

# rapport annuel

2016-2017

TOURISME

Côte-Nord Duplessis

Association touristique régionale de Duplessis



ENTRE NATURE  
ET DÉMESURE!



Association touristique régionale de Duplessis

312, avenue Brochu  
Sept-Îles (Québec) G4R 2W6

**Téléphone**

418 962-0808 | 1 888 463-0808

**Courriel**

[info@cotenordqc.com](mailto:info@cotenordqc.com)

**Site Web**

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

**7 juin 2017**

**Edition**

Catherine Allard

**Conception et mise en page**

Imprimerie B&E et D'JAZZ

# TABLE DES MATIÈRES

Avis de convocation de l'assemblée générale annuelle .....	1
Ordre du jour de l'assemblée générale annuelle .....	2
Procès verbal .....	3
Présences .....	7
Mot de la présidente .....	8
Mot du directeur général .....	10
Valeurs et vision des ATR de la Côte-Nord .....	12
Activités générales 2016-2017 .....	14
Membres principaux de Tourisme Côte-Nord   Duplessis .....	14
Taxe sur l'hébergement .....	14
Gouvernance des ATR .....	14
Alliance de l'industrie touristique du Québec .....	15
Édition .....	16
<i>Guide touristique officiel Côte-Nord</i> .....	16
Site Web <a href="http://tourismecote-nord.com">tourismecote-nord.com</a> .....	16
Projet pilote Basse-Côte-Nord .....	17
Aperçu de quelques données statistiques du 1 <sup>er</sup> avril 2016 au 31 mars 2017 .....	17
Site Web de Pourvoiries Côte-Nord .....	17
Performance du site <a href="http://quebecamoto.com">quebecamoto.com</a> en 2016 .....	17
Communication .....	18
Revue de presse 2016-2017 – Les 21 communiqués émis .....	18
Revue de presse 2016-2017 – Les 83 entrevues accordées .....	21
Infolettre aux membres <i>TOUT savoir TOURisme</i> .....	27
Mise en marché .....	28
Médias sociaux .....	28
Bourse des médias .....	29
Salon et événements promotionnels .....	29
Campagnes 2016-2017 .....	31
Campagne Tourisme Côte-Nord « À couper le souffle » .....	31

Campagne Contemplatif .....	32
Campagne Aventurier .....	32
Campagnes partenaires .....	32
Concours « Entre nature et démesure » .....	33
Campagne Pourvoies Côte-Nord .....	34
Campagne Festival Innu Nikamu 2016 .....	34
Campagne motoneige hiver 2017 .....	34
<b>Concours</b> .....	<b>35</b>
Concours « Julie Bélanger » .....	35
Résultat des concours et noms des gagnants .....	35
<b>Buzz</b> .....	<b>36</b>
<b>Médias imprimés</b> .....	<b>36</b>
<b>Alliances marketing</b> .....	<b>37</b>
<b>Autres alliances marketing</b> .....	<b>37</b>
Alliance Québec à moto .....	37
<b>Tournées journalistiques</b> .....	<b>38</b>
<b>Relations de presse</b> .....	<b>40</b>
<b>Développement</b> .....	<b>42</b>
Représentation, soutien, service-conseil et participation à divers projets de développements .....	42
Table bioalimentaire Côte-Nord .....	43
Tourisme Côte-Nord participe à la journée de réflexion sur la zone périphérique du parc national du Fjord-du-Saguenay .....	43
Circuit Grand Nord .....	43
Pôles touristiques .....	44
Festivals et événements .....	44
Réseau muséal de la Côte-Nord .....	45
Circuit de découvertes des sites de plein air .....	45
<b>Accueil</b> .....	<b>46</b>
Comité régional du réseau d'accueil de Duplessis .....	46
Salon Découvertes 2016 .....	46

Action Côte-Nord en accueil .....	47
Tournées sur le territoire .....	47
Formation en accueil .....	48
Bilan de la saison touristique 2016 – Faits saillants .....	48
Baromètre touristique .....	49
<b>Plan d'action 2017-2018</b> .....	<b>50</b>
Promotion et mise en marché .....	50
Soutien et développement de l'offre .....	50
Accueil, information et distribution .....	50
Communications .....	50
Vie associative .....	50
Administration et finances .....	50
<b>ANNEXES</b> .....	<b>51</b>
Membres du conseil d'administration de Tourisme Côte-Nord   Duplessis .....	52
Personnel de Tourisme Côte-Nord .....	53
Équipe de Sept-Îles (ATR Duplessis) .....	53
Équipe de Baie-Comeau (ATR Manicouagan) .....	54
Résumé du rapport annuel du Québec maritime .....	55

# AVIS DE CONVOCATION

Tourisme Côte-Nord|Duplessis invite ses membres en règle à prendre part à son assemblée générale annuelle (AGA), qui se tiendra le mercredi 7 juin 2017, à 11 h 30, à la salle Maikan de l'hôtel Quality Inn, situé au 1009, boulevard Laure à Sept-Îles.

Les membres qui souhaitent s'impliquer activement au sein du conseil d'administration de l'Association touristique régionale de Duplessis doivent remplir 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 31 mai 2017.

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 |
| • 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<sup>me</sup> Manon Thibeault au 418 962-0808 (sans frais 1 888 463-0808) ou encore par courriel à [info@cotenordqc.com](mailto:info@cotenordqc.com) avant midi le 2 juin 2017.



**Marylène Bergeron**  
Secrétaire du conseil d'administration

# ORDRE DU JOUR



Assemblée générale annuelle des membres  
de Tourisme Côte-Nord | Duplessis

Salle Maikan de l'hôtel Quality Inn  
1009, boulevard Laure, Sept-Îles  
Mercredi, 7 juin 2017 11 h 00

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 approbation du procès-verbal de l'assemblée générale annuelle du 8 juin 2016 et affaires découlant du procès-verbal
5. Présentation du rapport annuel 2016-2017
  - 5.1 Mot de la présidente
  - 5.2 Mot du directeur général
  - 5.3 Bilan des activités
6. Rapport financier 2016-2017
  - 6.1 Mot du trésorier
  - 6.2 Rapport de l'auditeur
  - 6.3 États financiers au 31 mars 2017
  - 6.4 Ratification des gestes posés par les administrateurs
  - 6.5 Choix de la firme d'auditeurs
7. Plan d'action 2017-2018
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 membres du bureau de direction
11. Levée de l'assemblée

# PROCÈS VERBAL

**Assemblée générale annuelle de Tourisme Côte-Nord | Duplessis**  
tenue le 8 juin 2016 à 11 h 30  
Salle l'Aiglon de la bibliothèque Louis-Ange-Santerre  
500, avenue Jolliet à Sept-Île

## 1. Ouverture de l'assemblée

La présidente, M<sup>me</sup> Nicole Caron, déclare l'assemblée générale annuelle ouverte à 11 h 45.

## 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 du 6 juin 2016

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

Proposé par : M. Marius Murray

Appuyé par : M<sup>me</sup> Marie-Ève Cyr

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

## 4. Lecture et approbation du procès verbal de l'assemblée générale annuelle du 17 septembre 2015 et affaires découlant du procès-verbal

M<sup>me</sup> Caron fait la lecture du procès-verbal de l'assemblée générale annuelle tenue le 17 septembre 2015.

Proposé par : M. Christian Marcotte

Appuyé par : M<sup>me</sup> Sarah Beaupré

QUE le procès-verbal soit approuvé tel que rédigé.

## 5. Présentation du rapport annuel 2015-2016

### 5.1 Mot de la présidente

M<sup>me</sup> Nicole Caron fait la lecture du mot de la présidente. Elle présente les membres du conseil d'administration de l'Association touristique régionale de Duplessis.

### 5.2 Mot de la directrice générale

M<sup>me</sup> Marie-Soleil Vigneault fait la lecture du mot de la directrice générale en mentionnant quelques faits saillants de l'année 2015-2016.

M<sup>me</sup> Vigneault présente les membres de l'équipe permanente de Tourisme Côte-Nord | Duplessis.

### 5.3 Bilan des activités

Les membres de l'équipe de la permanence présentent à tour de rôle les principaux mandats réalisés au cours de la dernière année. Les principaux dossiers abordés sont :

- Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord
  - Collaboration Côte-Nord
- Démarche RSE
  - Mise en œuvre du plan et impacts
- Site Web Côte-Nord
  - Version adaptable aux plateformes
  - Fréquentation
- Campagne publicitaire et médias sociaux
  - Investissement
  - Retombées
- *Guide touristique officiel Côte-Nord*
  - Distribution et édition
- Communications et médias
  - Communiqués de presse
  - Entrevues
- Taxe sur l'hébergement
  - Bilan
  - Harmonisation
- Entente de partenariat régional en tourisme
  - Bilan
  - Renouvellement
- Sentiers plein air
  - Répertoire et évaluation
- Démarche des pôles touristiques
  - Basse-Côte-Nord
  - Anticosti
- Circuit Grand Nord
- Réseau d'accueil
  - Salon Découvertes
- Trousse de formation
- Baromètre touristique
  - Sondage
- Bilan de la saison estivale 2015

### 6. Rapport financier 2015-2016

#### 6.1 Mot du trésorier

M. Robert Michaud 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 2016.

#### 6.2 Rapport de l'auditeur

M. Monger présente le rapport de l'auditeur.

#### 6.3 États financiers au 31 mars 2016

M. André Monger explique les états financiers de l'année 2015-2016.

Il explique les écarts entre l'année dernière et le budget prévisionnel ainsi que les particularités de la taxe sur l'hébergement.

Proposé par : M. Christian Marcotte

Appuyé par : M<sup>me</sup> Marie-Ève Cyr

QUE les états financiers au 31 mars 2016 soient acceptés tels que déposés et présentés par M. André Monger de la firme Gestion André Monger CA.

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

M. Monger suggère que l'assemblée ratifie les gestes posés par les administrateurs durant l'année 2015-2016.

Proposé par : M. Réjean Porlier

Appuyé par : M<sup>me</sup> Véronik Perreault

#### 6.5 Choix de la firme d'auditeurs

Suite à l'analyse de trois soumissions, il est suggéré à l'assemblée d'accepter la proposition de la firme Gestion André Monger CA.

Proposé par : M. Keven Rioux

Appuyé par : M. Christian Marcotte

M. Monger émet la possibilité de s'impliquer au sein de l'organisation, et si tel est le cas, le choix devra s'arrêter sur une autre firme.

## 7. Plan d'action 2016-2017

La directrice, M<sup>me</sup> Marie-Soleil Vigneault, explique que la mise en œuvre du « plan stratégique de développement touristique Côte-Nord 2013-2020 » se poursuivra en 2016-2017 et que toutes les actions qui seront réalisées devront plus que jamais être en lien avec les objectifs et stratégies du gouvernement du Québec en matière de tourisme.

Pour plus de détails, les membres sont invités à consulter le plan d'action complet accessible sur le site Web.

## 8. Période de questions

Q : M. Réjean Porlier demande comment se passe sur le terrain le processus de consultation sur la taxe sur l'hébergement.

R : M<sup>me</sup> Caron répond que la période de votation se termine le 10 juin, mais assure que les membres du conseil d'administration et la direction ont rencontré plus de 70 % des percepteurs de la taxe ou discuté avec eux afin de bien les conscientiser à l'importance de ce levier.

M<sup>me</sup> Marie-Soleil Vigneault remercie les municipalités, les villes et les organismes qui ont appuyé l'ATR dans ce dossier.

Q : M. Ghislain Lévesque questionne le Conseil d'administration sur les modifications à venir quant à la gouvernance de l'organisation. Il remercie aussi la directrice générale pour le travail accompli au cours des onze dernières années à la barre de Tourisme Côte-Nord|Duplessis.

R : M<sup>me</sup> Caron explique que le processus suit son cours, et que pour l'instant, la nouvelle direction générale Côte-Nord n'est pas connue. Elle rappelle que le souhait du Conseil est que M<sup>me</sup> Vigneault demeure à l'emploi de Tourisme Côte-Nord|Duplessis.

## 9. Élection des administrateurs

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

M. André Monger agira à titre de président d'élection et M<sup>me</sup> Marie-Soleil Vigneault agira à titre de secrétaire d'élection.

Proposé par : M. Réjean Porlier  
Appuyé par : M<sup>me</sup> Marie-Ève Cyr

## 9.2 Dépôt des mises en candidature

Tous les membres intéressés à poser 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 le 1<sup>er</sup> juin 2016.

Les zones en élection sont : Port-Cartier, Sept-Îles, Havre-Saint-Pierre, L'Île d'Anticosti et Fermont/Schefferville.

Une seule candidature a été reçue dans les règles, soit celle de M<sup>me</sup> Pascale Castilloux pour la zone de Fermont.

Pour la zone de Havre-Saint-Pierre, seule la candidature de M<sup>me</sup> Marlène Arsenault a été reçue, mais après la date limite. Même chose pour la zone de Port-Cartier, une seule candidature a été reçue, en retard, soit celle de M. Dany Bacon.

Pour la zone de L'Île d'Anticosti, M<sup>me</sup> Danièle Morin n'a pas déposé de formulaire, mais a informé le CA et l'AGA de son intérêt à poursuivre un autre mandat.

### 9.3 Vote

Puisqu'il n'y a qu'une seule personne proposée par zone en élection, M. André Monger suggère d'accepter toutes les candidatures reçues.

Par acclamation, les personnes suivantes sont donc élues : M. Dany Bacon, zone 2; M<sup>me</sup> Marlène Arsenault, zone 5; M<sup>me</sup> Danièle Morin, zone 8; M<sup>me</sup> Pascale Castilloux, zone 9.

La zone 3 de Sept-Îles est laissée vacante. Les membres intéressés sont invités à faire parvenir leur candidature au conseil d'administration avant septembre afin de pourvoir le poste.

## 10. Élection des membres du bureau de direction

L'attribution des postes du bureau de direction est reportée à la prochaine rencontre du Conseil d'administration en septembre. M<sup>me</sup> Nicole Caron agira tout de même à titre de présidente par intérim d'ici là.

## 11. Levée de l'assemblée

M<sup>me</sup> Nicole Caron remercie tous les membres de leur participation à l'AGA et clôture la rencontre.

Des prix de présence sont tirés au hasard par Catherine Allard et Mélissa Rochefort.

Les gagnants sont :

- Hélène Desaulniers  
Prix remis par le Musée régional de la Côte-Nord
- Robert Jones  
Prix remis par le Vieux Poste de Sept-Îles
- Alain Darras  
Prix remis par la Salle de spectacle Jean-Marc-Dion
- Marie-Ève Cyr  
Prix remis par le Café-théâtre Graffiti
- Kevin Rioux  
Prix remis par Imprimerie B&E

Proposé par : M. Luc Gagnon

Appuyé par : M. Christian Marcotte

QUE l'assemblée générale annuelle de l'Association touristique régionale de Duplessis soit levée à 13 h 30.



**Nicole Caron**  
Présidente



**Marylène Bergeron**  
Secrétaire



# PRÉSENCES

Assemblée générale annuelle de Tourisme Côte-Nord | Duplessis  
 tenue le 8 juin 2016 à 11 h 30  
 Salle l'Aiglon de la bibliothèque Louis-Ange-Santerre  
 500, avenue Joliet, Sept-Îles

	NOMS	ORGANISMES/ENTREPRISES
1	Viridiana Jimenez	Station de Recherche des Îles Mingan
2	Sarah Beaupré	Développement économique Canada
3	Katy Larouche	Radio-Canada
4	Hélène Desaulniers	Camp des Complices
5	Véronik Perreault	SADC Côte-Nord
6	Alain Darras	Quality Inn Sept-Îles
7	Marius Murray	Club Quad les Nord-Côtiers
8	Christian Marcotte	Musée régional de la Côte-Nord
9	Mélanie Devost	Salon du livre de la Côte-Nord
10	Marie-Soleil Vigneault	Association touristique régionale de Duplessis
11	Robert Jones	Voyages Nicole Caron
12	Nathalie Gauthier	Ferme récréative Cœur-Corico
13	Luc Gagnon	Vacances Minganie
14	Nicole Caron	Voyages Nicole Caron
15	Keven Rioux	Desjardins Entreprises
16	Danièle Morin	Auberge de la Pointe-Ouest
17	Magella Landry	Le Port d'Attache
18	Ghislain Lévesque	Ville de Schefferville
19	André Monger	Gestion André Monger
20	Robert Michaud	Gîte Au bord de la Mer

	NOMS	ORGANISMES/ENTREPRISES
21	Catherine Allard	Association touristique régionale de Duplessis
22	Théoharris Ganas	Municipalité de Havre-Saint-Pierre
23	Danny Bourdeau	Association touristique régionale de Duplessis
24	Pascale Castilloux	MRC de Caniapiscau
25	Marylène Bergeron	Ville de Port-Cartier
26	Gabrielle Potvin	Association touristique régionale de Duplessis
27	Myriam Lacroix	Association touristique régionale de Duplessis
28	Marlène Arsenault	Réserve de parc national de l'Archipel-de-Mingan
29	Marie-Ève Cyr	Tourisme Sept-Îles
30	Manon Thibeault	Association touristique régionale de Duplessis
31	Frédéric Babin	Tourisme Côte-Nord
32	Yves Desrosiers	Café-théâtre Graffiti
33	Réjean Porlier	Ville de Sept-Îles
34	Mélissa Rochefort	Association touristique régionale de Duplessis
35	Étienne Lalancette	Association touristique régionale de Duplessis

# MOT DE LA PRÉSIDENTE

M<sup>me</sup> Nicole Caron



« Une région touristique forte et unifiée, voilà ce qui mobilise et continuera de mobiliser les conseils d'administration et les équipes du personnel de Duplessis et de Manicouagan qui travaillent main dans la main, au service des membres, à votre service, pour le plein bénéfice de la destination Côte-Nord. »

## Chers membres, chers partenaires,

Pour Tourisme Côte-Nord|Duplessis, 2016-2017 aura été une année charnière à plusieurs points de vue. Elle constitue véritablement l'amorce d'un nouvel essor pour l'ensemble de l'industrie touristique dans la région Côte-Nord.

Année de changement, donc. Le processus de la révision du modèle de gouvernance qui avait débuté en novembre 2015 a abouti à la sélection et à la nomination d'un directeur général à la tête des deux ATR, Duplessis et Manicouagan. Les deux conseils d'administration ont confié cette nouvelle fonction très importante à M. Mario Leblanc le 23 janvier 2017. Les qualités de rassembleur, de gestionnaire d'organisation, de développeur et de soutien aux entrepreneurs de M. Leblanc sont des atouts précieux pour l'avenir du tourisme chez nous. Sans aucun doute, M<sup>me</sup> Marie-Soleil Vigneault avait pleinement assumé les fonctions de directrice générale de l'ATR Duplessis au cours des onze dernières années à notre grande satisfaction. Le conseil d'administration la remercie de la façon dont elle a su, avec la loyauté et la compétence qu'on lui connaît, effectuer la transition et faciliter ce changement organisationnel.

Année de décision aussi, par le vote à grande majorité de l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement à 3,5 %. Nous veillerons à ce que les moyens ainsi dégagés se traduisent en actions et en initiatives correspondant aux besoins futurs de l'industrie touristique.

Année de continuité également, car l'efficience, la synergie et la proactivité ont encore été les mots clés du dynamisme de Tourisme Côte-Nord|Duplessis. Les activités détaillées dans le présent rapport en font la preuve, et elles sont certainement à prendre en compte dans l'augmentation de la notoriété et de la fréquentation touristique de la Côte-Nord. Une région touristique forte et unifiée, voilà ce qui mobilise et continuera de mobiliser les conseils d'administration et les équipes du personnel de Duplessis et de Manicouagan qui travaillent main dans la main, au service des membres, à votre service, pour le plein bénéfice de la destination Côte-Nord.

Je les remercie donc tous et toutes de viser l'excellence dans la collaboration et je les assure de mon soutien indéfectible et de celui du conseil d'administration. Comme vous et comme eux, nous sommes animés de la même volonté de réussite pour le bien de la région Côte-Nord et la satisfaction de ses visiteurs.



NICOLE CARON  
Présidente  
Tourisme Côte-Nord | Duplessis

# MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

M. Mario Leblanc



« Nous avons la ferme volonté de parfaire notre proximité avec nos membres et d'être encore plus à l'écoute de ceux-ci afin de nous assurer de répondre à leurs besoins. »

## Chers membres et partenaires,

C'est avec enthousiasme que j'ai pris la barre de Tourisme Côte-Nord en début d'année. Le territoire offre un réel potentiel de développement et de promotion. Un territoire immense, extrêmement beau, exceptionnel!

L'année 2016-2017 a été une année charnière pour l'organisation. Le processus de la révision du modèle de gouvernance débuté en novembre 2015 est entré dans une nouvelle phase avec la mise en place d'une direction unique à la tête des ATR de Manicouagan et de Duplessis. L'objectif étant de rendre encore plus efficiente la synergie entre les deux équipes.

Parmi les étapes importantes de l'année, notons également le vote du 10 juin sur l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement (TSH) qui est passé à 3,5 % depuis le 1<sup>er</sup> novembre 2016.

Concernant l'année qui débute, en collaboration avec les membres du conseil d'administration, les employés et nos partenaires, nous allons tout mettre en œuvre afin que notre organisation centre ses énergies sur son mandat premier, soit le développement et la promotion touristique de l'ensemble du territoire.

Nous avons également la ferme volonté de parfaire notre proximité avec nos membres et d'être encore plus à l'écoute de ceux-ci afin de nous assurer de répondre à leurs besoins.

Également, nous allons travailler à maintenir et développer des partenariats. Notre industrie touristique se doit d'être performante et nous avons un rôle de premier plan à jouer afin que les entreprises de notre territoire réalisent de bonnes affaires.

D'ailleurs, quand vous prendrez connaissance du plan d'action 2017-2018 de Tourisme Côte-Nord, vous constaterez que celui-ci repose essentiellement sur des actions concrètes en vue d'assurer que le tourisme occupe un rôle plus important en tant que l'un des moteurs de développement économique de toute la région.

Plus que jamais, nous parlerons d'une seule et unique voix à tous les partenaires économiques.



MARIO LEBLANC  
Directeur général  
Tourisme Côte-Nord

# VALEURS ET VISION DES ATR DE LA CÔTE-NORD

Les valeurs et la vision de Tourisme Côte-Nord guident les actions quotidiennes de l'ensemble du personnel. Elles font partie intégrante des manières de faire dans la planification, le développement, la concertation avec le milieu, les communications administratives et touristiques, ainsi que dans tous les mandats confiés aux deux ATR de la Côte-Nord.

- 1 Fierté régionale et rayonnement
- 2 Intégrité et transparence
- 3 Engagement
- 4 Efficacité
- 5 Plaisir
- 6 Crédibilité et passion
- 7 Amélioration continue

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 entraîné 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.

**Pour les membres de l'industrie touristique**, les ATR sont des leaders essentiels pour la concertation, le développement, la promotion et l'accueil. 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, leurs équipes** sont fortes, multidisciplinaires et ont su s'améliorer continuellement. Chacun y travaille dans un but commun de rayonnement de la région.

**Les ATR sont fières** d'occuper et de promouvoir l'un des plus grands territoires accessibles du Québec.

# ACTIVITÉS GÉNÉRALES 2016-2017

## MEMBRES PRINCIPAUX DE TOURISME CÔTE-NORD | DUPLESSIS

### Tourisme Côte-Nord Duplessis, 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

## TAXE SUR L'HÉBERGEMENT

Les établissements d'hébergement de Duplessis ont voté favorablement à l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement (TSH) à 3,5 %. Selon le principe de « 1 unité égale 1 vote », c'est à 61 % que les percepteurs de la taxe ont dit OUI.

Tous les établissements d'hébergement, membres et non-membres de Tourisme Côte-Nord|Duplessis pouvaient se prévaloir de leur droit de vote. Ils devaient donner leur accord sur l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement à 3,5 % (au lieu de 2 \$) la nuitée.

Tourisme Côte-Nord|Duplessis tient à remercier les municipalités et les organismes qui ont ouvertement témoigné leur appui pour l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement.

## GOUVERNANCE DES ATR

Lors du CA unifié des ATR de la Côte-Nord, le 22 novembre 2016, le comité de gouvernance a été créé afin de soutenir la mise en œuvre du nouveau modèle de gouvernance. Le comité est composé de trois administrateurs de chaque ATR et de la direction générale de Tourisme Côte-Nord.

Le 21 décembre 2016, le conseil d'administration de Tourisme Côte-Nord | Manicouagan a entériné une entente entre les deux ATR, qui portait sur l'embauche d'une première direction générale pour Tourisme Côte-Nord (Manicouagan et Duplessis).

Le comité concertation d'entreprises (CCE) a été créé, le 16 mai 2016, avec le soutien financier d'Emploi Québec pour la mise en œuvre du rapport sur la révision du modèle de gouvernance.

La présidence du comité a été confiée à M. Serge Plourde, conseiller principal chez Raymond Chabot Grant Thornton. Un employé par ATR participe au comité. L'objectif de celui-ci consiste à développer une meilleure harmonisation entre les deux ATR, Manicouagan et Duplessis, afin d'unifier davantage la contribution de l'ensemble des employés vers une seule et même équipe de travail visant le développement de l'ensemble de l'industrie touristique de la Côte-Nord.

## ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC

Le 30 juin 2016, M. Martin Soucy a été nommé au poste de président-directeur général de l'Alliance de même que M. François G. Chevrier au poste de vice-président principal. C'est ainsi qu'à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2016, l'Alliance et le ministère du Tourisme se partagent le leadership des mandats marketing sur les marchés étrangers, ce qui aura une incidence directe sur les actions marketing hors Québec de Tourisme Côte-Nord.

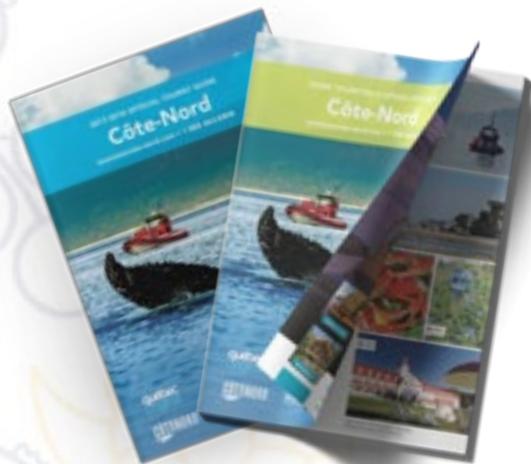


# ÉDITION

## LE GUIDE TOURISTIQUE OFFICIEL CÔTE-NORD

Le *Guide touristique officiel Côte-Nord 2017-2018* est produit par les associations touristiques de Manicouagan et de Duplessis et comporte 232 pages regroupant l'ensemble de l'offre touristique de Tadoussac à Blanc-Sablon. Imprimé à 100 000 exemplaires, le guide touristique fait partie la collection des Guides touristiques officiels de Tourisme Québec.

Dans les nouveautés, notons l'ajout de quatre pages sur le Circuit Grand Nord afin de mieux préparer le visiteur à ce produit de plus en plus en demande, l'intégration du concours « Entre nature et démesure » afin d'inciter les touristes à se prendre en photo avec le guide touristique sur le site des entreprises partenaires et, finalement, une couverture de huit pages avec plis enveloppants, permettant l'ajout de publicités près de la carte régionale située sur le rabat.



## LE SITE WEB TOURISMECOTE-NORD.COM

L'année 2016 a permis de raffiner l'importante mise à niveau qui avait été faite en 2015. Le site est maintenant adapté aux appareils mobiles, tablettes et téléphones intelligents. Il y a eu beaucoup d'ajustements à régler avec le fournisseur. Avec les modifications apportées au moteur de recherche, il est facile de retrouver les membres.

La nouveauté la plus importante de cette année est l'ajout d'une section mettant en valeur les pôles touristiques indiqués dans le plan stratégique de développement touristique Côte-Nord (PSDTCN) 2013-2020. Le premier pôle mis en ligne est celui de la Basse-Côte-Nord. En résumé, le visiteur qui se dirige dans le secteur Basse-Côte-Nord retrouve uniquement les promoteurs de ce pôle dans les résultats de recherche selon les différentes catégories du site déjà établies. Exceptionnellement pour ce pôle, on retrouve des coordonnées de non-membres dans les listes d'entreprises.

## Projet pilote Basse-Côte-Nord

Dans le cadre de la mise en œuvre du plan d'action découlant de la démarche de renforcement du pôle touristique de la Basse-Côte-Nord, un projet pilote a été lancé au printemps 2016 afin d'augmenter la visibilité de ce secteur sur le site [tourismecote-nord.com](http://tourismecote-nord.com). Ce projet, qui a suscité de nombreuses heures de travail et d'analyse dans le but de développer une programmation adéquate, se poursuivra dans la prochaine année. Progressivement, l'ensemble des pôles touristiques pourra bénéficier de cette visibilité personnalisée.

Plusieurs autres ajouts et améliorations ont été apportés au site général. Voici quelques exemples de ces transformations :

- Ajout de plusieurs nouvelles photos;
- Ajout de fiches de forfaits aux baleines;
- Amélioration de la section documentation;
- Ajout de nombreuses vidéos;
- Meilleure visibilité à nos concours.

## APERÇU DE QUELQUES DONNÉES STATISTIQUES DU 1<sup>ER</sup> AVRIL 2016 AU 31 MARS 2017

- Pour la période du 1<sup>er</sup> avril 2016 au 31 mars 2017, le site [tourismecote-nord.com](http://tourismecote-nord.com) a reçu 240 127 visites, comparativement à 226 081 pour la période du 1<sup>er</sup> avril 2015 au 31 mars 2016. Cela représente une augmentation de 5,83%.
- Le nombre d'utilisateurs ayant visité le site [tourismecote-nord.com](http://tourismecote-nord.com) pour la période 2016-2017 est de 179 425, alors qu'il était de 166 013 pour la période 2015-2016. Cela représente une augmentation de 7,47 %.
- Les statistiques sont produites par Google Analytics. Plusieurs efforts en marketing Web ont pour but de générer du trafic sur le site de Tourisme Côte-Nord. Les promotions Facebook, les concours et les infolettres font partie de ces efforts.

## Autres données comparatives :

DONNÉES DE 2016-2017	DONNÉES DE 2015-2016
691 418 pages vues, dont le nombre moyen de pages par session est de 2,88	642 045 pages vues, dont le nombre moyen de pages par session est de 2,84
74,22 % sont des nouveaux visiteurs	72,79 % sont des nouveaux visiteurs
Des 85% de visiteurs qui consultent le site en français, 88 % proviennent du Canada	Des 80 % de visiteurs qui consultent le site en français, 87 % proviennent du Canada
Montréal et Québec sont toujours les villes qui consultent le plus notre site.	Montréal et Québec sont les villes qui consultent le plus notre site.
La section hébergement est passée au 3 <sup>e</sup> rang. La page d'accueil a été la plus consultée, suivie par la page concours avec 22 469 visites. La section hébergement a reçu 16 682 visites.	La section hébergement est la plus consultée, après la page d'accueil, avec 32 071 visites, suivie par la section activités et attraits, avec 14 692 visites.
130 671 sessions utilisent un ordinateur; les tablettes suivent avec 61 081 visites et les appareils mobiles avec 48 315 sessions.	132 374 sessions utilisent un ordinateur; les tablettes suivent avec 61 556 visites.

## SITE WEB DE POURVOIRIES CÔTE-NORD

Du 1<sup>er</sup> avril 2016 au 31 mars 2017, le site Web de Pourvoiries Côte-Nord a reçu 11 314 visites, comparativement à la période précédente (8125). Cela représente une augmentation de 3189 visites ou 39 %.

## PERFORMANCE DU SITE QUEBECAMOTO.COM EN 2016

- 489 guides touristiques Côte-Nord commandés
- 60 919 sessions
- 42 168 utilisateurs
- 166 732 pages vues

# COMMUNICATIONS

## REVUE DE PRESSE 2016-2017 – LES 21 COMMUNIQUÉS ÉMIS

DATE	TITRE	SUJET
6 avril 2016	Tourisme Côte-Nord n'est pas l'émetteur du message Twitter de ce matin <i>Tourism Côte-Nord is not the issuer of the Twitter message from this morning</i>	Publication sur Twitter à propos du concours avec l'île aux Perroquets et Sam Hamad
14 avril 2016	Une région touristique Côte-Nord forte et unifiée, une gouvernance tournée vers l'avenir <i>Côte-Nord : a strong and unified tourist region, a governance turned toward the future</i>	Annonce d'un seul poste de direction générale pour les deux ATR de la Côte-Nord
28 avril 2016	Tourisme Côte-Nord met tout en place pour attirer les vacanciers <i>Tourisme Côte-Nord puts everything in place to attract the vacationers</i>	Début de saison touristique
2 mai 2016	Tourisme Côte-Nord félicite les gagnants du concours « Offrez-vous une île! »	Annonce des gagnants du concours
3 mai 2016	La région touristique de Duplessis annonce le vote pour la taxe sur l'hébergement à 3,5 % <i>The tourist region of Duplessis announces the vote on the tax on lodging at 3,5%</i>	Annonce du vote pour l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement à 3,5 %
5 mai 2016	Le tourisme : croissance, rayonnement, investissement et diversification économique	Invitation pour un dîner-conférence organisé en partenariat avec la Chambre de commerce de Sept-Îles, le 12 mai 2016

DATE	TITRE	SUJET
6 mai 2016	La région touristique de Manicouagan annonce le déclenchement du processus de vote sur l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement (TSH) à 3,5 %	Annonce du vote pour l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement à 3,5 %
17 mai 2016	Avis de convocation pour une rencontre d'information sur l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement à 3,5 %	Rencontres organisées dans la région de Manicouagan
6 juin 2016	Assemblée générale annuelle de Tourisme Côte-Nord   Duplessis le mercredi 8 juin 2016	Invitation à l'AGA de Côte-Nord Duplessis
7 juin 2016	Une belle avancée dans la démarche de renforcement du pôle touristique de Fermont <i>A significant step forward for the reinforcement process of the tourist pole of Fermont</i>	Avancées des travaux dans la démarche de renforcement du pôle touristique de Fermont
8 juin 2016	Assemblée générale annuelle de Tourisme Côte-Nord   Duplessis le mercredi 8 juin 2016 <i>Annual General Meeting of Tourisme Côte-Nord Duplessis on Wednesday June 8<sup>th</sup>, 2016</i>	Retour sur l'AGA du 8 juin 2016
15 juin 2016	La région de Duplessis favorable à l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement à 3,5 % <i>The region of Duplessis in favour of the harmonization of the tax on lodging at 3.5%</i>	Résultats du vote sur l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement à 3,5 %
16 juin 2016	La région touristique de Manicouagan favorable à l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement à 3,5 %	Résultats du vote sur l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement à 3,5 %
7 juillet 2016	La saison estivale est bien amorcée en Côte-Nord <i>The Côte-Nord summer season is well underway!</i>	Formation aux conseillers en séjour, ouverture des LAIT, concours, nouveautés de l'été
10 août 2016	Un aperçu positif de la saison touristique 2016 <i>A positive overview of the 2016 tourist season</i>	Bilan statistique de mi-saison

DATE	TITRE	SUJET
11 octobre 2016	Inauguration d'un aménagement paysager devant Tourisme Côte-Nord Duplessis <i>Inauguration of the new Tourisme Côte-Nord Duplessis landscaping</i>	Inauguration de la plantation devant l'ATR
30 novembre 2016	Une très bonne année touristique en Côte-Nord : bilan statistique de la saison 2016 <i>A very good year for Côte-Nord tourism : statistical overview of the 2016 season</i>	Résultats de la saison estivale 2016
20 décembre 2016	M. Mario Leblanc nommé directeur général de Tourisme Côte-Nord <i>Mr Mario Leblanc named as Executive Director of Tourisme Côte-Nord</i>	Nomination de M. Leblanc
20 janvier 2017	La Côte-Nord en motoneige : des paysages à couper le souffle! <i>The Côte-Nord by snowmobile : breathtaking scenery!</i>	Mise en valeur de la campagne marketing motoneige
1 <sup>er</sup> février 2017	Les sentiers de motoneige en Côte-Nord attendent les visiteurs, avec des conditions de neige exceptionnelles <i>The snowmobile trails of the Côte-Nord are awaiting visitors, with exceptional snow conditions</i>	Les sentiers sont ouverts, et la région ne sera pas affectée par les moyens de pression de l'UPA
23 février 2017	Un bon début de saison hivernale pour l'industrie touristique de la Côte-Nord <i>A positive start to the winter season for the tourism industry of the Côte-Nord</i>	Début de saison hivernale
23 mars 2017	Tourisme Côte-Nord reçoit le prix d'excellence en créativité numérique, mise en marché et stratégie, pour sa campagne promotionnelle 2016 <i>For its 2016 promotional campaign, Tourisme Côte-Nord receives the award of excellence for digital creativity, branding and strategy</i>	Prix AVA Award pour la campagne marketing d'été de Tourisme Côte-Nord

## REVUE DE PRESSE 2016-2017 – LES 83 ENTREVUES ACCORDÉES

### Journaux

LE NORD-CÔTIER / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
3 mai 2016	Nicole Caron	Martin Bélanger	Annnonce du vote pour la taxe sur l'hébergement
12 mai 2016	François G. Chevrier (Alliance)	Martin Bélanger	Alliance, taxe et industrie touristique
15 août 2016	Gabrielle Potvin	Martin Bélanger	Bilan mi-saison
LE MANIC / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
8 avril 2016	Catherine Allard	Charlotte Paquet	Suivis sur la publication sur Twitter.
16 juin 2016	Grétha Fougères	Charlotte Paquet	Résultats du vote de la taxe dans Manicouagan
15 juillet 2016	Catherine Allard	Marie-Andrée Pedneau	Nouveautés, début de saison touristique, concours, etc.
28 septembre 2016	Paryse Deschênes	Charlotte Paquet	Démarche de recrutement pour la nouvelle gouvernance Côte-Nord
30 novembre 2016	Catherine Allard	Karine Boivin-Fortier	Bilan statistique 2016
3 février 2017	Mario Leblanc	Charlotte Paquet	Bureau d'accueil de Baie-Comeau et statistiques de l'été 2016
AUTRES JOURNAUX / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
6 avril 2016	Catherine Allard	Patrick Bellerose, <i>Le Huffington Post</i>	Suivis sur la publication sur Twitter.
14 juillet 2016	Catherine Allard	Pierre-André Normandin	Campagne « Google Sheep View » par les îles Féroé et l'importance d'être visible sur les outils Google pour attirer les visiteurs.
2 août 2016	Marie-Soleil Vigneault	Emy-Jane Dery, <i>Journal de Montréal</i>	Impact sur la saison touristique à Anticosti de l'exploitation pétrolière et des demandes d'injonctions des Innus

## REVUE DE PRESSE 2016-2017 – LES 83 ENTREVUES ACCORDÉES

### Radio

RADIO-CANADA / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
12 avril 2016	Catherine Allard	Charles Alexandre Tisseyre	Suivi sur la publication sur Twitter
6 avril 2016	Frédéric Babin	Roxanne Simard	Suivi sur la publication sur Twitter
14 avril 2016	Nicole Caron	Charles Alexandre Tisseyre Radiojournal	Gouvernance de Tourisme Côte-Nord
14 avril 2016	Nicole Caron et Paryse Deschênes	Michel Plourde Boréale 138	Gouvernance de Tourisme Côte-Nord
3 mai 2016	Nicole Caron et Marie-Soleil Vigneault	Michel Plourde Boréale 138	Taxe sur l'hébergement
3 mai 2016	Marie-Soleil Vigneault	Pour les nouvelles de Radio-Canada	Annonce du vote pour la taxe sur l'hébergement
12 mai 2016	François G. Chevrier (Alliance)	Bis Petitpas « Bonjour la Côte »	Dîner conférence sur le tourisme
24 mai 2016	Réjean Porlier	Bis Petitpas « Bonjour la Côte »	Appui pour le vote sur l'harmonisation de la taxe sur l'hébergement
25 mai 2016	Éric Larouche (Alliance)	Michel Plourde Boréale 138	Taxe sur l'hébergement, réponse aux propos de M. Boudreau
6 juin 2016	Marie-Soleil Vigneault	Charles-Alexandre Tisseyre	Grève possible des employés du Bella-Desgagnés
8 juin 2016	Mélissa Rochefort et Pascale Castilloux	Michel Plourde Boréale 138	Pôle Fermont et retour sur l'AGA de Tourisme Côte-Nord Duplessis
9 juin 2016	Nicole Caron	Bis Petitpas « Bonjour la Côte »	AGA de Tourisme Côte-Nord Duplessis
15 juin 2016	Nicole Caron	Radiojournal	Résultats du vote de la taxe d'hébergement

RADIO-CANADA / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
24 juin 2016	Catherine Allard	Bis Petitpas « Bonjour la Côte estival »	Top trois des coups de cœur en Côte-Nord cet été
24 juin 2016	Nicole Caron	Radiojournal	Retour sur le processus de vote de la taxe sur l'hébergement
8 juillet 2016	Catherine Allard	Michel Plourde « Bonjour la Côte estival »	Formation aux conseillers en séjour, nouveautés, concours
15 juillet 2016	Nicole Caron	William Phénix radiojournal	Réaction suite à l'annonce de l'entente de principe entre les travailleurs du F. A.-Gauthier et la STQ
21 juillet 2016	Catherine Allard	Madeleine Ross « Bonjour la Côte estival »	Comment nuire à l'industrie touristique en trois étapes faciles
10 août 2016	Gabrielle Potvin	Radio, télé et journal	Bilan mi-saison
18 août 2016	Marie-Soleil Vigneault	Katy Larouche Radiojournal	Bilan mi-saison en Basse-Côte-Nord
22 août 2016	Catherine Allard	Madeleine Ross Boréale 138	La Basse-Côte-Nord attire de plus en plus de touristes
1 <sup>er</sup> novembre 2016	Nicole Caron	Bis Petitpas « Bonjour la Côte »	Entrée en vigueur de la taxe sur l'hébergement et des nouvelles de la gouvernance Côte-Nord
14 novembre 2016	Catherine Allard	Bis Petitpas « Bonjour la Côte »	Retour sur le Forum Savoir Affaires du 7 au 11 novembre 2016
30 novembre 2016	Catherine Allard	Marlène Joseph-Blais	Bilan statistique de la saison estivale 2016
30 novembre 2016	Catherine Allard	Michel Plourde Boréale 138	Bilan statistique de la saison estivale 2016
20 décembre 2016	Nicole Caron	Diana Gonzales salle des nouvelles	Nomination de M. Leblanc au poste de directeur général de Tourisme Côte-Nord
4 janvier 2017	Nicole Caron	Michel Plourde Boréale 138	Perspective 2017 pour l'industrie touristique : politique, projets, développements, vision d'avenir, etc.
24 janvier 2017	Mario Leblanc	Michel Plourde Boréale 138	Entrée en poste de M. Leblanc comme directeur général de Tourisme Côte-Nord

## REVUE DE PRESSE 2016-2017 – LES 83 ENTREVUES ACCORDÉES

### Radio (suite)

CHME - ESSIPIT / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
18 juillet 2016	Catherine Allard	Sonia St-Gelais	Nouveautés, début de saison, concours
3 août 2016	Marie-Soleil Vigneault	Sonia St-Gelais	Temps d'attente au Traversier Baie-Sainte-Catherine/ Tadoussac et impact de nos campagnes sur l'achalandage
22 août 2016	Gabrielle Potvin	Sonia St-Gelais	Bilan de mi-saison touristique en Côte-Nord
SEPT-ÎLES INC. 94.1 FM / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
15 avril 2016	Nicole Caron	Jean Saint-Pierre	Gouvernance des ATR
4 mai 2016	Marie-Soleil Vigneault et Catherine Allard	Jean Saint-Pierre et Martin Bélanger	Annonce du vote pour la taxe sur l'hébergement et marketing et <i>Guide touristique officiel Côte-Nord</i> été 2016
11 mai 2016	François G. Chevrier	Jean Saint-Pierre et Martin Bélanger	Dîner conférence sur le tourisme
30 mai 2016	Pascale Malenfant	Jean Saint-Pierre	Les bienfaits de la taxe sur l'hébergement
6 juin 2016	Nicole Caron	Tommy Auger	Grève possible des employés du navire <i>Bella-Desgagnés</i> et vote sur la taxe d'hébergement
9 juin 2016	Marie-Soleil Vigneault	Jean Saint-Pierre et Martin Bélanger	Retour sur l'AGA du 8 juin et sur le bilan annuel 2015-2016
30 novembre 2016	Catherine Allard	Jean Saint-Pierre	Bilan statistique de la saison estivale 2016
5 janvier 2017	Mélissa Rochefort	Jean Saint-Pierre	Prise de renseignements (sans entrevue) sur la Route blanche et les conditions de sentiers motoneige
24 janvier 2017	Catherine Allard et Mario Leblanc	Jean Saint-Pierre	Campagne marketing motoneige et entrée en poste de M. Leblanc comme directeur général de Tourisme Côte-Nord
2 février 2017	Mario Leblanc et Catherine Allard	Jean Saint-Pierre	État des sentiers de motoneige qui sont tous ouverts

CILE 95,1 FM HAVRE-SAINT-PIERRE / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
19 avril 2016	Nicole Caron	Gabrielle Darveau	Gouvernance des ATR de la Côte-Nord
2 mai 2016	Catherine Allard	Audrey Girard	Marketing et <i>Guide touristique officiel Côte-Nord 2016-2017</i>
3 mai 2016	Nicole Caron	Audrey Girard	Taxe sur l'hébergement
25 mai 2016	Éric Larouche (Alliance)	Audrey Girard	Taxe sur l'hébergement, réponse aux propos de M. Boudreau
6 juin 2016	Catherine Allard	Audrey Girard	Vote sur la taxe d'hébergement, des nouvelles du processus
13 juin 2016	Nicole Caron	Audrey Girard	Retour sur l'AGA de Tourisme Côte-Nord Duplessis
15 juin 2016	Nicole Caron	Audrey Girard	Résultat du vote de la taxe d'hébergement
30 juin 2016	Catherine Allard	Gabrielle Darveau	Début de saison, concours, nouveautés de l'été
13 juillet 2016	Catherine Allard	Gabrielle Darveau	Saison estivale, évènements et festivals, concours, etc.
25 juillet 2016	Catherine Allard	Sophie-Anne Mailloux	Comment nuire durablement à l'industrie touristique en trois étapes faciles
2 décembre 2016	Catherine Allard	Gabrielle Darveau	Bilan statistique estival 2016
24 janvier 2017	Mario Leblanc	Sophie-Anne Mailloux	Entrée en poste de M. Leblanc comme nouveau directeur de Tourisme Côte-Nord.
AUTRES RADIOS / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
6 avril 2016	Catherine Allard	Mickael Ouellette radio de Rimouski	Suivis sur la publication sur Twitter
7 avril 2016	Catherine Allard	Alexandra Pouliot 98,5 FM Montréal	Suivis sur la publication sur Twitter
3 mai 2016	Josée Leblanc	Joyce Dominique, CKAU	Annonce du vote pour la taxe sur l'hébergement
6 juin 2016	Nicole Caron	CBC News	Possible grève des employés du Relais Nordik
13 juin 2016	Nicole Caron	Audrey Girard	Retour sur l'AGA de Tourisme Côte-Nord Duplessis
29 septembre 2016	Nicole Caron	Marc-André Hallé 97.1 FM Baie-Comeau	Nouvelles à propos de la nomination d'une personne au poste de direction générale de Tourisme Côte-Nord

## REVUE DE PRESSE 2016-2017 – LES 83 ENTREVUES ACCORDÉES

### Télévision

RADIO-CANADA / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
15 avril 2016	Nicole Caron	Diana Gonzales	Gouvernance des ATR
3 mai 2016	Marie-Soleil Vigneault	Téléjournal	Annnonce du vote pour la taxe sur l'hébergement
7 juin 2016	Marie-Soleil Vigneault	Téléjournal	Grève possible des travailleurs du Bella-Desgagnés
8 juin 2016	Nicole Caron	Téléjournal	AGA de Tourisme Côte-Nord Duplessis
28 juin 2016	Grétha Fougères	Téléjournal	Possible grève des travailleurs du navire F. A.-Gauthier
4 juillet 2016	Nicole Caron	Alix-Anne Turcotti Téléjournal	Début de saison touristique
12 juillet 2016	Catherine Allard	Martine Defoy RDI Matin	Quoi voir cet été en Côte-Nord, incontournables, nouveautés, etc.
8 novembre 2016	Catherine Allard	Téléjournal	Réfection du pont des chutes de la rivière Manitou
TVA EST DU QUÉBEC / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
15 avril 2016	Nicole Caron	André Normandeau	Gouvernance des ATR
3 mai 2016	Nicole Caron	Sylvain Caron	Annnonce du vote pour la taxe sur l'hébergement
1 <sup>er</sup> février 2017	Mario Leblanc	Alexandre Cantin	Sentiers de motoneige ouverts, sans blocus UPA.
TVCOGECO / DATE	RESPONSABLE	JOURNALISTE	SUJET
3 mai 2016	Josée Leblanc		Annnonce du vote pour la taxe sur l'hébergement
7 février 2017	Nicole Caron et Robert Michaud	Tommy Auger, Connectés sur Sept-Îles et Port-Cartier	Qu'est-ce que la taxe sur l'hébergement?

## INFOLETTRE AUX MEMBRES (*MÉDI'ATR* ET *TOUT SAVOIR TOURISME*)

En 2016-2017, l'infolettre a fait peau neuve. Auparavant destinée aux seuls membres et partenaires de Tourisme Côte-Nord|Duplessis sous le nom de *Médi'ATR*, elle est maintenant diffusée à l'ensemble des membres et partenaires des deux Associations touristiques régionales de la Côte-Nord. Afin de marquer ce changement, un nouveau nom lui a été donné : *TOUT savoir TOURisme*.

Publié mensuellement par courriel depuis octobre 2016, cet outil de diffusion regroupe des informations sur des sujets variés tels que l'annonce et l'accueil des nouveaux membres, des nouvelles de l'industrie, un éventail de possibilités de subventions, de formations et d'activités de réseautage d'intérêt, ainsi que des nouvelles sur les grands mandats que mène Tourisme Côte-Nord, soit le développement, la structuration de l'offre, le marketing, l'accueil touristique, pour ne nommer que ceux-là. *TOUT savoir TOURisme* a été publié six fois entre le 1<sup>er</sup> octobre 2016 et le 31 mars 2017.



# MISE EN MARCHÉ

## MÉDIAS SOCIAUX

### Facebook de Tourisme Côte-Nord

Du 1<sup>er</sup> avril 2016 au 31 mars 2017, la page Facebook de Tourisme Côte-Nord a atteint le nombre record de 19 920 abonnés, comparativement à la période précédente (15 907). Cela représente une augmentation de 4013 j'aime ou 135 %.

### Twitter de Tourisme Côte-Nord

Du 1<sup>er</sup> avril 2016 au 31 mars 2017, la page Twitter de Tourisme Côte-Nord a atteint le nombre record de 2104 abonnés, comparativement à la période précédente (1 584). Cela représente une augmentation de 520 suivis ou 171 %.

### Instagram de Tourisme Côte-Nord

Du 1<sup>er</sup> avril 2016 au 31 mars 2017, la page Instagram de Tourisme Côte-Nord a atteint le nombre record de 872 abonnés, comparativement à la période précédente (504). Cela représente une augmentation de 368 suivis ou 187 %.

### Pinterest de Tourisme Côte-Nord

Le compte Pinterest a connu l'ajout de quatre nouveaux tableaux d'images sur les thèmes : Mammifères marins, La Route blanche, Automne en Côte-Nord et Concours Entre Nature et Démesure 2016.

### Facebook de Pourvoiries Côte-Nord

Du 1<sup>er</sup> avril 2016 au 31 mars 2017, la page Facebook de Pourvoiries Côte-Nord a atteint le nombre record de 1 865 abonnés, comparativement à la période précédente (845). Cela représente une augmentation de 1020 j'aime ou 410 %.

Tableau des médias sociaux de Tourisme Côte-Nord

	Abonnés en date du 1 <sup>er</sup> avril 2016	Abonnés en date du 31 mars 2017	Augmentation	%
Facebook 2016-2017	15 907	19 920	4 013	<b>25 %</b>
Facebook 2015-2016	12 942	15 907	2 965	100 %
Twitter 2016-2017	1 584	2 104	520	<b>33 %</b>
Twitter 2015-2016	1 280	1 584	304	100 %
Instagram 2016-2017	504	872	368	<b>73 %</b>
Instagram 2015-2016	308	504	196	100 %
PCN 2016-2017	845	1 865	1 020	<b>120 %</b>
PCN 2015-2016	596	845	249	100 %

## BOURSE DES MÉDIAS

Durant l'année 2016-2017, l'Alliance de l'industrie du Québec a organisé deux bourses des médias. Ces rencontres, qui ont eu lieu respectivement en avril et en octobre, ont permis aux représentants des régions touristiques du Québec de rencontrer divers médias intéressés, selon leur champ d'expertise respectif, par l'industrie touristique.

### Le 9 avril 2016

#### Bourse des médias de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

- Une édition spéciale permettant aux régions touristiques d'inviter des membres de l'industrie.
- Concept Côte-Nord en partenariat avec la desserte maritime Bella-Desgagnés, Hydro-Québec, Tourisme Sept-Îles et le Parc nature de Pointe-aux-Outardes.
- Produits de Terroir Boréal et de la microbrasserie St-Pancreas offerts aux médias.
- Une vingtaine de représentants des médias rencontrés par Tourisme Côte-Nord.

### Le 27 octobre 2016

#### Bourse des médias de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec

- Présentation des activités hivernales, nouveautés et coup de cœur de la région.
- Produits de Terroir Boréal en dégustation, produits de la manufacture de savons Borale offerts aux représentants des médias.
- 26 représentants des médias rencontrés par Tourisme Côte-Nord.

Des démarches récurrentes sont effectuées auprès des médias et des journalistes pour obtenir une couverture médiatique sur la région et ses

produits. Les actions à long terme ont également comme objectif de créer et d'entretenir des liens avec les médias et de favoriser l'intérêt pour la région.

## SALONS ET ÉVÈNEMENTS PROMOTIONNELS

Avoir un contact privilégié avec la clientèle demeure une action importante dans notre stratégie marketing. À partir de nos clientèles cibles, nous priorisons les salons spécialisés et orientés vers l'optimisation des destinations touristiques.

### Du 21 au 23 octobre 2016

#### Salon national quad-motoneige de Drummondville

- Concept Côte-Nord en partenariat avec le Complexe hôtelier Pelchat. Deux entreprises distribuent des dépliants : Éconolodge Forestville, Voyages Coste.
- Plus de 17 500 visiteurs provenant de plusieurs régions du Québec, du Nouveau-Brunswick, de l'Ontario et même des États-Unis.
- Une clientèle manifestant beaucoup d'intérêt pour la région, entre autres la Route blanche et le hors sentier vers Manic-5. La présence de Gestion Pistes Infos Neige (GPIN) au salon de motoneige en 2015 montre que ces secteurs de la région émergent de l'offre touristique.
- Également, plusieurs adeptes du quad, à qui nous avons précisé que les sentiers sont accessibles trois saisons. Les régions environnantes offrant souvent moins de neige ou pendant une plus courte période font que plus d'usagers de quad sont présents dans la région Côte-Nord.
- Distribution de plus de 1400 cartes motoneige et distribution de dépliants de l'agence Voyages Coste et de l'Éconolodge de Forestville. Le Complexe hôtelier Pelchat a été présent pour faire la promotion de la motoneige sur le sentier Pelchat.

**Du 4 au 6 novembre 2016****Grand Salon national quad-motoneige de Québec**

- Concept Côte-Nord en partenariat avec le Complexe hôtelier Pelchat, Éconolodge Forestville, Voyages Coste pour la distribution de dépliants.
- Plus de 17 500 visiteurs en provenance de plusieurs régions du Québec, du Nouveau-Brunswick, de l'Ontario et des États-Unis.
- Une clientèle manifestant beaucoup d'intérêt pour la région, entre autres la Route blanche et le hors sentier vers Manic-5.
- Plusieurs adeptes du quad.

**Du 4 au 6 février 2017****Salon de la moto et du VTT de Québec**

- Nouveau concept du kiosque Côte-Nord, avec la présentation de vidéos HD sur grand écran. Cette nouvelle approche a séduit les visiteurs et les a gardés captifs devant la qualité et la beauté des images.
- Un concept intégré de 100 pi<sup>2</sup> en partenariat avec le Bella-Desgagnés – desserte maritime en Basse-Côte-Nord et Hydro-Québec. Distribution des dépliants des partenaires suivants : La Galouïne, Éconolodge Forestville, Essipit et Hôtel Tadoussac.
- Lancement de la 5<sup>e</sup> édition du carnet de l'Alliance Québec à moto, qui fait la promotion de dix régions, dont la Côte-Nord et ses circuits.
- La Côte-Nord a également bénéficié d'une visibilité dans le kiosque de Québec à moto. La Gaspésie et la Côte-Nord ont retenu l'attention de nombreux visiteurs qui nous ont confirmé choisir ces destinations pour la prochaine saison.

**Du 16 au 19 février 2017****Salon du VR de Montréal**

- Concept de 200 pi<sup>2</sup>. Incluant deux partenaires : Tourisme Sept-Îles et Hydro-Québec.
- Distribution du *Guide touristique officiel Côte-Nord 2016-2017*.
- En distribution de dépliants : Camping Boréal, Jardin des glaciers, Camping Bon Désir, Camping du fjord et Essipit.
- Nouveau concept du kiosque Côte-Nord, avec la présentation de vidéos HD sur grand écran. Cette nouvelle capte l'attention des visiteurs, et va même jusqu'à les convaincre de venir dans la région. Un reportage d'Yves Ouellet dans le magazine de la FQCC a amené plusieurs personnes à venir à notre kiosque.
- Tadoussac, Manic-5, le Jardin des glaciers et l'Archipel de Mingan sont des attraits qui se démarquent avec le 150<sup>e</sup> du Canada et l'accès gratuit à Parcs Canada. La desserte maritime de la Basse-Côte-Nord et la Route Trans-Québec Labrador sont en hausse.

**Du 24 au 26 février 2017****Le Salon de la moto de Montréal**

Nouveau concept du kiosque Côte-Nord, avec la présentation de vidéos HD sur grand écran.

- Un concept intégré de 100 pi<sup>2</sup> en partenariat avec le Bella-Desgagnés – desserte maritime en Basse-Côte-Nord et Hydro-Québec.
- Distribution du carnet moto et du *Guide touristique officiel Côte-Nord*.
- Distribution des dépliants des partenaires suivants : Camping Boréal, Jardin des glaciers, Camping Bon Désir, Camping du fjord et Essipit.

Une légère augmentation a été enregistrée et un total de 34 000 visiteurs a conclu l'édition 2017.

**Du 23 au 26 mars 2017**

### **Le Salon du VR de Québec**

Nous avons accueilli 18 156 visiteurs (17 171 l'an dernier), soit 6 % de plus quant aux visiteurs payants. Quelque 1 100 guides touristiques en français ont été distribués.

Les images et capsules diffusées sur le téléviseur attirent beaucoup l'attention du visiteur. L'article dans le magazine *Camping caravaning* traitant du circuit Grand Nord a attiré beaucoup de personnes intéressées à notre kiosque. On remarque que l'intérêt du public pour la Côte-Nord est grandissant. La destination est de plus en plus facile à vendre comparativement aux années passées.

- Concept de 200 pi<sup>2</sup>. Incluant deux partenaires : Tourisme Sept-Îles (810 guides) et Hydro-Québec (2 500 dépliant) et le *Guide touristique officiel Côte-Nord 2016-2017* (2 000 exemplaires).
- Entre 500 et 700 dépliant des partenaires suivants ont été distribués : Camping Boréal, Jardin des glaciers, Camping Bon Désir, Camping du fjord et Essipit.
- Nouveau concept du kiosque Côte-Nord, avec la présentation de vidéos HD sur grand écran. Cette nouvelle capte l'attention des visiteurs, et va même jusqu'à les convaincre de venir dans la région. Le reportage d'Yves Ouellet dans le magazine de la FQCC a amené plusieurs personnes à venir à notre kiosque.
- Tadoussac, Manic-5, le Jardin des glaciers, et l'Archipel de Mingan, sont des attraits qui se démarquent avec le 150<sup>e</sup> du Canada et l'accès gratuit à Parcs Canada. La desserte maritime de la Basse-Côte-Nord et la Route Trans-Québec Labrador sont en hausse.

## **CAMPAGNE 2016-2017**

### **Campagne Tourisme Côte-Nord « À couper le souffle »**

#### **Publicité télé**

Une campagne publicitaire comprenant les éléments suivants :

- 2 messages de 30 secondes Côte-Nord : Contemplatif et Aventurier
- 6 messages de 15 secondes de partenaires :
  - o Parcs Canada : Archipel de Mingan
  - o Parcs Canada : Cap de Bon-Désir
  - o Tourisme Sept-Îles
  - o Ville de Baie-Comeau
  - o Relais Nordik
  - o Société des traversiers du Québec
- Bandeau commercial
- Commandite sous-titrage, décompte et pauses isolées

#### **Diffusé à TVA (TVA Réseau, LCN, TVA Sports)**

- 57 500 000 impressions publicitaires

#### **Diffusé à Radio-Canada (Réseau, Explora)**

- 27 100 000 impressions publicitaires

## Campagne Contemplatif

### Publicité Web

La campagne a généré plus de 23 445 clics et 7 069 475 impressions publicitaires.

### Facebook

- A généré un total de 1 127 252 impressions pour 6284 clics, donc un taux de 0,55 %.

### Achat de mots clés sur Google AdWords reliés au tourisme, aux vacances et à la Côte-Nord

- A généré 98 302 impressions pour 4780 clics, donc un taux de clics de 4,86 % (norme 1,5 %).
- Excellente performance des mots clés liés à la région et aux attraits touristiques.
- La campagne a permis de positionner Tourisme Côte-Nord en tête des résultats du moteur de recherche.

### YouTube

- Prévissionnements : 163 951 impressions pour 33 clics.
- Visionnements complets : 41 170 donc un taux de 25 % (norme 14,18 %).

### Bannières

- Google display : 5 217 820 impressions pour 10 689 clics, donc un taux de 0,2 %.
- Canoe: 462 147 impressions pour 1759 clics, donc un taux de 0,38 %.

## Campagne Aventurier

### Publicité Web

La campagne a généré plus de 45 570 clics et 4 302 654 impressions publicitaires.

## Facebook

- A généré un total de 1 642 381 impressions pour 7376 clics, donc un taux de 0,45 %.

### Achat de mots clés sur Google AdWords reliés au tourisme, aux vacances et à la Côte-Nord

- A généré 154 499 impressions pour 2151 clics donc un taux de clics de 1,34 % (norme 1,5 %).

### YouTube

- Prévissionnements : 128 235 impressions pour 101 clics.
- Visionnements complets : 26 850 donc un taux de 21 % (norme 14,18 %).

### Bannières

- Google display : 1 989 804 impressions pour 34 905 clics, donc un taux de 1,75 %.
- Canoe : 387 735 impressions pour 1037 clics, donc un taux de 0,27 %.

## Campagne partenaires

### Publicité Web

### Facebook

- Publicités dans la colonne de droite en partenariat avec 5 membres.
- A généré un total de 10 416 286 impressions pour 11 765 clics, donc un taux de 0,11 %.

### YouTube

- Prévissionnements des publicités de 15 secondes de 6 partenaires télé.
- Prévissionnements : 431 922 impressions pour 133 clics.
- Visionnements complets : 91 023, donc un taux de 21 % (norme 14,18 %)

## Concours « Entre nature et démesure »

Le concours étant divisé en deux étapes, la phase 1 consistait à s'inscrire sur le site Web de Tourisme Côte-Nord par l'entremise d'un formulaire. Au total 6428 inscriptions conformes ont été comptabilisées. Deux gagnants ont remporté un forfait sur la Côte-Nord, d'une valeur de 3 500 \$ chacun.

Les participants à la phase 2 du concours devaient se prendre en photo avec les affiches Côte-Nord installées chez des entreprises touristiques participantes, visiter le microsite et s'inscrire. Une seule participation par courriel était permise. Le gagnant a remporté un séjour d'une semaine pour quatre personnes sur l'île d'Anticosti. Il y a eu 6241 photos reçues d'environ 475 participants.



## Campagne télé sur le réseau TVA

- 12 508 000 impressions publicitaires
- Publicité de 30 secondes sur le réseau TVA et intégration à « Salut bonjour! »

## Campagne Web

Le concours était divisé en deux phases, et l'agence PUB.com s'est assurée du bon déroulement de la campagne marketing. La phase 1 consistait en un concours par formulaire. La phase 2 du concours est l'activité sur le territoire où les participants devaient se prendre en photo avec les affiches Côte-Nord afin de courir la chance de gagner l'un des deux forfaits vacances en Côte-Nord.

### Phase 1 du concours :

#### 6428 inscriptions au formulaire

Les grands prix étaient : deux forfaits voyages sur la Côte-Nord d'une valeur de plus de 3500 \$. Un forfait sur le territoire de Tourisme Côte-Nord|Manicouagan, l'autre sur le territoire de Tourisme Côte-Nord|Duplessis. Une visite VIP de Manic-5 par Hydro-Québec.

### Phase 2 du concours :

#### 6241 photos reçues d'environ 475 participants

- Bannières réseau Google : 647 919 impressions pour 2228 clics, donc un taux de 0,34 % (norme 0,28 %).
- Publicité Facebook : 641 504 impressions pour 16 104 clics, donc un taux de 2,51 % (norme 0,97 %).
- Boutons sur les sites de TVA : 19 826 clics.

## Campagne Pourvoiries Côte-Nord

### Concours

- Un prix de 1000 \$ applicable dans l'une de nos pourvoiries membres
- Le concours a généré 2509 inscriptions uniques
- 1485 nouvelles inscriptions à l'infolettre des pourvoiries
- 977 nouvelles inscriptions à la page Facebook de Pourvoiries Côte-Nord

### Publicités imprimées

Les magazines suivants ont été sélectionnés :

- *Aventure chasse et pêche*
- *Le Guide des pourvoiries du Québec*
- *Quebec Outfitters Magazine*
- *Québec chasse et pêche*
- *Le Guide du pêcheur*
- *Le Guide du chasseur*
- Brochure France et USA de la FPQ

### Campagne Web

La période de diffusion s'est tenue du 23 mai au 1<sup>er</sup> juillet, avec un budget de 10 000 \$, dirigée vers les médias sociaux Facebook, Twitter, Instagram et les sites Web québécois à thématique « chasse et pêche », Aventure Chasse et pêche et la Fédération des pourvoiries du Québec.

- Plus de 777 272 impressions en bannières publicitaires
- Plus de 2403 partages
- 3004 réactions positives et 424 commentaires

## Campagne Festival Innu Nikamu 2016

Lors de l'annonce du festival Innu Nikamu se tenant du 4 au 7 août 2016, Tourisme Côte-Nord a investi 3500 \$ afin de contribuer à l'effort promotionnel par la diffusion de la capsule vidéo et de la programmation sur les médias sociaux (Facebook et Twitter).

La campagne promotionnelle sur Facebook du 27 juillet au 6 août a permis de rejoindre plus de 200 000 utilisateurs ciblés québécois (204 000 pour l'affiche, et 198 000 pour la vidéo); plus de 2000 « J'aime » sur la publication promotionnelle; 427 886 impressions des promotions; a généré un total de 11 620 réactions (aime, partages, commentaires, clics) et 27 184 minutes de visionnement (d'une capsule de 30 secondes). Cela représente 453 heures ou 18,87 jours en continu.

## Campagne motoneige hiver 2017

La campagne hivernale « La Côte-Nord en motoneige » s'est déroulée du 21 décembre 2016 au 24 mars 2017. Son budget pour le volet Web marketing s'élevait à 14 000 \$ pour la diffusion des vidéos en motoneige ainsi que du court métrage de 11 minutes. Les vidéos promotionnelles ont reçu un bel intérêt du public et ont généré :

- 4 410 713 impressions
- 29 197 clics
- 3648 partages
- 13 167 réactions (j'aime, j'adore, etc.)
- 1 226 825 utilisateurs atteints

Les vidéos ont été vues pour un total 269 279 minutes, qui équivalent à 187 jours, 24 heures sur 24.

# CONCOURS

## Concours « JULIE BÉLANGER »

Le concours s'est déroulé du 6 au 17 février 2017. Plus de 500 \$ comprenant deux nuitées pour deux personnes au luxueux Château Arnaud, une croisière pour deux personnes avec Les Croisières du Capitaine, un souper-spectacle au Café Théâtre Graffiti de Port-Cartier.

- 4620 participants au concours
- 2215 nouvelles personnes ont choisi de s'abonner à notre infolettre, ce qui fait un total de 20 784 abonnés

Sur le Web, cette campagne a permis :

- d'atteindre 18 215 personnes
- de générer 999 interactions
- de totaliser 179 clics vers le site de Tourisme Côte-Nord

## Résultats des concours et noms des gagnants

### Concours Offrez-vous une île

(concours lancé en mai 2015, le séjour s'est déroulé à l'été 2016)

**Forfait île aux Perroquets** : M. Sébastien Simard-Elliott, de Montréal

**Forfait île Quarry** : M. Julien Marcoux, de Saint-Georges de Beauce

### Concours Pourvoires Côte-Nord 2016

**Gagnant** : M. Guy Normand, de Montréal

### Concours Entre nature et démesure 2016

**Forfait sur le territoire de Tourisme Côte-Nord|Manicouagan** :

M<sup>me</sup> Francine Gauthier, de Saint-Guillaume.

**Forfait sur le territoire de Tourisme Côte-Nord|Duplessis** :

M. Sébastien Labrecque, de Saint-Hubert.

**Visite VIP de Manic-5** :

M<sup>me</sup> Carole Lefebvre, de Châteauguay.

**Gagnante concours photos** :

M<sup>me</sup> Lyne Chouinard, de Lévis, avec 21 photos.

### Concours La Route des Baleines 2016

**Forfait à la découverte de Tadoussac, au cœur du parc marin du Saguenay — Saint-Laurent** :

M<sup>me</sup> Sylvie Guindon, de Mont-Laurier.

**Forfait à la découverte du fleuve Saint-Laurent** :

M<sup>me</sup> Isabelle Dionne, de Lévis.

## BUZZ (PUBLICATIONS EFFICACES EXCLUANT LES PUBLICATIONS STIMULÉES MONÉTAIREMENT)

- Création d'un buzz en partageant l'article « Road Trip sur la 138... de Port-Cartier à Sept-Îles » du blogue LaJournaliste.com – 12 mai 2016.
- Création d'un buzz lors de la première diffusion de la nouvelle vidéo promotionnelle de Pourvoires Côte-Nord – 13 mai 2016.
- Participation à un buzz en annonçant l'inauguration de la nouvelle exposition « Manic-5, une histoire envoûtante » – 28 juin 2016.
- Création d'un buzz lors des canicules à Montréal, sur l'air climatisé en Côte-Nord – 13 juillet 2016.
- Participation à un buzz en annonçant la Journée québécoise des phares – 13 juillet 2016.
- Participation à un buzz en annonçant la Journée nationale des autochtones – 21 juin 2016.
- Création d'un buzz en partageant un article photo « À la découverte de la Basse-Côte-Nord » du blogue de Véronique Nolet – 23 août 2016.
- Création d'un buzz lors de la publication d'une belle photo d'une plage de la Côte-Nord – 27 août 2016.
- Participation à un buzz en annonçant la Journée mondiale du tourisme – 27 septembre 2016.
- Participation à un buzz en partageant la vidéo de l'apparition d'une baleine à bosse à Franquelin – 1<sup>er</sup> novembre 2016.
- Création d'un buzz lors de la première diffusion du court métrage « Côte-Nord en motoneige : de Tadoussac à Blanc-Sablon » – 8 novembre 2016.
- Création d'un buzz lors de la diffusion d'une publicité promotionnelle de la motoneige en Côte-Nord datant de 2013 – 29 novembre 2016.

- Participation à un buzz avec Le Québec maritime lors du lancement d'une vidéo promotionnelle – 12 décembre 2016.
- Création d'un buzz lors de l'ouverture officielle de la Route blanche par le Ministère – 24 janvier 2017.
- Création d'un buzz, suite au communiqué de la Commission de toponymie sur ses coups de cœur en Côte-Nord – 14 février 2017.
- Participation à un buzz avec QuébecOriginal lors du lancement d'une vidéo promotionnelle – 21 mars 2017.
- Participation à un buzz avec Tourisme Sept-Îles lors du lancement d'une vidéo promotionnelle – 23 mars 2017.
- Participation à un buzz lors de l'apparition d'un ours polaire à Saint-Augustin en Basse-Côte-Nord – 24 mars 2017.

## MÉDIAS IMPRIMÉS

PUBLICATION	VISIBILITÉ	PARTENAIRES	TIRAGE
<b>Guide Camping 2016</b>	3 pages publicitaires	12	200 000 exemplaires
<b>Origine</b>	2 pages	10	40 000 exemplaires
<b>Guide SATQ été / automne 2016</b>	2 pages publicités 2 pages de contenu rédactionnel	4	1 million d'exemplaires
<b>Quebec Vacation Guide été / automne 2016</b>	½ page publicités 1 page contenu rédactionnel	4	-

## ALLIANCES MARKETING

### Campagne viensvoirlesbaleines.com

Un partenariat de l'Alliance baleines avec la participation de trois régions (quatre ATR), quatre bateliers, le Parc marin du Saguenay–Saint-Laurent, la SÉPAQ, la Société des traversiers et une importante contribution de Tourisme Québec.

- Campagne publicitaire télé et Web
- A généré plus de 262 596 visites sur le microsite Web (237 054 en 2015)
- 349 182 274 impressions publicitaires
- Plus de 2 000 000 \$ en valeur média
- Page forfait sur le site Web de Tourisme Côte-Nord

### Au Québec

- Une campagne télévision sur TVA pendant l'émission « Sucré Salé » avec panneau de commandite, le logo avant et après les pauses, le logo sur le message auto-promotionnel de l'émission, le logo sur les pages de l'émission sur le site Web de TVA et la diffusion d'un message 15 secondes baleines sur TVA, TVA Sports, LCN, Moi & Cie, Casa, Argent, Addik et Prise 2.
- Campagnes télé et Web sur les marchés de proximité de l'est de l'Ontario, le nord-est des États-Unis et le nord du Nouveau-Brunswick.

## AUTRES ALLIANCES MARKETING

Les alliances se poursuivent avec le Parc marin du Saguenay–Saint-Laurent, l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, Kéroul, Tourisme Autochtone Québec.

## Alliance Québec à moto

### Objectifs

- Promouvoir le Québec à moto auprès du marché québécois par des actions communes visant à faire découvrir 14 régions par des circuits touristiques.
- Positionner le Québec comme destination touristique à moto sur les marchés de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick.
- Centraliser l'information pour faciliter la recherche et la planification des motos touristes.
- Unir les efforts des différents partenaires pour augmenter la portée des actions.

### Actions communes

- Salons intra et hors Québec
- Le carnet moto 2017-2018

### Plan de partenariat

- Campagne Facebook
- Infolettres
- Mise à jour du site Web

### Salons

Distribution du carnet moto 5<sup>e</sup> édition. Imprimée à 50 000 exemplaires, l'édition 2017-2018 sera distribuée en continu par l'intermédiaire du site Web quebecamoto.com

SALON	DATE	VISITEURS	CARNET
Québec	3 au 5 février 2017	19 000	3 240
Montréal	24 au 26 février 2017	34 000	5 940

## TOURNÉES JOURNALISTIQUES ORCHESTRÉES PAR LE QUÉBEC MARITIME

Ces tournées ont été orchestrées par Le Québec maritime pour le marché hors Québec durant la période entre le 1<sup>er</sup> avril 2016 et le 31 mars 2017. Total des tournées réalisées : quatre dans les deux territoires des ATR de la Côte-Nord et quatorze en Côte-Nord.

DATES	JOURNALISTES	MÉDIAS	RÉGION	MARCHÉS
31 mai	Francesca Spanò, Claudiana Di Cesare, Gaia Gallotta, Ester Paporozzi, Livia Fabiotti, Isabella Grassano, Maria Cristina Melis, Sara Moretti, Roberta Cinagli	<i>Il Messaggero, TTG Italia, Travel Quotidiano, Turismo Attualita, La Stampa.it, Viaggi di repubblica, Magazine Donna moderna, L'Agenzia di Viaggi, Air Transat</i>	Côte-Nord   Manicouagan	Italie
4 et 5 juin	Gigi Ragland	<i>Women's Adventure Magazine, EnCompass AAA magazine, National Geographic Traveler, Examiner.com, Denver Life Magazine</i>	Côte-Nord   Manicouagan	États-Unis
10 juin	Janeen Christoff, Amanda Castleman, Eric Hanson, Michela Rosano, Jackie Laulainen, Elena Sonnino, Nick Cote, Juno Kim Jiyeon, Michelle Juergen, Todd Starnes, Tom Bartel, Kristin Henning, Nathaniel Boyle	<i>Travel Pulse, USA Today, BBC Travel, Backpacker, Gear Junkie, Canadian Geographic, TheBudgetMindedTraveler.com, Live. Do. Grow, Runaway Juno, TravelAge West, Bicycle Adventures, Travelpast50, Holocene</i>	Côte-Nord   Manicouagan	Canada États-Unis
26 juin au 8 juillet	Éric Milet	<i>Guide Le Routard</i>	Côte-Nord   Duplessis Côte-Nord   Manicouagan	France
27 juin au 13 juillet	Audrey Lorans-Garbay Nicolas Garbay	<i>Petit Futé, Les Éditions Néopol - Québec Le Mag'</i>	Côte-Nord   Manicouagan	France
28 juin au 1 <sup>er</sup> juillet 13 juillet au 6 août	Eric Mathieu	<i>GEOGuide de Gallimard Loisirs</i>	Côte-Nord   Duplessis Côte-Nord   Manicouagan	France
18 au 22 juillet	Anne Pélouas	<i>Ulysse, Le Monde, Grouille pour pas qu'ça rouille</i>	Côte-Nord   Duplessis Côte-Nord   Manicouagan	France Canada
24 au 26 juillet	Géraldine Lemauf-Beauvois	<i>Guide Le Routard</i>	Côte-Nord   Manicouagan	France

DATES	JOURNALISTES	MÉDIAS	RÉGION	MARCHÉS
22 au 27 août	Margarita Ibbott, Ted Alan Stedman, Jared Stern Dana Redmann	<i>DownshiftingPRO, HOSS Magazine, AAA, Men's Journal, Islands Magazine, USA Today, JustLuxe</i>	Côte-Nord   Manicouagan	Canada États-Unis
5 au 18 septembre	Nathalie Katinakis Louis Payras	<i>Une porte sur deux continents</i>	Côte-Nord   Duplessis Côte-Nord   Manicouagan	Europe francophone
4 au 6 octobre	Annie Crouzet	<i>Destination</i>	Côte-Nord   Manicouagan	France Belgique
7 au 14 octobre	Chantale Cascalès Mary-Christine Cerni	<i>Prestige International Magazine</i>	Côte-Nord   Manicouagan	Europe francophone, Italie, Espagne, Maroc, Canada, États-Unis, Dubai, Shanghai et Singapour
25 au 27 octobre	Richard Saint-Gilles Franck Corrado	<i>OneDayOneTravel</i>	Côte-Nord   Manicouagan	France
15 au 19 janvier	Wolfgang Grenier, Felix Kreuzer	<i>RoadTrip Mag</i>	Côte-Nord   Manicouagan	Allemagne

## RELATIONS DE PRESSE

Des actions sont effectuées à l'intention de la presse et des journalistes dans le but d'obtenir une couverture de presse favorable à la région et à ses produits. Les actions à long terme ont également comme objectif de créer et d'entretenir des liens avec différents médias et de favoriser l'engouement pour la région.

### Journaux

*Le Devoir, Le Monde et La Métropole*

### Magazines, guides et autres médias

*Camping Caravaning, Magazine Découverte, Guide Ulysse, Rando Québec, Production Grand bazar et Le Missionnaire.tv*

Plusieurs tournées journalistiques ont eu lieu sur le territoire de la Côte-Nord au cours de la saison 2016-2017 :

REPRÉSENTANT (S)	MÉDIA (S)	DATES	RAISON(S) DU DÉPLACEMENT	TERRITOIRE
Yves Ouellet	<i>Camping Caravaning</i>	31 mai au 3 juin	Route 389 / TQL Retour par le Bella-Desgagnés	Côte-Nord / Labrador
Anne Pelouas	<i>Magazine Découverte</i> <i>Guide Ulysse</i> <i>Le Monde</i>	15 au 22 juillet	Côte-Nord, Basse-Côte-Nord, Terre-Neuve et Saint-Pierre et Miquelon	Duplessis
Alain Clavet	<i>Journal La Métropole</i>	5 au 9 août	Découverte de la région de Sept-Îles à Natashquan – Gastronomie et activités	Duplessis
Julie Brodeur	<i>Guide Ulysse</i>	7 et 8 août	Mise à jour du guide	Manicouagan
Jean-Pier Gravel	Le Missionnaire.tv	5 au 11 septembre	Rédaction d'un recueil sur le bonheur	Côte-Nord
Nicole Blondeau	<i>Magazine Rando Québec</i>	14 au 21 août	Reportage Côte-Nord (île La Grosse Boule, Blanc-Sablon)	Duplessis
Marie-France Bornais	Journaliste pigiste	29 août au 4 septembre	Guide thématique du camping au Québec	Manicouagan
Patrice Halley	Productions Grand bazar	1 <sup>er</sup> au 8 septembre	Projet émission sur les cours d'eau	Manicouagan

Tourisme Côte-Nord 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.

#### **Tournées journalistiques Duplessis**

- 4 tournées journalistiques organisées par Le Québec maritime
- 3 tournées journalistiques organisées par Tourisme Côte-Nord

#### **Tournées journalistiques Côte-Nord (Manicouagan et Duplessis)**

- 3 tournées journalistiques organisées par Le Québec maritime
- 2 tournées journalistiques organisées par Tourisme Côte-Nord



# DÉVELOPPEMENT

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

Tourisme Côte-Nord|Duplessis est présent dans la communauté d'affaires de la Côte-Nord. Par de nombreuses activités de représentation, de soutien, de service-conseil et de participation à divers projets de développement, l'ATR demeure au diapason des différents enjeux, nouveautés et tendances de la région afin de bien desservir ses membres. De plus, elle s'assure de connaître les programmes et subventions disponibles pour mieux soutenir les promoteurs dans leurs projets. En tout temps, l'association représente l'industrie touristique et reste informée des activités diverses gravitant autour de sa mission et de ses mandats.

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.

### Nombre d'actions en lien avec les stratégies du ministère du Tourisme

NBRE D' ACTIONS	STRATÉGIE
59	Miser sur la synergie des partenaires
405	Produits de calibre international
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'affaire
106	Tourisme nordique

32	Entente de partenariat régional en tourisme (EPRT)
50	Accueil et accès à la destination
16	Image de marque

### Nombre d'actions en lien avec le Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord 2013-2020

NBRE D' ACTIONS	STRATÉGIE
<b>Expérience des pôles touristiques et des grands circuits</b>	
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
<b>Virage marketing électronique</b>	
6	Intensifier la mise en place des stratégies Web et des médias sociaux
<b>Stratégie régionale en accueil</b>	
12	Harmoniser les services dans les lieux d'accueil et renseignements touristiques
2	Campagne de sensibilisation aux résidents et commerçants

## TABLE BIOALIMENTAIRE CÔTE-NORD

Les démarches se poursuivent avec la Table bioalimentaire de la Côte-Nord, notamment le projet de mieux positionner les produits du terroir. Une rencontre téléphonique a eu lieu le 16 février 2017. Il a notamment été question des comparaisons avec d'autres ATR, le mandat de Papille pour le développement d'un plan d'action ainsi que les propositions du *Magazine Circuit Gourmand* dans le *Guide touristique officiel Côte-Nord*. Les travaux se poursuivront dans la prochaine année.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :**  
**Développer et renforcer des produits de calibre international**

## TOURISME CÔTE-NORD PARTICIPE À LA JOURNÉE DE RÉFLEXION SUR LA ZONE PÉRIPHÉRIQUE DU PARC NATIONAL DU FJORD-DU-SAGUENAY

Tourisme Côte-Nord a participé à une journée de réflexion sur la zone périphérique du parc national du Fjord-du-Saguenay qui s'est tenue le 22 mars 2017 à l'Auberge des 21, à La Baie. Les échanges lors de cette rencontre ont été inspirants et ont permis de mieux cerner les enjeux et préoccupations des intervenants autour des limites du parc. Ces échanges demeureront très utiles et nourriront les actions futures de ce parc. La prochaine étape sera de travailler sur les enjeux dégagés lors de cette rencontre.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :**  
**Développer et renforcer des produits de calibre international**

## CIRCUIT GRAND NORD

Le Circuit Grand Nord, traversant les routes 389, 500 et 510, est de plus en plus populaire auprès de la clientèle touristique. Dans les objectifs partagés par Destination Labrador, le Réseau de développement économique et d'employabilité (RDÉE) Terre-Neuve-et-Labrador et les ATR de la Côte-Nord, la structuration de l'offre touristique nordique a été soulevée comme aspect essentiel du développement de cette destination. C'est à travers la démarche de renforcement des pôles touristiques de Baie-Comeau, Fermont et de la Basse-Côte-Nord que les efforts ont été réalisés pour accompagner le milieu dans sa définition des actions à entreprendre en ce sens.

En parallèle de ces travaux, la présentation du Circuit a été bonifiée dans le *Guide touristique officiel Côte-Nord 2017-2018*. Des réflexions et collectes d'informations ont été réalisées dans le cadre de la planification de la mise en ligne d'une section du site [tourismecotenord.com](http://tourismecotenord.com) dédiée à ce parcours, ainsi que d'une brochure à remettre à la clientèle.

À l'été 2016, la visibilité de la Côte-Nord à Terre-Neuve-et-Labrador a été améliorée par la distribution de la carte touristique de la Route panoramique de la chicoutai dans 23 des bureaux touristiques de cette province limitrophe. Cette action s'additionne à la distribution, depuis quelques années, du *Guide touristique officiel Côte-Nord* dans 13 de ces mêmes bureaux touristiques.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :**  
**Développer et renforcer des produits de calibre international**

## PÔLES TOURISTIQUES

### Basse-Côte-Nord

La Table ad hoc en tourisme pour la Basse-Côte-Nord s'est réunie à huit reprises entre les mois de mai 2016 et mars 2017. Ces échanges ont permis d'assurer la mise en œuvre du plan d'action défini et approuvé par le milieu en 2015. Plusieurs projets ont vu le jour grâce aux partenaires formant la Table : production de la carte touristique de la Route panoramique de la chicoutai et diffusion (Web, réseau d'accueil Côte-Nord et Terre-Neuve-et-Labrador, commerces locaux), élaboration d'un projet pilote sur le Web, planification d'un forum touristique à venir, renouvellement du contrat du consultant en tourisme pour avancer des études améliorant l'accessibilité au territoire, partenariats marketing, etc.

### Fermont

Tourisme Côte-Nord et la MRC de Caniapiscau se sont associés pour rassembler les acteurs œuvrant en tourisme et dans le milieu municipal. À l'issue de trois ateliers de travail (26 avril, 25 mai et 16 décembre 2016), le comité a réalisé : le portrait du pôle (éléments marquants, à améliorer, bonifications majeures réalisées et projets en cours), la priorisation de quatre orientations communes ainsi qu'un plan d'action visant la diversification économique de l'ensemble du pôle par le tourisme.

La mise en œuvre du plan d'action se réalisera progressivement, selon les priorités établies par le comité, grâce à la collaboration entre les divers intervenants du milieu, la MRC, les municipalités, les communautés autochtones et Tourisme Côte-Nord. Pour ce faire, une table ad hoc en tourisme pour le pôle de Fermont est en cours de création.

### Minganie

La Minganie compte quatre pôles touristiques : Rivière-au-Tonnerre, l'Île d'Anticosti, Havre-Saint-Pierre et Natashquan. Une alliance entre la MRC de

Minganie, Emploi Québec et Tourisme Côte-Nord a permis de rassembler à deux reprises (en janvier et mars 2017) des acteurs touristiques dans le but de planifier la création de la Table ad hoc en tourisme pour la Minganie.

Dans la prochaine année, des ateliers de travail seront organisés afin d'accompagner le milieu pour qu'il se dote de plans d'action locaux, pour ensuite en venir à des initiatives qui seront priorisées et travaillées par pôle.

### Port-Cartier et Sept-Îles

Diverses rencontres ont eu lieu avec des ressources dédiées au tourisme pour Port-Cartier et Sept-Îles entre les mois de septembre 2016 et mars 2017. Ces échanges ont permis de planifier une approche personnalisée, répondant au contexte local, dans le but de mettre en place la démarche de renforcement de ce pôle touristique. Les travaux se poursuivront dans la prochaine année.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :  
Développer et renforcer des produits de calibre international**

## FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS

En partenariat avec Tourisme Autochtone Québec (TAQ) et Festivals et Événements Québec (FEQ), l'ATR Duplessis a entamé une démarche d'accompagnement dédiée aux festivals et événements.

Une première communication a été transmise, en février 2016, à trois promoteurs afin de connaître leur intérêt à coopérer dans la définition des opportunités et des pistes de collaboration en matière de développement et de rayonnement touristique spécifiques à leur événement. Ce travail se poursuivra dans les prochaines années.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :  
Développer et renforcer des produits de calibre international**

## RÉSEAU MUSÉAL DE LA CÔTE-NORD

Tourisme Côte-Nord déposait, le 24 août 2016, un mémoire sur le renouvellement de la politique culturelle du Québec. La consultation de divers intervenants dans ce domaine a permis de faire état des réalités régionales ainsi que des enjeux qui s'y rattachent. Une liste de solutions y ont également été proposées et ont mené à un plan d'action spécifique au tourisme culturel.

Afin de réaliser une des actions ciblées, une alliance s'est concrétisée, en novembre 2016, entre le Conseil régional de la culture et des communications de la Côte-Nord, le ministère de la Culture et des Communications, le Musée régional de la Côte-Nord et Tourisme Côte-Nord dans le but de mettre en place des initiatives visant à structurer l'offre muséale de la région. L'embauche de la firme Groupe GID Design, spécialisée dans le domaine, a été rendue possible grâce aux organismes cités plus haut, la Société du Plan Nord et le ministère des Affaires municipales et de l'Occupation du territoire. Les résultats de cette démarche seront connus à l'été 2017.

Une rencontre le 13 janvier 2017 à Baie-Comeau a permis de détailler les attentes des partenaires et de la suite du travail qui sera réalisé dans les prochains mois.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :  
Développer et renforcer des produits de calibre international**

## CIRCUIT DE DÉCOUVERTES DES SITES DE PLEIN AIR

La présentation des choix des sites aux municipalités, conseils de bande et gestionnaires concernés a été finalisée durant l'année 2016-2017. Un engagement officiel a été demandé afin de confirmer le choix des sites à identifier et à mettre en valeur dans leur secteur.

Les évaluations ont permis de faire une mise à jour des informations pour le *Guide touristique officiel Côte-Nord 2017-2018*.

Le logo pour identifier les sites du circuit a été créé, et le guide d'entretien a été rédigé.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :  
Développer et renforcer des produits de calibre international**

# ACCUEIL

## COMITÉ RÉGIONAL DU RÉSEAU D'ACCUEIL DE DUPLESSIS

Deux fois par année, les gestionnaires des lieux d'accueil se rencontrent avec la responsable accueil afin de planifier la saison touristique et la formation, au printemps, d'en faire le bilan, à l'automne, et de planifier les projets pour la saison suivante. Ces rencontres se sont respectivement tenues le 6 avril 2016 et le 16 novembre 2016.

Voici les représentants du comité régional pour chaque lieu d'accueil :

**Fermont** : Pascale Castilloux

**Pointe-aux-Anglais et Port-Cartier** : Marylène Bergeron

**Sept-Îles** : Anne-Michelle Dérose

**Manitou** : Josée Bélanger

**Havre-Saint-Pierre** : Nancy Petitpas

**Île-d'Anticosti** : successivement Véronique Rodgers et Frédérick Lee

**Baie-Johan-Beetz** : Sylvain Roy

**Aguanish** : Marlène Blais

**Natashquan** : Magella Landry, conseil d'administration de la Copacte

**Blanc-Sablon** : Vicki Driscoll

**Tourisme Côte-Nord|Duplessis** : Gabrielle Potvin

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :**  
**Enrichir l'accueil et améliorer l'accès à la destination**

## SALON DÉCOUVERTES 2016

Le Salon Découvertes, qui s'est tenu du 10 au 12 juin à Sept-Îles et Port-Cartier, a été l'occasion de former les conseillers en séjour pour les techniques d'accueil et de service à la clientèle à adopter auprès des visiteurs et pour les procédures en place. Cette formation vise également à faire connaître l'offre touristique de l'ensemble de la Côte-Nord.

Au programme des 26 participants, dont cinq de Manicouagan, plusieurs visites d'attrait; en plus, un circuit gourmand a été offert par quelques restaurateurs de la ville de Sept-Îles, permettant de découvrir les saveurs nord-côtières. Lors du Salon Découvertes, les prix régionaux, qui reconnaissent l'excellence dans les bureaux d'accueil et d'information de Duplessis, ont été décernés ainsi :

**Bureau de l'année** : bureau d'accueil touristique de Blanc-Sablon, pour la qualité du service offert aux visiteurs.

**Gestionnaire de l'année** : Marlène Blais, pour son assiduité dans les suivis au niveau du bureau d'accueil d'Aguanish.

**Initiative de l'année** : bureau d'information touristique de Port-Cartier, pour le développement d'outils afin d'assurer le partage d'information dans l'équipe et auprès des visiteurs.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :**  
**Enrichir l'accueil et améliorer l'accès à la destination**

## ACTIONS CÔTE-NORD EN ACCUEIL

Plusieurs actions en accueil visant à améliorer les services aux visiteurs ont été développées et se poursuivent en 2016.

**Boutique du terroir :** La promotion des produits du terroir nord-côtiers dans les quatre boutiques se poursuit.

**Uniformes Côte-Nord :** Un nouvel uniforme a été conçu pour mieux répondre au besoin du réseau d'accueil de la Côte-Nord. Deux choix de vêtements avec le logo Tourisme Côte-Nord ont été proposés au réseau d'accueil.

**Traduction en anglais de la vidéo de formation Côte-Nord :** La vidéo de formation Côte-Nord a été traduite pour permettre à la Basse-Côte-Nord, aux régions limitrophes anglophones et aux éventuels visiteurs d'en connaître davantage sur notre région.

Au total, ce sont 12 boutiques du terroir qui sont implantées dans les lieux d'accueil de la Côte-Nord (8 en Manicouagan), offrant une vitrine sur nos produits régionaux. Chaque année, de nouveaux fournisseurs s'ajoutent, ce qui contribue à améliorer l'offre de services du réseau d'accueil.

Le bureau d'accueil touristique de Portneuf-sur-Mer a été accrédité en début de saison 2016. Les deux bureaux de la ville de Baie-Comeau (Maison de la Faune et Carrefour maritime) ont tous deux déménagé pour être relocalisés en un seul endroit, soit au Centre des Arts. Tourisme Côte-Nord | Manicouagan a également un bureau d'accueil touristique accrédité depuis l'été 2016.

Service Canada a octroyé 9 emplois étudiants d'une durée de 8 semaines de 40 heures, qui ont été répartis entre les 9 bureaux accrédités au moment de la demande.

Le renouvellement de la stratégie régionale d'accueil est en cours. Une réflexion a mené à l'ébauche d'un plan d'action qui sera mis au point par les comités régionaux. Divers membres seront aussi consultés au cours de l'année 2017 afin de finaliser le document.

La politique de gestion des plaintes et celle des boutiques du terroir ont été mises à jour. Un guide à l'intention des nouveaux fournisseurs de produits du terroir a été élaboré, ainsi qu'un calendrier des événements qui sera disponible à l'été 2017 pour les conseillers en séjour.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :**  
**Enrichir l'accueil et améliorer l'accès à la destination**

## TOURNÉES SUR LE TERRITOIRE

Des tournées des lieux d'accueil ont eu lieu durant l'été pour accompagner les conseillers en séjour dans leurs fonctions. Ces tournées permettent de former les employés absents lors du Salon Découvertes, d'assurer le niveau de qualité attendu, et de distribuer la documentation des membres ainsi que les produits du terroir.

Les tournées se sont déroulées du 27 au 30 juin et du 16 au 18 août en Minganie, les 16 et 17 juin à Fermont, et les 20 et 21 juin à Blanc-Sablon.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :**  
**Enrichir l'accueil et améliorer l'accès à la destination**

## FORMATION EN ACCUEIL

Dans le but d'améliorer les services d'accueil et le service à la clientèle dans la région, une formation est offerte aux entreprises membres. La formation en accueil a été offerte à une dizaine d'entreprises, organisations et municipalités cette année.

DATE	LIEU	NOMBRE DE PARTICIPANTS
30 mai	Camping municipal de Havre-Saint-Pierre	6
31 mai	Maison de la culture innue de Mingan	3
16 juin	Fermont	4
20 juin	Harrington Harbour	2
20 juin	Chevery	6
21 juin	Blanc-Sablon	3
22 juin	Middle Bay, Bonne-Espérance	12
27 juin	Corporation de l'Île aux Perroquets	1
28 juin	Kegaska	4
23 août	Destination Sept-Îles Nakauinanu	18
12 déc.	Pourvoiries autochtones de la Côte-Nord en collaboration avec Tourisme Autochtone Québec	5

### Objectifs de la formation

- Sensibiliser les participants à l'importance de l'accueil et du service à la clientèle;
- Responsabiliser les participants pour qu'ils soient attentifs aux besoins et attentes des visiteurs;

- Informer les participants sur les méthodes du service à la clientèle;
- Outiller les participants pour leur permettre de jouer un rôle clé dans l'expérience aux visiteurs;
- Développer une culture d'accueil en Côte-Nord;
- Fournir les outils nécessaires aux participants pour la mise en pratique d'un accueil de qualité.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :**  
**Enrichir l'accueil et améliorer l'accès à la destination**

## BILAN DE LA SAISON TOURISTIQUE 2016 – FAITS SAILLANTS

- Le Réseau d'accueil de la Côte-Nord a enregistré un achalandage de 100 118 visiteurs au cours de la période du 1<sup>er</sup> mai au 30 septembre 2016, soit une hausse de 8 % par rapport à 92 884 visiteurs recensés en 2015. Parmi les 21 bureaux d'accueil et d'information touristique, 14 d'entre eux notent une hausse de leur achalandage.
- Notre principal marché est le Québec, d'où proviennent 68 % des visiteurs. Le marché européen se classe au deuxième rang avec 19 %.
- 71 % des visiteurs de la Côte-Nord ont choisi la destination pour l'omniprésence des attraits naturels : paysages, baleines, fjord, archipels, plages, mer. Quelque 13 % des visiteurs se sont quant à eux déplacés pour les attraits culturels : musées et centres d'interprétation, visites industrielles, produits du terroir et gastronomie, culture autochtone et patrimoine religieux.
- L'achalandage des terrains de camping de la Côte-Nord a été en hausse en 2016, avec un taux d'occupation de 65 %, par rapport à 60 % en 2015.

- Le taux moyen d'occupation en 2016 pour la Côte-Nord, a été de 49,7 % par rapport à 50,1 % l'an dernier, soit une très légère perte de 0,4 %. Il s'agit d'une certaine stabilité par rapport aux dernières années où le taux d'occupation moyen de la Côte-Nord avait diminué de 3 % en 2014 et 2015.
- 14 551 guides touristiques de la Côte-Nord en français et 4 608 en anglais ont été envoyés dans les bureaux d'accueil pour distribution aux visiteurs. Il y a eu 4233 demandes du guide touristique en version française et 1 153 demandes pour la version anglaise, par courriel et par téléphone. Les demandes internationales ont totalisé 157 guides en français et 139 guides en anglais.
- Des 100 118 visiteurs qui ont fréquenté les lieux d'accueil de la Côte-Nord, on estime qu'environ 36 042 de ceux-ci ont allongé leur séjour suite aux informations reçues et ont ainsi fait des dépenses supplémentaires de 2,9 millions de dollars.

## BAROMÈTRE TOURISTIQUE

La collecte d'adresses de courriel dans différents attraits de la Côte-Nord durant la saison touristique 2016 a permis d'amasser 1770 adresses valides de visiteurs ayant séjourné en Côte-Nord. Parmi ces visiteurs, c'est 36 % d'entre eux qui ont complété le questionnaire permettant d'en apprendre davantage sur eux ainsi que sur la satisfaction de leur séjour en Côte-Nord.

Voici quelques faits saillants de cette enquête :

- 26 % des répondants ont séjourné plus de dix nuits en Côte-Nord
- Les secteurs visités par les répondants 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 2030 \$, pour un séjour moyen de dix 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 %.

Le projet du baromètre régional consiste à recueillir les adresses de courriel des visiteurs dans certains attraits et hébergements afin de leur faire parvenir un sondage et ainsi d'en apprendre plus sur eux et d'évaluer leur satisfaction quant à leur séjour. Réalisé par la Chaire de Tourisme Transat, le résultat de cette enquête est disponible depuis l'hiver 2017 sur le blogue de Tourisme Côte-Nord.

**Stratégie gouvernementale PDIT 2016-2020 :**  
**Miser sur la synergie des partenaires**

# PLAN D'ACTION 2017-2018

## PROMOTION ET MISE EN MARCHÉ

- Poursuivre la réalisation des campagnes promotionnelles communes (Côte-Nord)
- Poursuivre les alliances marketing réseau
- Intensifier la mise en place des stratégies Web et médias sociaux
- Participer à des salons et bourses
- Planifier, organiser et recevoir des tournées journalistiques
- Mettre en place des indicateurs de performance

## SOUTIEN ET DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

- Soutenir et conseiller le milieu ainsi que les promoteurs touristiques, en collaboration avec les partenaires et dans un effort de concertation
- Investir dans des projets grâce à l'Entente de partenariat régional en tourisme
- Poursuivre les initiatives sectorielles dans le but de structurer l'offre touristique régionale (agrotourisme, culture, plein air, événementiel)

## ACCUEIL, INFORMATION ET DISTRIBUTION

- Développer des services permettant aux lieux d'accueil de financer leurs activités
- Coordonner la communication du Réseau d'accueil
- Analyser les outils promotionnels disponibles sur l'ensemble du territoire
- Assurer la mise en œuvre des politiques nationale et régionale relatives aux lieux d'accueil

- Assurer la qualité et l'uniformité du réseau en matière d'accueil et d'information
- Assurer le suivi de l'entretien de la signalisation de la Route des Baleines
- Assurer la collecte de données statistiques en collaboration avec les membres
- Organiser les formations pour le réseau d'accueil

## COMMUNICATIONS

- Augmenter la notoriété de la destination Côte-Nord, de l'industrie et de Tourisme Côte-Nord

## VIE ASSOCIATIVE

- Assurer une présence soutenue sur le territoire
- Avoir une implication significative dans les grands dossiers régionaux
- Organiser un rassemblement de l'industrie touristique

## ADMINISTRATION ET FINANCES

- Harmoniser les pratiques de Tourisme Côte-Nord afin d'accroître l'efficacité et la performance



# ANNEXES

# MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE TOURISME CÔTE-NORD | DUPLESSIS

NOM	ZONE	TITRE
Nicole Caron	4- Sheldrake/Mingan	Présidente
Magella Landry	6- Baie-Johan-Beetz/Natashquan	1 <sup>er</sup> vice-président
Nicole Monger	7- Basse-Côte-Nord	2 <sup>e</sup> vice-présidente
Robert Michaud	3- Sept-Îles	Trésorier
Marylène Bergeron	2- Port-Cartier	Secrétaire
Dany Bacon	2- Port-Cartier	Administrateur
Marie-Ève Cyr	3- Sept-Îles	Administratrice
Marlène Arsenault	5- Havre-Saint-Pierre	Administratrice
Meggie Richard	5- Havre-Saint-Pierre	Administratrice
Frédéric Lee	8- Île d'Anticosti	Administrateur
Pascale Castilloux	9- Fermont/Schefferville	Administratrice

# ÉQUIPE CÔTE-NORD DUPLESSIS



**Marie-Soleil Vigneault<sup>1</sup>**  
Directrice générale  
Tourisme Côte-Nord | Duplessis



**Mario Leblanc<sup>2</sup>**  
Directeur général  
Tourisme Côte-Nord



**Catherine Allard**  
Responsable des communications  
et des relations publiques



**Gabrielle Potvin**  
Responsable accueil  
et chargée de projets développement



**Danny Bourdeau**  
Responsable Web  
et chargé de projets marketing



**Mélissa Rochefort**  
Directrice générale adjointe et coordonnatrice  
développement, structuration et accueil



**Étienne Lalancette**  
Responsable marketing Web  
et communications touristiques



**Manon Thibeault**  
Conseillère en séjour et à l'accueil,  
assistante comptable et adjointe à l'administration

**Christel Cummings**  
Étudiante été – Conseillère en séjour

**Myriam Lacroix**  
Étudiante été – Préposée à la documentation

<sup>1</sup> A quitté Tourisme Côte-Nord | Duplessis à la fin de son contrat de travail, le 31 mars 2017

<sup>2</sup> Est entré en poste le 23 janvier 2017

# ÉQUIPE CÔTE-NORD MANICOUAGAN

NOM	TITRE
<b>Grétha Fougères<sup>1</sup></b>	Directrice générale de Tourisme Côte-Nord   Manicouagan
<b>Mario Leblanc<sup>2</sup></b>	Directeur général de Tourisme Côte-Nord
<b>Frédéric Babin</b>	Directeur adjoint et directeur marketing et communications
<b>Annie Beaulieu</b>	Conseillère en séjour et chargée de projets développement, structuration et accueil
<b>Renaud Desrosiers</b>	Directeur administration et finances
<b>Isabelle Gagné</b>	Responsable accueil, chargée de projets développement
<b>Madelyne Lechasseur<sup>3</sup></b>	Adjointe à la direction et adjointe marketing et communications
<b>Dave Prévèreault</b>	Responsable des ventes et chargé de projet marketing
<b>Émilie Marchand</b>	Déléguée commerciale et chargée de projet marketing
<b>MariePier Paquet<sup>3</sup></b>	Responsable développement, structuration et accueil
<b>Louis Rome</b>	Directeur général par intérim puis conseiller

<sup>1</sup> A quitté Tourisme Côte-Nord | Manicouagan durant l'année 2016

<sup>2</sup> Est entré en poste le 23 janvier 2017

<sup>3</sup> A quitté Tourisme Côte-Nord|Manicouagan au cours de l'année 2017

# RÉSUMÉ DU RAPPORT ANNUEL

LE QUÉBEC MARITIME 2016-2017

## COMMERCIALISATION TOURISTIQUE HORS QUÉBEC

### ACTIONS RÉALISÉES 2016-2017

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 la *Stratégie de marketing 2015-2018* du Québec maritime. Il repose sur la vision et les orientations stratégiques suivantes :

*Le Québec maritime positionne avantageusement auprès des clientèles hors Québec les régions du Bas-Saint-Laurent, de la Gaspésie, de la Côte-Nord/Manicouagan, de la Côte-Nord/Duplessis et des Îles-de-la-Madeleine comme une destination unique et authentique offrant à ses visiteurs des expériences de calibre international. 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 fleuve et du golfe du Saint-Laurent;
- Intensification des actions sur le marché américain;
- Poursuite du virage marketing Web;
- Accroissement de l'efficacité stratégique et opérationnelle.

Le positionnement général du Québec maritime se traduit par l'énoncé suivant :

*Le Québec maritime, c'est quatre régions côtières du fleuve et du golfe du Saint-Laurent.*

*Ce sont des gens chaleureux et ouverts sur le monde qui ont plein d'histoires à raconter, des expériences uniques mettant en valeur les saveurs de la mer, de nombreux circuits et liaisons maritimes, les mammifères marins, une faune, une flore et une culture de « bord de mer ».*

Ces éléments sont une trame de fond qui teinte 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 :

- Produits d'appel : Circuits du fleuve et du golfe du Saint-Laurent
  - Route des Baleines, tour du Bas-Saint-Laurent – Gaspésie, destination Îles-de-la-Madeleine
  - Circuits thématiques variés
- Produits de niche : Expérience hivernale
  - Circuits motoneige, observation des blanchons, séjours enneigés

### ACTIONS DE COMMERCIALISATION

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

### RÉSEAU DE DISTRIBUTION – VOYAGISTES

- Rendez-vous Canada (Montréal) et soirée Québec maritime pré-événement (Montréal), Discover Québec (Toronto), Bienvenue Québec (Gatineau), missions Destination Québec en Europe (France, Suisse, Allemagne incluant ITB Berlin), congrès Sélectour (Québec), Québec en México.

- Partenariats avec des voyagistes : envois à des clients ciblés et collaborations 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 (multimarchés), activité spéciale Adventure Travel Trade Association (Saguenay) et rencontres de presse à Toronto, Vancouver et New York.

## TOURNÉES DE VOYAGISTES ET DE JOURNALISTES

**19 tournées représentant 62 voyagistes** en provenance de différents marchés ont été réalisées en 2016-2017.

En 2016-2017, nous avons accueilli **35 tournées médias**, individuelles ou de groupe. L'ensemble représente **88 journalistes, blogueurs, animateurs, photographes et techniciens** des médias imprimés et électroniques (radio, Internet et télévision).

De nombreux reportages sur nos régions ont été publiés à la suite de ces tournées. Une revue de presse complète est disponible. En 2016-2017, la valeur médiatique s'élève à **13 848 182 \$** pour un total de **422 articles**.

## REPORTAGES DIGNES DE MENTION POUR LA CÔTE-NORD

**Les régions du Québec maritime volent la vedette dans Québec *Le Mag' Le Meilleur du Québec***. Les journalistes ayant rédigé des articles sur nos régions dans cette édition publiée à l'hiver 2016 sont David Lang, Valérie Fortier, Basile Moratille et Frédérique Sauvée. Sur 188 pages de cette édition du magazine, 58 pages comptabilisant 10 articles atteignent une valeur

média de 933 867 \$. L'observation des baleines, les archipels de Sept-Îles et de Mingan, les barrages hydroélectriques, la baie de Tadoussac, les bonnes adresses et les produits de la mer de la région s'y démarquent en images et en mentions!

**La Côte-Nord présentée en six étapes 100 % nature dans le magazine *Désirs de Voyages!*** Dans le cadre de son dossier spécial 50<sup>e</sup> édition publié à l'été 2015, le magazine a positionné la Côte-Nord au numéro 30 de son top 50 des destinations dans la section évasion. L'article compte huit pages mettant en valeur le parc marin du Saguenay–Saint-Laurent et la réserve de parc national de l'Archipel-de-Mingan en Côte-Nord. La valeur média s'élève à 87 980 \$.

**Les baleines pour rejoindre les Allemands!** Depuis quelques années, nous avons reçu quelques journalistes allemands en tournées de presse pour couvrir la route des Baleines. En 2016, nous comptabilisons une douzaine de retombées dans les médias allemands pour la Côte-Nord. Parmi les différentes publications, il faut souligner l'article de deux pages de Michael Juhra dans le *Kanada Magazin* publié en janvier 2016, mettant en valeur le parc marin et l'observation des baleines. Cet article se chiffre à 56 400 \$ de valeur média.

## PRODUITS

### GRANDS CIRCUITS MARITIMES / SAINT-LAURENT

Campagne de promotion estivale 2017 visant les consommateurs canadiens et américains. Production de vidéos et de pages Web autour des trois thèmes suivants : parcs nationaux et sites naturels, observation des baleines et de la faune, culture et découvertes.

Des **placements médias en ligne** (vidéos, bannières, mots clés, Facebook, etc.), du placement de contenu sur le site du *Ottawa Citizen*, des infolettres et une présence soutenue sur les **médias sociaux** sont les actions qui ont été retenues cette année.

**Salons promotionnels** : Ottawa Travel & Vacation Show et Saltscapes East Coast Expo (Halifax).

La campagne visant les **mototouristes** a été reconduite : participation aux actions de l'alliance *Québec à moto* en collaboration avec les ATR, ainsi qu'aux salons promotionnels de Moncton et de Toronto, page Web spécialisée, infolettre et publicités sur Facebook.

L'**observation des baleines** sur la Côte-Nord a également fait l'objet d'une campagne de promotion d'une valeur de 600 000 \$ pilotée par l'alliance baleines, dont la moitié a été investie sur les marchés de l'Ontario, du nord-est des États-Unis et du Nouveau-Brunswick.

Pour une première année, le Bas-Saint-Laurent est présent dans la campagne **vélo** menée par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec en partenariat avec huit autres régions du Québec et Vélo Québec. D'une valeur de 140 000 \$, cette campagne vise les clientèles de l'Ontario et du nord-est des États-Unis.

Campagne visant les consommateurs francophones européens :

La 4<sup>e</sup> édition de la **brochure** destinée au marché de l'Europe francophone (France, Belgique, Suisse), *Le Québec maritime : terres et mer d'évasion*, a été distribuée à plusieurs contacts, événements et salons promotionnels, notamment au salon des Vacances de Bruxelles. Nous avons également renouvelé notre partenariat publicitaire avec le guide *Petit futé* en plus de produire, en collaboration avec les éditions Néopol, un **cahier spécial** de 48 pages sur nos régions dans l'édition 2017 du **hors-série Le meilleur du Québec** du magazine *Québec Le Mag*.

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. Pour la Côte-Nord plus spécifiquement, une série de **photos animées** a été réalisée et diffusée auprès des clientèles francophones européennes, notamment via Facebook et Twitter.

Parallèlement, les activités de relations de presse ont été intensifiées avec entre autres la diffusion d'un communiqué électronique sur l'**observation de la faune**. Des placements publicitaires sur Facebook et Twitter sont venus appuyer ces actions, tout comme les publicités imprimées dans des magazines européens. Parmi les placements publicitaires spécifiques à la

région de la Côte-Nord, soulignons le dossier de onze pages publié dans le magazine *Horizons Monde*, ainsi que le dossier de 16 pages paru dans l'édition printemps de *Désirs de voyages*. À noter que cette visibilité est assortie de publications en ligne sur les sites Web respectifs de ces magazines et dans les médias sociaux.

## QUÉBEC ORIGINAL

Nous avons par ailleurs participé aux campagnes QuébecOriginal pour la **promotion de l'hiver 2016-2017 (1 M \$) en France** avec d'autres régions du Québec et des transporteurs aériens. Les régions du Québec maritime sont aussi positionnées dans la campagne **Chambre avec vues**, lancée le 20 mars 2017. Cette campagne, qui vise aussi à mettre de l'avant les expériences touristiques estivales de la marque QuébecOriginal, est **destinée aux marchés français, américain et canadien (investissement global de 3 M \$)**.

## MOTONEIGE

Nous avons renouvelé le **matériel promotionnel** : pochette cartonnée regroupant les cartes régionales des sentiers et feuillet annonçant concours et forfaits en lien avec la section Web dédiée aux motoneigistes. Ce matériel a été distribué aux **salons** motoneige de Syracuse et de Toronto en plus d'être envoyé par la poste en réponse aux demandes d'information.

Des **publicités en ligne** (Facebook et infolettres) ont été effectuées, notamment pour promouvoir les différentes expériences décrites dans des billets blogue que nous avons publiés sur le sujet.

Des actions de **promotion spécifiques à la Côte-Nord** ont été réalisées : publicités dans le magazine *On Snow*, diffusion de la vidéo *Snowmobile Expedition in Côte-Nord* sur le site osmmag.com, envoi d'une infolettre exclusive à la région à nos abonnés motoneigistes, diffusion de contenu et publicité dans les médias sociaux.

Comme chaque année, nous avons aussi participé aux promotions de l'alliance motoneige Québec pour l'année 2016-2017 avec plusieurs autres régions du Québec, pour un **investissement total de 247 000 \$** en Ontario et aux États-Unis.

## SÉJOURS ET ACTIVITÉS HIVERNALES

Diverses promotions ont été réalisées sur le Web (blogue, Facebook, Twitter, etc.). Pour la France, un communiqué vantant l'offre hivernale de nos régions a été rédigé par notre agence de relations de presse pour diffusion à une liste de médias très ciblés.

## ACTIONS MULTI-PRODUITS BLOGUE ET MÉDIAS SOCIAUX

Cette année encore, nous avons été très actifs sur le blogue et les médias sociaux afin de mettre en valeur diverses expériences à vivre dans nos régions, ce qui permet répondre aux multiples questions exprimées par les internautes et de positionner notre offre d'activités et de services auprès des clientèles cibles.

## ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT COMMUNICATIONS ET CONCERTATION

- Rencontres avec le conseil d'administration, les directeurs généraux et directeurs marketing des ATR et les intervenants.
- 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 sur les 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 2016) et une compilation des statistiques de fréquentation des clientèles hors Québec de notre site Web et de ceux des ATR.

## FINANCEMENT ET ORGANISATION

L'entente avec Développement économique Canada a été renouvelée en 2015 et se poursuivra jusqu'en mars 2018. L'investissement total est de 3,9 M\$ pour 3 ans.

Les dépenses totales pour l'année 2016-2017 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, la Société des traversiers du Québec, Tourisme Québec, les associations touristiques régionales et près de 175 entreprises associées.

Le Conseil d'administration est composé des présidents des ATR membres du Québec maritime, soit le Bas-Saint-Laurent, la Gaspésie, la Côte-Nord | Manicouagan, la 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  
Avril 2017



CÔTE  
NORD

ENTRE NATURE  
ET DÉMESURE!

