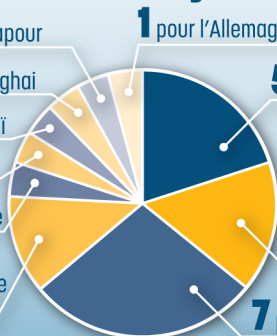
**1** pour le Maroc

**1** pour l'Espagne

**3** pour l'Europe francophone

**4** pour les États-Unis

**7** pour la France



### 83 entrevues accordées



- **12** entrevues à la presse (7 en 2015-2016)
- **58** entrevues à la radio (53 en 2015-2016)
- **13** entrevues à la télévision (15 en 2015-2016)

### 21 communiqués de presse émis



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

# Représentations, soutien, service-conseil et participation à divers projets de développement

En 2016-2017,  
Tourisme Côte-Nord | Duplessis a participé à :

## Stratégies du ministère du Tourisme

• Miser sur la synergie des partenaires **(plus de 59 actions)**

• Produits de calibre international **(plus de 405 actions)**

- 47** Tourisme maritime
- 59** Tourisme hivernal
- 70** Tourisme de nature et d'aventure
- 81** Tourisme culturel et événementiel
- 27** Escales de croisières internationales
- 15** Tourisme d'affaires
- 106** Tourisme nordique

• Entente de partenariat régional  
en tourisme (EPRT) **(plus de 32 actions)**

• Accueil et accès à la destination **(plus de 50 actions)**

• Image de marque **(plus de 16 actions)**

\*En raison d'une situation indépendante de notre volonté, ces chiffres ne tiennent pas compte de l'activité des mois de février et mars 2017.

## Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord 2013-2020

ACTIONS

• **Expérience des pôles touristiques  
et des grands circuits**

**21**

Créer et thématiser des circuits de découverte

**61**

Renforcement des pôles touristiques

**22**

Accessibilité de la région

**24**

Développement de l'expérience en Basse-Côte-Nord

**28**

Offre culturelle d'appel

**32**

Offre plein air

**17**

Expérience gourmande

**14**

Esthétisme des villes et villages

**6**

**Virages marketing électronique**

• **Stratégie régionale en accueil**

**12**

Harmoniser les services dans les lieux  
d'accueil et de renseignements touristiques

**2**

Campagne de sensibilisation auprès des résidents et commerçants



# 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

## • Dix pôles touristiques d'ouest en est

Tadoussac, Forestville, Baie-Comeau, Fermont,  
Port-Cartier / Sept-Îles, Rivière-au-Tonnerre, Havre-Saint-Pierre,  
L'Île-d'Anticosti, Natashquan, Basse-Côte-Nord

## • Actions entreprises en 2016-2017

- Poursuite de la mise en œuvre du plan d'action du pôle de Basse-Côte-Nord
- Élaboration du portrait diagnostique et du plan d'action du pôle de Fermont
- Création d'une Table ad hoc pour les pôles de la Minganie
- Planification pour une approche personnalisée du pôle Port-Cartier-Sept-Îles

Vote sur l'harmonisation de  
la taxe sur l'hébergement à

# 3,5%

Principe de 1 unité = 1 vote

**61%** des percepteurs  
de la taxe ont voté **OUI**

Sur 1 707 unités,  
**1 605** se sont prévaluées de  
leur droit de vote

# 144

établissements pouvaient voter; de ce  
nombre, **84** (soit 68 %) ont opté pour  
l'harmonisation de la taxe sur  
l'hébergement à 3,5 %

Le taux de participation enregistré a été de

**94%** et de **85%**  
pour les unités pour les établissements



## Circuit de découvertes des sites de plein air

- Présentation des choix des sites aux municipalités, conseils de bande et gestionnaires concernés
- Création du logo
- Rédaction d'un guide d'entretien

## FAITS SAILLANTS

### de la saison touristique 2016

**100 118**

visiteurs dans le réseau d'accueil Côte-Nord



Hausse de **8%**

Principales clientèles touristiques

**Québécois**

**68%**

**Visiteurs européens**

majoritairement de France

**19%**

Des **100 118** visiteurs qui ont fréquenté les lieux d'accueil de la Côte-Nord, on estime qu'environ

**36 042**

ont allongé leur séjour à la suite des informations reçues. ce qui représente plus de

**2,9 millions** en recettes touristiques supplémentaires dans la région

## Principales motivations Côte-Nord

Omniprésence des attractions naturelles à

**71%**



Attractions culturelles à

**13%**



Hausse de l'achalandage des terrains de camping en 2016, avec un taux d'occupation de **65 %** par rapport à **60 %** en 2015.

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

Blanc-Sablon

### Initiative de l'année

Bureau d'information touristique de Port-Cartier

### Gestionnaire de l'année

Marlène Blais du bureau d'accueil touristique d'Aguanish

### Nouvelle infolettre aux membres Côte-Nord

**TOUT savoir TOURisme**

- **Remplace le Médi'ATR** qui était destiné aux membres de Tourisme Côte-Nord | Duplessis uniquement
- **Diffusée à l'ensemble des membres de Tourisme Côte-Nord** (Duplessis et Manicouagan)
- Diffusée par courriel **depuis octobre 2016**
- **Six parutions mensuelles** durant l'année 2016-2017

## Quelques faits saillants du baromètre touristique

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

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