BILAN

DE PERFORMANCE

SAISON TOURISTIQUE ESTIVALE 2016

Pour la période du 1er mai au 30 septembre 2016

CÔTE NORD

ENTRE NATURE ET DÉMESURE !

Équipe de rédaction :

Isabelle Gagné, Responsable accueil et chargée de projets développement Tourisme Côte-Nord|Manicouagan
Gabrielle Potvin, Responsable accueil et chargée de projets développement Tourisme Côte-Nord|Duplessis

Relecture :

Catherine Allard, Responsable communications et relations publiques

Sous les directions de :

Louis Rome, Directeur général par intérim Tourisme Côte-Nord|Manicouagan
Marie-Soleil Vigneault, Directrice générale Tourisme Côte-Nord|Duplessis

30 novembre 2016

Sommaire

Introduction 5

Faits saillants 6

Précautions méthodologiques 8

La complexité des indicateurs touristiques 8

Contexte touristique 8

La collecte de données 10

Une Côte-Nord, 10 pôles 11

Achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord 12

Achalandage dans le Réseau d'accueil de Manicouagan 13

Achalandage dans le Réseau d'accueil de Duplessis 14

Évolution mensuelle de l'achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord 17

Les performances des lieux d'accueil 17

La provenance des visiteurs dans le Réseau d'accueil 18

Le profil et les comportements des visiteurs 19

Les motivations des visiteurs 19

Les régions demandées 20

La durée de séjour des visiteurs 20

L'âge des visiteurs 21

Le mode de transport 21

Le mode d'hébergement 21

La planification du séjour 22

Le budget de séjour 23

La performance de nos membres 23

Achalandage par secteur d'activités 26

Achalandage des établissements d'hébergement 30

Achalandage des traversiers 32

La performance des escales de croisières 34

Conclusion 35

Sources et références bibliographiques 36

Annexes 38

Liste des figures

Figure 1. Évolution de l'achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord 12
Figure 2. Évolution de l'achalandage du Réseau d'accueil Manicouagan 13
Figure 3. Évolution du Réseau d'accueil de Duplessis 15
Figure 4. Évolution mensuelle de l'achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord 17
Figure 5. Proportion de la provenance des visiteurs du Réseau d'accueil Côte-Nord 18
Figure 6. Provenance des clientèles pour le secteur Manicouagan 18
Figure 7. Provenance des clientèles pour le secteur Duplessis 19
Figure 8. Motivation des visiteurs à venir en Côte-Nord 20
Figure 9. La durée de séjour des visiteurs en 2016 21
Figure 10. Mode d'hébergement 22
Figure 11. Évolution des demandes d'informations pour les campings 22
Figure 12. Évolution de l'utilisation d'Internet pour planifier le séjour 23
Figure 13. Période d'opération des entreprises touristiques 24
Figure 14. Variation de l'achalandage des membres par rapport à 2015 25
Figure 15. Variation des recettes touristiques des membres par rapport à 2015 26
Figure 16. Proportion des visiteurs par secteur d'activités 27
Figure 17. Évolution mensuelle de l'achalandage selon le secteur d'activités 28
Figure 18. Variation de l'achalandage par secteur d'activités 28
Figure 19. Évolution du taux d'occupation et des prix de location des établissements d'hébergement 31
Figure 20. Évolution du nombre et des unités disponibles des campings de la Côte-Nord 31
Figure 21. Évolution de l'achalandage de la traverse Baie-Sainte-Catherine—Tadoussac 32
Figure 22. Évolution de l'achalandage des traversiers desservant la Côte-Nord 33

Introduction

Tourisme Côte-Nord est l'appellation utilisée pour présenter les Associations touristiques régionales (ATR) de Duplessis et de Manicouagan. Organismes privés à but non lucratif, nous regroupons les intervenants touristiques de la Côte-Nord sur une base géographique et sectorielle. Le ministère du Tourisme du Québec reconnaît notre rôle pour établir les priorités, les grandes orientations et les actions stratégiques qui assurent le rayonnement de la Côte-Nord. Nous sommes mandatés par le gouvernement en matière de concertation régionale, de développement de l'offre, de promotion, d'accueil et d'information touristique.

Tourisme Côte-Nord|Manicouagan et Tourisme Côte-Nord|Duplessis présentent pour une quatrième édition le bilan statistique estival de la Côte-Nord. Ce portrait de la saison touristique estivale est réalisé à partir de plusieurs indicateurs provenant des acteurs de l'industrie touristique.

Le bilan a pour objectifs de mesurer le nombre de visiteurs qui fréquentent la Côte-Nord, d'établir leur profil, de dégager des tendances et de maximiser nos actions en marketing. La collaboration de l'ensemble des acteurs de l'industrie touristique permet de rassembler dans un bilan statistique les données d'achalandage et de dresser un portrait détaillé de notre industrie en Côte-Nord.

Les indicateurs qui sont utilisés chaque année pour la production de notre bilan sont les suivants : l'achalandage des lieux d'accueil; la performance de nos membres; l'achalandage par secteur d'activités; le taux d'achalandage des traversiers et la performance des escales de croisières. Cette constance dans les données nous permet une analyse très fine des variations annuelles.

La saison touristique 2016 est dans l'ensemble très positive. En effet, l'achalandage de plusieurs secteurs de l'industrie du tourisme en Côte-Nord a connu une hausse, notamment dans la fréquentation des lieux d'accueil; les campings et de nombreux attraits touristiques.

Faits saillants

- Le Réseau d'accueil de la Côte-Nord a enregistré un achalandage de 100 118 visiteurs au cours de la période du 1er 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.
- Le concours « Entre Nature et Démesure » a suscité l'intérêt, c'est plus de 30 000 visites sur le site du concours, plus de 8 000 inscriptions à la première phase, plus de 6 000 égoportraits avec le logo de Tourisme Côte-Nord, plus de 10 000 votes et 800 partages.
- 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. 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.
- Suite à un sondage envoyé à l'ensemble des membres de la Côte-Nord, auquel 56 entreprises ont participé, 73 % d'entre elles ont constaté une augmentation de leur achalandage en 2016.
- Toujours selon les résultats du sondage aux membres, les recettes pour les mois de juin (48 %), juillet (59 %), août (61 %) et septembre (43 %) ont augmenté pour la majorité des répondants.
- Les 56 entreprises de tous les secteurs confondus ont accueilli un total de 442 577 visiteurs au cours de la période du 1er mai au 30 septembre 2016. Parmi ces entreprises, les attraits les plus achalandés ont été les établissements de Parcs Canada (17 %), les sites culturels et patrimoniaux (14 %), les activités de plein air (16 %) ainsi que les excursions en mer et les croisières aux baleines (7 %).
- 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 4 233 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.
- L'achalandage des terrains de camping de la Côte-Nord a été en hausse en 2016, le 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, 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.
- La page Facebook de Tourisme Côte-Nord a obtenu 1 708 mentions « J'aime », enregistrées entre le 1er mai et le 30 septembre 2016. Au niveau de Twitter, c'est 170 abonnés qui se sont ajoutés durant la période estivale 2016, une légère baisse par rapport à 2015.

- 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.
- Pour la période du 1er janvier au 31 octobre, en 2015 c'est 156 636 utilisateurs qui ont visité le site tourismecote-nord.com alors qu'en 2016 c'est 155 729 utilisateurs, une légère baisse de 0,6 %. Les pages les plus visitées, sont dans l'ordre, la page d'accueil, la section activités et attraits, suivies de la section hébergement et en quatrième position la page concours.
- La traverse Baie-Sainte-Catherine—Tadoussac, reliant Charlevoix et la Côte-Nord, a été empruntée par 1 005 133 passagers entre le 1er mai et le 30 septembre, soit une augmentation de 4 % par rapport à 2015; cela représente 26 500 véhicules de plus.

Crédit photo : Marc Loiselle

Précautions méthodologiques

La complexité des indicateurs touristiques

Bien que plusieurs indicateurs touristiques nous permettent d'évaluer chacun des secteurs de notre industrie, il est difficile de mesurer avec précision l'achalandage et les retombées touristiques de la région. Les nombreux indicateurs nous permettent toutefois d'avoir une belle représentativité de l'impact de l'industrie touristique dans la région de la Côte-Nord.

Les indicateurs de performance utilisés dans le présent bilan sont les suivants :

- L'achalandage des bureaux d'information et d'accueil touristiques;
- L'achalandage des hébergements : établissements hôteliers et campings;
- L'achalandage au sein de notre échantillon de membres;
- L'achalandage du site Web de Tourisme Côte-Nord;
- Le nombre de demandes d'information et de documentation touristique traitées par Tourisme Côte-Nord|Manicouagan et Tourisme Côte-Nord|Duplessis, par téléphone et par le site Web;
- L'achalandage sur les traversiers de la région;
- L'achalandage des escales de croisières de la Côte-Nord;
- Les recettes de nos membres au cours de la saison 2016;
- Toute autre donnée jugée pertinente.

Contexte touristique

Plusieurs facteurs à l'échelle régionale, nationale et mondiale ont des impacts sur l'industrie touristique de notre région. Un regard sur les grandes tendances de l'industrie touristique nous permet de mieux comprendre le contexte dans lequel nous évoluons.

Tendances favorables

- Le Québec accueille actuellement 90,4 millions de visiteurs (dont 9 millions provenant de l'extérieur du Québec). Le nombre de visiteurs devrait croître à un rythme annuel moyen de 2,3 % au Canada et de 2,1 % au Québec, d'ici 2018[1].

- D'après les prévisions, la croissance annuelle des dépenses des touristes se situera aux alentours de 4,5 % au Canada et au Québec, d'ici 2018[2].

- De janvier à juin 2016, le Canada a accueilli 7,9 millions de visiteurs, une hausse de près de 11 % par rapport à la même période en 2015[3].

[1] TOURISME QUÉBEC, *Tourisme en chiffres Portrait de l'industrie touristique en 2014*
[2] TOURISME QUÉBEC, *Tourisme en chiffres Portrait de l'industrie touristique en 2014*
[3] DESTINATION CANADA, *Tourisme en bref, Juin 2016*

- En 2016, 8,5 millions de voyageurs ont choisi d'explorer le Canada, ce qui a été le meilleur été recensé au pays, depuis 2002[4].

- Le tourisme est le 3e produit d'exportation au Canada et continue de représenter un moteur de développement économique majeur qui rapporte plus de 2 milliards de dollars au Québec[5].

- L'indice de confiance des consommateurs aux États-Unis a progressé en juin 2016; le taux de change favorable pour les voyageurs américains et l'augmentation de la capacité aérienne sont des facteurs favorables à l'industrie touristique du Canada[6].

- Les visiteurs sont à la recherche d'une expérience authentique et unique, loin de la vision touristique de masse. La recherche d'expérience et de sensations fait partie des attentes des voyageurs. La Côte-Nord a de nombreux atouts pour répondre à leurs attentes.[7]

- L'importance du bien-être en voyage est en croissance. En effet, le tourisme de bien-être a généré 587 millions de voyageurs en 2013 et drainé 494 milliards de dollars américains de recettes, une hausse de 12 % par rapport à 2012. Le rapprochement avec la nature et les inspirations ancestrales sont des tendances observées dans le tourisme de bien-être, dans lesquelles la Côte-Nord pourrait éventuellement s'inscrire.[8]

- Les jeunes sont de plus en plus nombreux à voyager. L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) estime que le nombre mondial annuel de jeunes voyageurs (de 18 à 30 ans) atteindra 300 millions d'ici 2020. Les jeunes sont à la recherche d'aventures actives pour le plaisir et n'hésitent pas à dépenser pour vivre une belle expérience. La « marque » jeune et énergique du Canada est bien placée pour tirer profit de cette tendance. Malgré tout, les voyageurs âgés sont de plus en plus en santé et forment le plus grand bassin de clientèle en ce qui concerne les marchés traditionnels[9].

- Le nombre d'arrivées de voyageurs de la génération Y (18 à 34 ans) au Canada est passé d'environ 1,8 million en 2008 à près de 2,1 millions en 2012. Cette génération représente environ 13 % du nombre total d'arrivées de visiteurs étrangers au Canada en 2012. Selon les estimations de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), les Y représentent environ 20 % des voyageurs dans le monde. Il s'agit par ailleurs de l'un des segments de voyageurs qui enregistrent la plus forte croissance à l'échelle mondiale.[10]

---

[4] DESTINATION CANADA, *Tourisme en bref, Août 2016*
[5] INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, *Les principaux produits d'exportation*
[6] DESTINATION CANADA, *Tourisme en bref, Juin 2016*
[7] RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME, *Tendances 2020*
[8] RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME, *Le tourisme de bien-être en 7 tendances*
[9] COMISSION CANADIENNE DU TOURISME, *Nouvelles de la CCT, Trois tendances touristiques à surveiller en 2014*
[10] DESTINATION CANADA, *Fiche de renseignements sur les voyageurs internationaux de la génération Y*

- Le Québec, comme d'autres destinations nordiques dans le monde, a su développer une offre touristique nordique d'appel, qui continue à se perfectionner et se structurer, notamment par des investissements de l'État grâce aux programmes dédiés au développement nordique.

- Le marché des croisières en pleine expansion au Canada concorde avec une forte demande en provenance des marchés émergents, tels que la Chine. Les voyageurs Chinois dépensent déjà en moyenne 1 776 $ par voyage au Canada.[11]

Tendances défavorables

- Les changements climatiques ont des conséquences sur les saisons touristiques estivales qui ont tendance à se décaler, c'est-à-dire à commencer et à finir plus tardivement. Ce phénomène engendre une problématique au niveau des ressources humaines saisonnières, principalement étudiantes, qui doivent retourner en classe avant la fin de la saison touristique.

- La concurrence s'intensifie globalement, entre autres grâce au Web. Le nombre de destinations cherchant à se tailler une place dans le marché du tourisme de nature ne cesse de croître. Toute cette offre, qu'il s'agisse de produits bien établis ou de destinations en émergence, vise à peu de choses près les mêmes marchés, en particulier l'Europe et les États-Unis. Cette concurrence est aussi de plus en plus forte sur les marchés en émergence et à forte croissance, comme la Chine et l'Inde[12].

La collecte de données

Le Réseau d'accueil de la Côte-Nord totalise **21 lieux d'accueil** reconnus par le ministère du Tourisme du Québec (MTO), dont 10 sont localisés dans la région touristique de Côte-Nord|Manicouagan et 11 dans la région touristique de Côte-Nord|Duplessis. Ces lieux sont donc répartis sur un vaste territoire qui couvre 1 300 kilomètres le long du littoral du Saint-Laurent, sans oublier ceux de Fermont et de Port-Menier à L'Île d'Anticosti. Le Réseau d'accueil de la Côte-Nord constitue un excellent outil pour approfondir notre connaissance de la clientèle touristique. Les préposés du Réseau d'accueil sont formés chaque année par Tourisme Côte-Nord à la prise de statistiques, mais aussi à la manière d'accueillir, de répondre et d'anticiper les besoins de nos visiteurs. Par leurs services, ils contribuent au prolongement des séjours touristiques, et donc à l'augmentation des retombées économiques pour le territoire.

Pour réaliser ce bilan, nous nous sommes appuyés en grande partie sur les données d'achalandage fournies par les bureaux d'accueil touristique en 2016. Chaque acte de renseignements nous a permis d'en savoir plus sur le profil et le comportement de nos visiteurs. Ainsi, ce bilan dresse les

[11] DESTINATION CANADA, *Nouvelles de la CCT, Trois tendances touristiques à surveiller en 2014*

[12] TOURISME QUÉBEC : *Le Québec grande nature, Plan intégré par expérience : Diagnostic et orientations 2007*

grandes lignes de l'évolution des performances touristiques, mais il faut garder à l'esprit un facteur d'incertitude sur certains indicateurs, dû à la prise de données et à l'échantillonnage.

C'est la plateforme provinciale du MTO *« Bonjour Québec lieux d'accueil*[13] *»* qui sert d'outil de collecte de données dans les bureaux d'accueil. Ce système a pour avantage d'indiquer la provenance, le profil et le comportement de la clientèle touristique avec la meilleure précision possible à ce jour. Cette année, 41 031 actes de renseignements ont été réalisés auprès des 100 118 visiteurs du Réseau d'accueil de la Côte-Nord entre le 1er mai et le 30 septembre.

Le sondage post-séjour mené en automne dernier dans le cadre de la démarche du baromètre touristique nous a permis d'approfondir l'étude du comportement de notre clientèle.[14]

Enfin, nous avons pu récolter cette année un échantillonnage de 56 établissements, tous secteurs d'activités confondus, grâce à nos membres; ceux-ci nous ont fourni leurs données d'achalandage par un sondage en ligne dédié à cette fin.

Une Côte-Nord, 10 pôles

Afin de poursuivre la mise en œuvre du Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord 2013-2020, les deux ATR continuent d'avancer dans le développement des pôles touristique. Un pôle touristique se définit comme suit : une zone géographique et touristique attractive possédant une concentration d'activités, d'attraits et d'hébergements commerciaux.

Les pôles touristiques de la Côte-Nord sont les suivants :

- Le pôle de **Tadoussac**, incluant les municipalités de Sacré-Cœur, Les Bergeronnes, Les Escoumins et la Première nation Innue d'Essipit;
- Le pôle de **Forestville**, incluant les municipalités de Longue-Rive, Portneuf-sur-Mer et Colombier;
- Le pôle de **Baie-Comeau**, incluant les municipalités de la Péninsule Manicouagan (Ragueneau, Chute-aux-Outardes, Pointe-aux-Outardes et Pointe-Lebel), la Première nation Innue de Pessamit et les municipalités du secteur des panoramas (Franquelin, Godbout et Baie-Trinité);
- Le pôle de **Fermont** incluant la route 389, Schefferville et les communautés Innues de Matimekosh et Lac-John et Naskapi de Kawawachikamach ;
- Le pôle de **Port-Cartier et Sept-îles**;
- Le pôle de **L'Île-d'Anticosti;**
- Le pôle de **Rivière-au-Tonnerre**, incluant les localités de Sheldrake, Magpie et Rivière-Saint-Jean;

[13] *« Bonjour Québec Lieux d'accueil »* est un système intranet utilisé dans les bureaux d'accueil qui permet de collecter des données statistiques. Il est de plus en plus utilisé à l'échelle du Québec.

[14] *Le Baromètre touristique régional est un outil de mesure de la performance touristique des régions du Québec. Il comprend à la fois un panier d'indicateurs et un sondage clientèle en continu.*

- Le pôle de **Havre-Saint-Pierre**, incluant les municipalités de Longue-Pointe-de-Mingan, Baie-Johan-Beetz et la Première nation Innue de Mingan;
- Le pôle de **Natashquan**, incluant les localités d'Aguanish, l'île Michon et Pointe-Parent;
- Le pôle **Basse-Côte-Nord**, incluant les municipalités et les communautés autochtones de Kegaska jusqu'à Blanc-Sablon.

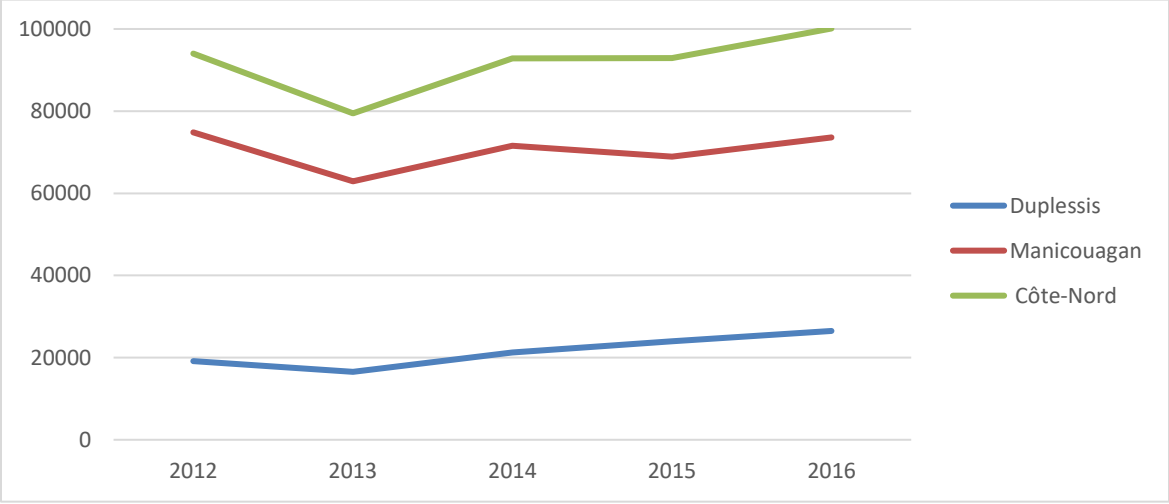
Cette approche par pôle s'inscrit dans ce bilan pour deux raisons : la première, c'est qu'elle permet de raffiner les statistiques de la Côte-Nord à des échelles supra-locales; la deuxième, c'est que l'analyse des données par pôle permet de nuancer les performances touristiques de la Côte-Nord.

L'achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord

Entre le 1er mai et le 30 septembre 2016, le Réseau d'accueil de la Côte-Nord a accueilli 100 118 visiteurs. Cela correspond à une hausse de l'achalandage de 8 % par rapport à 2015. Bien que légèrement plus marquée dans les bureaux d'accueil de Duplessis, une hausse est aussi observée dans le Réseau d'accueil de la Manicouagan. Sur un total de 21 lieux d'accueil, 14 présentent une augmentation de visiteurs comparativement à 2015.

Durant la saison 2016, l'ensemble des bureaux d'accueil et d'information touristique étaient intégrés au concours « Entre nature et démesure », ce qui a pu inciter davantage de visiteurs à les fréquenter.

Figure 1. Évolution de l'achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord



L’achalandage dans le Réseau d’accueil de Manicouagan

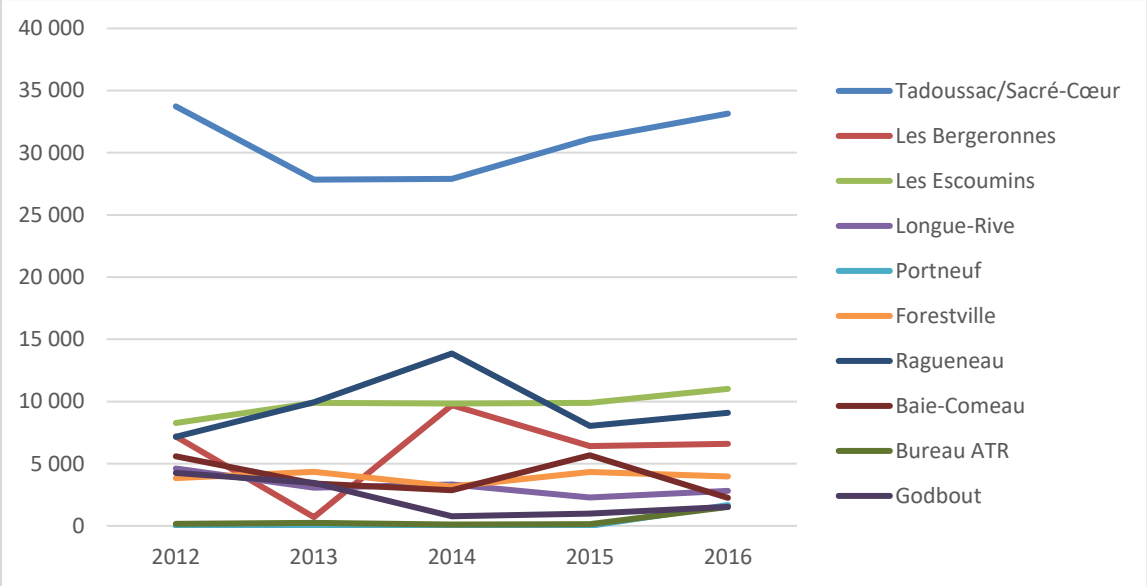
Durant la saison 2016, le Réseau d’accueil de la Manicouagan a accueilli 73 626 visiteurs, soit 7 % de plus qu’en 2015.

Crédit Photo : Marc Loiselle

Crédit photo : Jean Rousseau

Crédit photo : Marc Loiselle

Figure 2. Évolution de l’achalandage du Réseau d’accueil Manicouagan



Le pôle de Tadoussac

La Maison du Tourisme de Tadoussac, de loin le bureau le plus fréquenté du Réseau, a reçu 33 155 visiteurs, soit près de 7 % de plus que l’été dernier. Tadoussac est également le bureau recevant la plus grande proportion d’Européens (41 %).

Le bureau d’accueil de Les Escoumins a lui aussi connu une excellente saison, avec 11 018 visiteurs soit une hausse de 11 % par rapport à 9 898 visiteurs en 2015.

Le bureau d’accueil de Les Bergeronnes a, lui aussi, connu une très bonne saison en termes de fréquentation. En effet, ce sont 6 588 visiteurs qui ont fréquenté ce lieu d’accueil comparativement à 6 430 visiteurs reçus en 2015 ce qui équivaut à une hausse de près de 3 %.

Le pôle de Forestville

En 2016, 3 962 visiteurs se sont rendus au bureau de Forestville. Ces chiffres démontrent une baisse comparativement à 2015 où 4 338 visiteurs ont été enregistrés. L'explication réside dans le fait que le bureau de Portneuf-sur-Mer, qui a reçu son accréditation cet été, entrait ses données de fréquentation à Forestville par le passé. Cette année, le bureau d'accueil de Portneuf-sur-Mer a accueilli 1 675 visiteurs.

Le bureau d'accueil de Longue-Rive présente une belle augmentation de 22 % avec 2 818 visiteurs par rapport à 2 283 visiteurs en 2015. La signalisation de ce bureau avait été retirée en 2015, en raison des travaux de contournement de la route 138, et réinstallée tardivement à la fin du mois de juillet 2015.

Le pôle de Baie-Comeau

Le bureau d'accueil de Ragueneau présente une hausse de 13 % par rapport à l'an passé. C'est le bureau accueillant la plus forte proportion de Québécois (91 %).

Le bureau d'information touristique de Baie-Comeau a connu une saison plutôt difficile. En effet, 2 254 visiteurs ont fréquenté l'unique bureau situé dans un nouvel emplacement. Ces changements ont provoqué une baisse de 60 % de l'achalandage. Depuis plusieurs années, la ville de Baie-Comeau gérait deux bureaux d'accueil et d'information touristique.

Les locaux de l'Association touristique régionale de Manicouagan (ATRM), situés à Baie-Comeau hébergent officiellement, depuis cet été, un bureau d'accueil; celui-ci a enregistré 1 539 visiteurs.

Globalement, au niveau des deux bureaux situés à Baie-Comeau, on constate une baisse de 34 %, principalement due aux facteurs de localisation des deux bureaux.

Le bureau de Godbout, de retour au cœur du village, a connu une hausse fulgurante (55 %) avec ses 1 539 visiteurs. Le retour de la liaison Matane-Godbout sur le navire le F.-A.-Gauthier de la Société des traversiers du Québec y est pour beaucoup.

L'achalandage dans le Réseau d'accueil de Duplessis

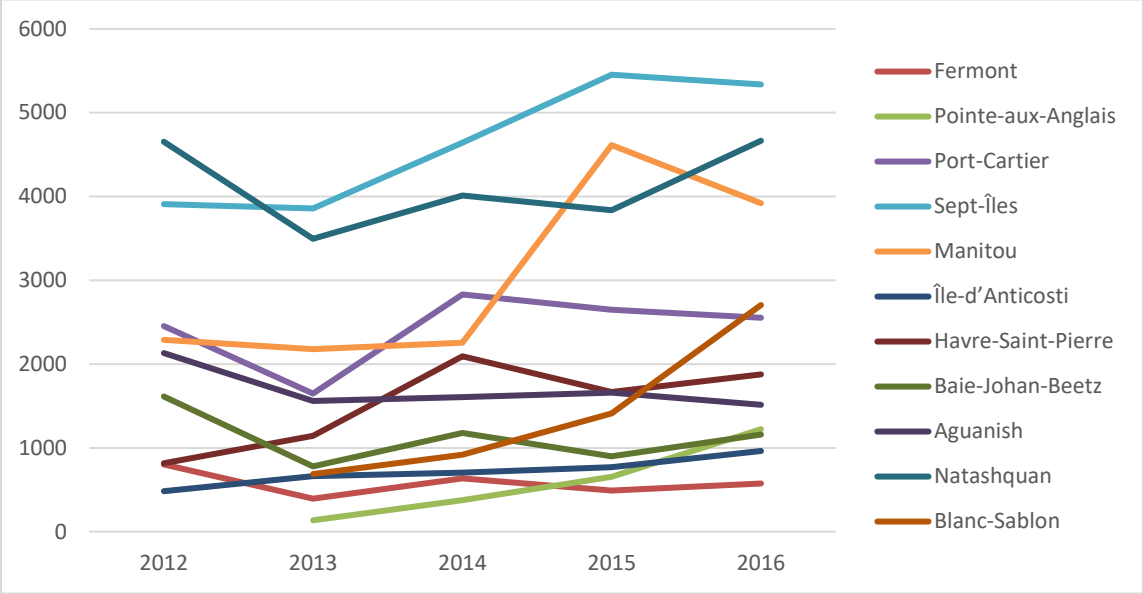
Le Réseau d'accueil du secteur Côte-Nord|Duplessis a reçu un total de 26 492 visiteurs en 2016 comparativement à 23 979 visiteurs en 2015, une hausse globale de 10 %.

Crédit photo : Mélanie Deslongchamps

Crédit photo : Optik 360

Crédit photo : Jacques Pleau

Figure 3. Évolution du Réseau d'accueil de Duplessis



Le pôle de Fermont

Le bureau d'information touristique de Fermont a reçu 574 visiteurs en 2016 comparativement à 489 en 2015. Une hausse de 17 % est observée.

Plusieurs voyageurs de groupes organisés ont visité Fermont durant l'été. De plus, les visites minières étaient offertes trois jours par semaine. Une hausse des visiteurs anglophones venant de Terre-Neuve-Labrador et parcourant le circuit Grand Nord est également observée.

Le pôle de Port-Cartier et Sept-Îles

Pointe-aux-Anglais a connu un achalandage record de 1 223 visiteurs, une hausse de 87 % par rapport à 655 visiteurs durant l'été 2015. La stabilité des ressources de ce bureau permet d'assurer l'ouverture du bureau et du musée Louis-Langlois durant toute la semaine, depuis les deux dernières années.

Le bureau de Port-Cartier a connu une légère baisse de 4 % par rapport à 2015. En 2016, 2 553 visiteurs se sont rendus dans ce bureau et 2 647 visiteurs en 2015. Ce dernier a déménagé pour la saison estivale dans un bâtiment qui n'était pas directement situé sur la route 138. Le bureau a également ouvert ses portes deux semaines plus tard en juin, ce qui peut expliquer les résultats.

En ce qui concerne Sept-Îles, une très légère baisse de 2 % s'est fait sentir en 2016 où 5 338 visiteurs ont utilisé les services du lieu d'accueil alors qu'en 2015 le bureau a reçu 5 453 visiteurs.

Le pôle de L'Île-d'Anticosti

Une hausse de 25 % en 2016 a été enregistrée pour le bureau de L'Île-d'Anticosti, soit 963 visiteurs qui se sont rendus au bureau d'accueil comparativement à 768 visiteurs en 2015.

La couverture médiatique concernant l'exploration pétrolière sur L'Île-d'Anticosti a suscité un intérêt pour ce joyau du Saint-Laurent. De plus, en 2016, la navette fluviale l'Express Anticosti, entre Rivière-au-Tonnerre et Port-Menier, a été en service, ce qui a permis d'augmenter l'accessibilité à l'île.

Le pôle de Rivière-au-Tonnerre

Le bureau d'accueil de Manitou a reçu un total de 3 920 visiteurs en 2016 alors qu'en 2015 c'est 4 613 visiteurs qui ont été enregistrés, il s'agit d'une baisse d'achalandage de 15 %. Ces chiffres représentent les actes d'information[15] auprès des visiteurs.

Les passages compilés à la halte routière sont de 8 417 en 2016, c'est aussi une baisse qui est enregistrée à ce niveau. Ce chiffre représente le nombre de personnes comptées manuellement par les employés, lorsqu'un véhicule entre sur le terrain de la halte, sans toutefois se rendre à l'intérieur du bureau d'accueil pour recevoir de l'information touristique.

Des travaux à la hauteur du pont de la rivière Manitou, situé tout près du bureau d'accueil, ont pu avoir un impact négatif sur l'achalandage dans ce bureau. La visibilité du lieu d'accueil a pu être perturbée par la signalisation des travaux routiers, ainsi que par la présence des travailleurs sur le site. Le bureau d'accueil a également dû être fermé du 22 au 30 juillet pour effectuer des travaux.

Le pôle de Havre-Saint-Pierre

Le bureau d'information touristique de Havre-Saint-Pierre a connu une hausse de 22 % de son achalandage. C'est 1 878 visiteurs qui ont utilisé les services de ce bureau comparativement à 1 668 visiteurs en 2015. Le Portail-Pélagie Cormier, bâtiment multi-services, dans lequel le bureau d'information se situe, a enregistré manuellement 4 935 passages durant la période estivale.

En 2016, le bureau d'accueil de Baie-Johan-Beetz a enregistré une hausse de 29 % avec 1 159 visiteurs, par rapport à 899 visiteurs en 2015.

Le pôle de Natashquan

Le bureau d'accueil d'Aguanish a accueilli 1 514 visiteurs en 2016, par rapport à 1 660 en 2015, une baisse de 9 %.

Le bureau d'accueil de Natashquan a reçu 4 665 visiteurs en 2016, comparativement à 3 836 visiteurs en 2015, une hausse de 22 %. Les données récoltées auprès des visiteurs se rendant au bureau de Natashquan nous permettent d'affirmer que la fin de route 138 est la principale raison du voyage, de 24 % d'entre eux.

[15] L'acte d'information est un échange d'information touristique qui se déroule entre le préposé et le client. Cette transaction implique l'accueil, la découverte des besoins, la livraison de l'information et la conclusion du message. Quand on parle de client, il s'agit d'une personne ou d'un groupe de personnes qui voyagent ensemble. Ainsi, sur le plan statistique, le nombre de personnes renseignées sera toujours supérieur au nombre d'actes de renseignements compilés.

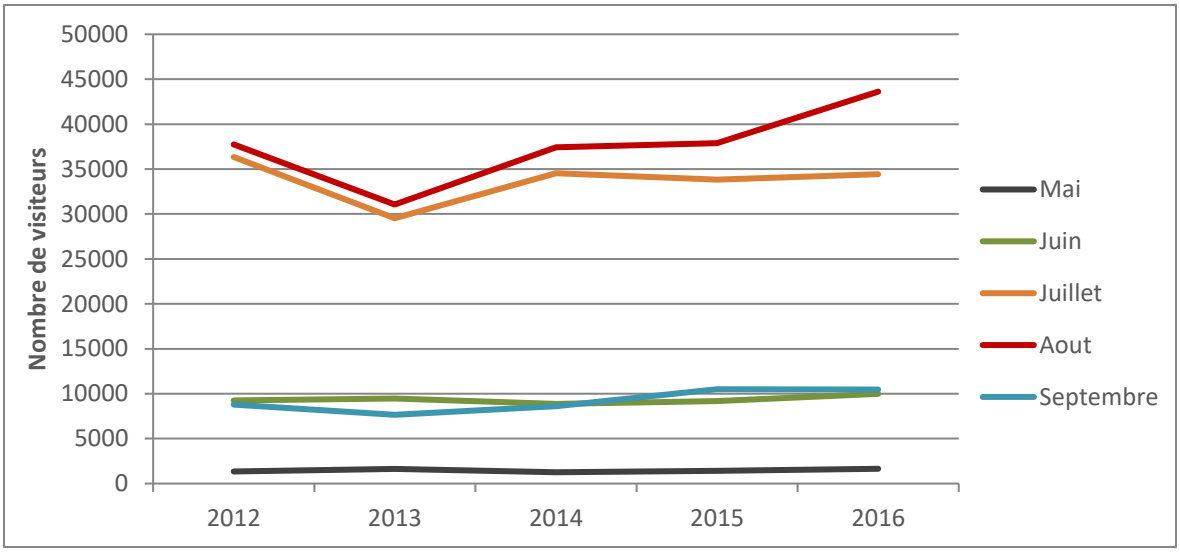
Le pôle de la Basse Côte-Nord

Le bureau de Blanc-Sablon a enregistré un achalandage de 2 705 visiteurs en 2016, une hausse de 92 % par rapport à 2015, alors que 1 411 visiteurs se sont rendus dans ce lieu d'accueil. Depuis sa réouverture en 2013, l'achalandage progresse chaque année. Le bureau est situé à l'intersection de la route 138 et de la route du quai d'où la plupart des visiteurs arrivent de Terre-Neuve ainsi que du *NM Bella Desgagnés*, qui a également connu une excellente saison.

Évolution mensuelle de l'achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord

Les mois d'août et de juillet sont les plus achalandés de la saison estivale en Côte-Nord. En 2016, le mois d'août a connu une hausse considérable de 15 % par rapport à 2015. Seul le mois de mai a connu une hausse plus élevée (17 %), même si ce mois est le moins achalandé. Le mois de septembre rompt avec la tendance à la hausse. La légère baisse peut s'expliquer par le fait que certains bureaux ont fermé plus tôt en saison.

Figure 4. Évolution mensuelle de l'achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord



Les performances des lieux d'accueil

Selon le ministère du Tourisme du Québec[16], 36 % des visiteurs qui se rendent dans un lieu d'accueil et de renseignements touristiques prolongent leur séjour de quelques heures à une journée et plus. On évalue qu'environ 36 042 visiteurs sont susceptibles d'avoir ainsi allongé leur séjour dans la région après avoir utilisé les services du Réseau d'accueil de la Côte-Nord cet été. En termes de retombées économiques, la prolongation du séjour par un groupe de visiteurs engendre des dépenses touristiques supplémentaires moyennes de 204 $. On estime donc que les actes de renseignements effectués dans le Réseau d'accueil Côte-Nord en 2016 ont engendré des retombées économiques supplémentaires de plus de 2,9 millions de dollars. Ces données mettent en avant l'importance de travailler sur une stratégie d'accueil performante, en accord

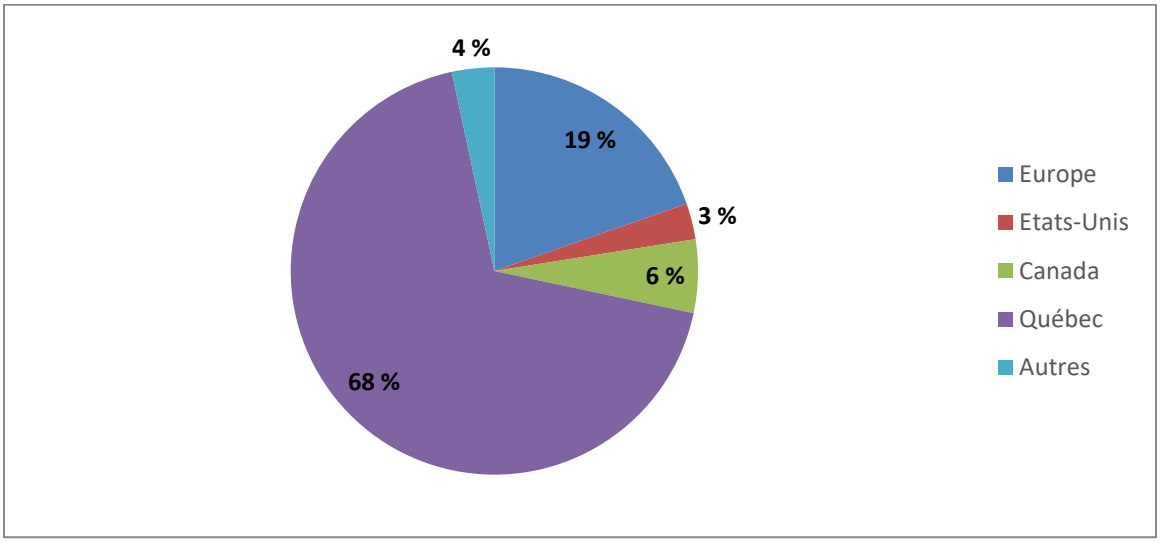
[16] TOURISME QUÉBEC, *Faits saillants- Enquête sur le profil et le comportement de la clientèle des lieux d'accueil au Québec*

avec l'évolution des pratiques des visiteurs et les orientations proposées par le ministère du Tourisme.

La provenance des visiteurs dans le Réseau d'accueil

Même si le nombre de touristes québécois a augmenté de 9 % par rapport à l'an dernier, pour atteindre 68 392 visiteurs, la proportion de cette clientèle demeure la même en Côte-Nord, soit 68 %. Les Québécois sont donc les plus nombreux à nous visiter. Les visiteurs européens, majoritairement de la France, suivent avec 19 %. Ce sont les Européens qui présentent la plus forte hausse cette année. Les citoyens du Canada, 6 % de la clientèle, et ceux des États-Unis, 3 %, nous ont aussi visités en plus grand nombre (415 Canadiens et 108 Américains de plus).

Figure 5. Proportion de la provenance des visiteurs du Réseau d'accueil Côte-Nord



La clientèle européenne visite davantage le secteur Manicouagan, alors que le secteur Duplessis a la plus grande proportion de la clientèle québécoise. Pour les autres clientèles, la proportion est similaire pour chacun des secteurs.

Figure 6. Provenance des clientèles pour le secteur Manicouagan

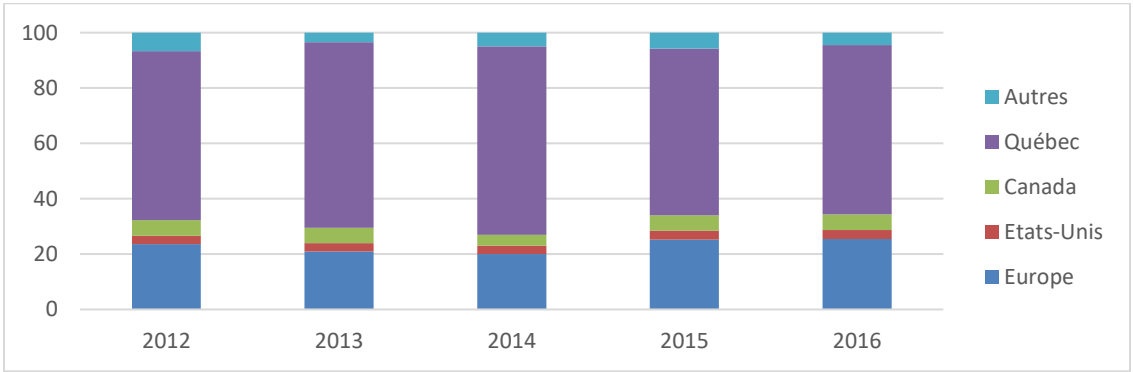
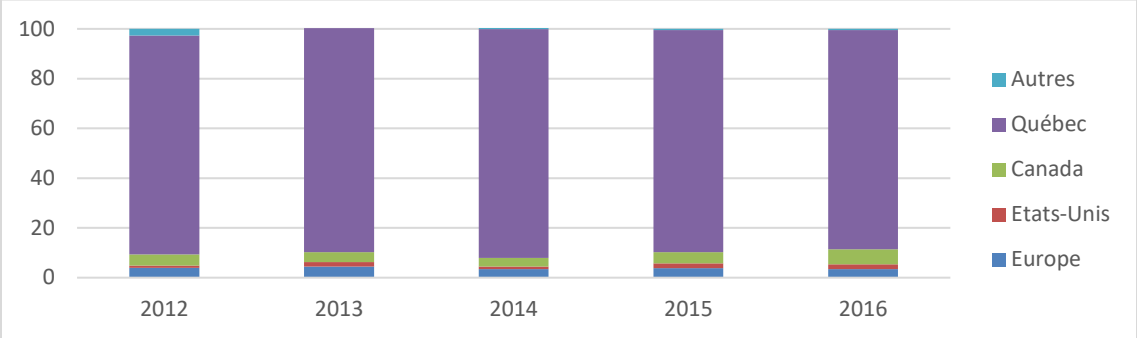


Figure 7. Provenance des clientèles pour le secteur Duplessis



Le profil et les comportements des visiteurs

Les motivations des visiteurs

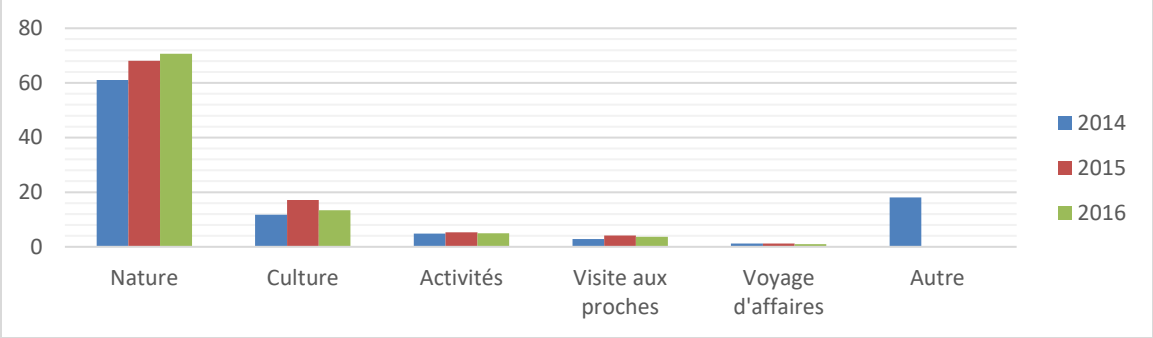
Les raisons principales pour lesquelles les visiteurs choisissent la Côte-Nord comme destination de vacances, sont principalement en lien avec la nature : les paysages, les baleines, la mer, le fjord, les parcs et les archipels, les plages. En 2016, c'est 71 % des visiteurs qui ont été charmés par la nature omniprésente en Côte-Nord. Une légère hausse de 3 % par rapport à 2015.

Les attraits culturels tels que les musées, les barrages, les produits locaux, la gastronomie, le patrimoine religieux, la culture autochtone et les événements sont les facteurs ayant engendré un déplacement de 13 % des visiteurs durant la période estivale. Il s'agit d'un léger recul de 4 % par rapport à l'an dernier. Il y a également eu une légère baisse des demandes d'informations relatives à ces attraits dans les lieux d'accueil. En 2015, un passeport culturel avait été édité pour faire la promotion des attraits culturels de la région. Celui-ci n'a pas été réédité en 2016, ce qui peut expliquer cette légère baisse, au niveau des demandes d'informations.

Crédit photo : Mélanie Deslongchamps

Parmi les informations demandées, en 2016, on constate une augmentation des demandes concernant le camping, la randonnée pédestre, les croisières et excursions, les archipels, les plages et plans d'eau, l'observation terrestre des mammifères marins ainsi que pour les attraits en lien avec l'observation et l'interprétation des mammifères marins.

Figure 8. Motivation des visiteurs à venir en Côte-Nord



Nature : paysages, baleines, mer, fjord, parcs, Archipel-de-Mingan, plages et camping.
Culture : musées, barrages, gastronomie, produits locaux, événements, culture autochtone et patrimoine religieux.
Activités : motoneige, motocyclette, chasse et pêche, vélo et kayak.

Les régions demandées

65 % des demandes d'informations concernent le secteur Manicouagan et 49 % celui de Duplessis[17].

Les pôles les plus en demande sont ceux de Tadoussac (30 %), Baie-Comeau et l'arrière-pays (24 %), la Péninsule Manicouagan (17 %), Natashquan (16 %), Port-Cartier et Sept-Îles (15 %) et Havre-Saint-Pierre (14 %).

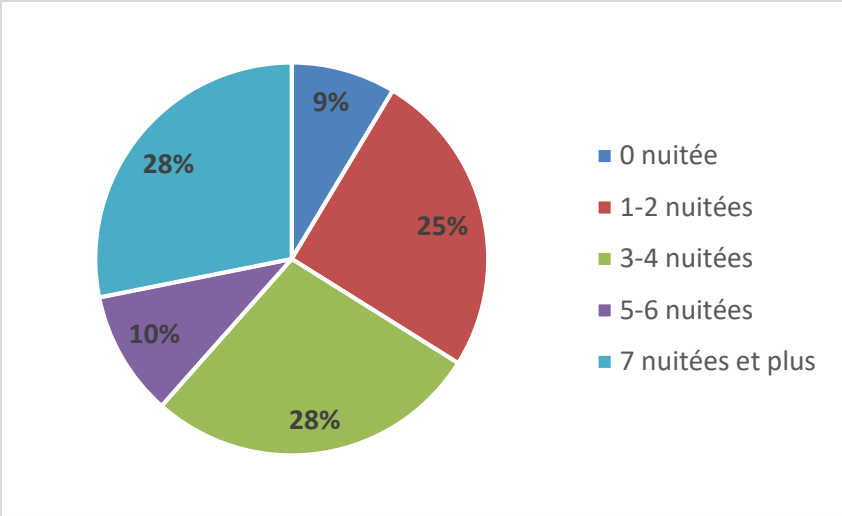
La durée de séjour des visiteurs

En 2016, 28 % des visiteurs ont séjourné pendant sept nuitées et plus en Côte-Nord. 28 % y ont séjourné pendant trois ou quatre nuitées et 25 % une à deux nuitées. Les visiteurs en 2016 ont davantage fait des séjours de moins d'une semaine (53 %), par rapport à 2015 où les courts séjours en Côte-Nord représentaient (46 %).

Les excursionnistes représentent une proportion de 9 % des visiteurs des lieux d'accueil, une donnée relativement stable par rapport à 2015 où 8 % des excursionnistes ont été recensés.

[17] L'addition des pourcentages est supérieure à 100 % puisque pour un acte de renseignements, il peut y avoir plusieurs informations demandées sur les secteurs de Manicouagan et Duplessis.

Figure 9. La durée de séjour des visiteurs en 2016



L'âge des visiteurs

Les visiteurs âgés entre 45-64 ans représentent 27 % de la clientèle des lieux d'accueil et les 55-64 ans, 26 %. Les catégories d'âges des visiteurs sont relativement stables par rapport à l'année 2015.

Le mode de transport

La plupart des visiteurs utilisent la voiture pour accéder en Côte-Nord (72 %). Les voyageurs en véhicules récréatifs ont légèrement augmenté avec 19 % en 2016, comparativement à 18 % en 2015.

Une légère hausse de 1 % est également observée au niveau de l'accès à la région par traversier et desserte maritime; plusieurs accès à la Côte-Nord sont possibles. Le nouveau navire offrant la desserte entre Matane-Baie-Comeau-Godbout, a pu être un incitatif pour les visiteurs à utiliser ce service en 2016.

Le mode d'hébergement

En ce qui a trait au mode d'hébergement, 40 % des visiteurs favorisent le camping, 30 % préfèrent les hôtels, motels et auberges et 11 % des visiteurs choisissent les gîtes touristiques (une hausse de 3 % par rapport à 2015).

Le camping est encore populaire; depuis 2013 une évolution constante est observée pour ce type d'hébergement, le graphique sur l'évolution des demandes d'informations le démontre.

Figure 10. Mode d'hébergement

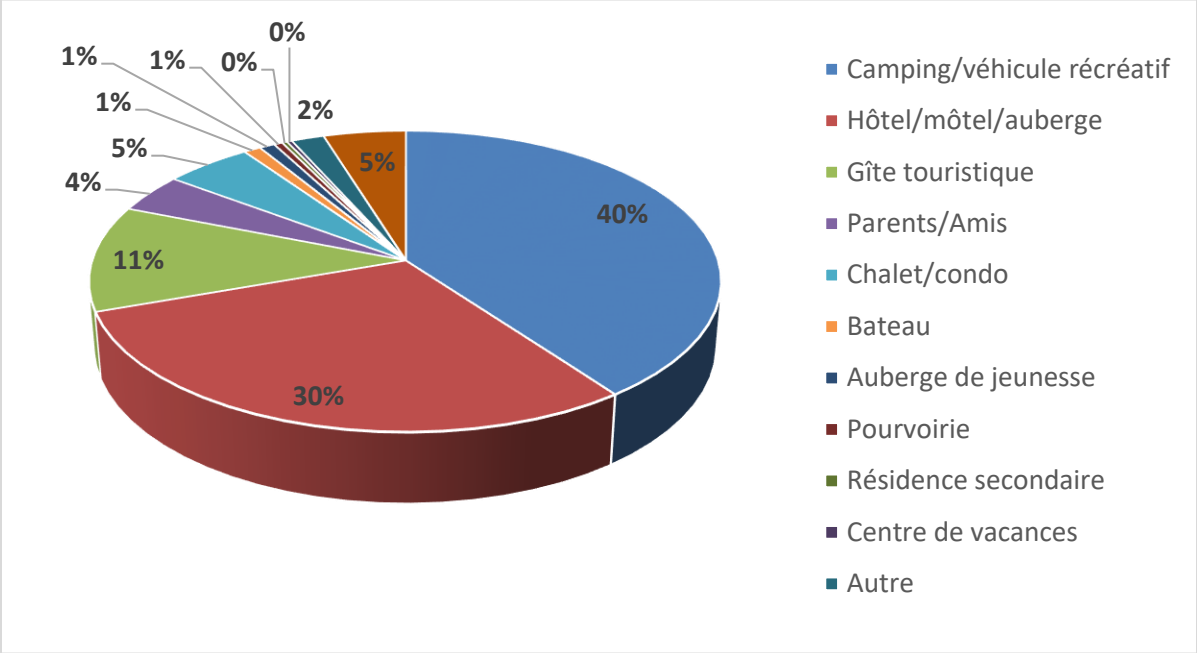
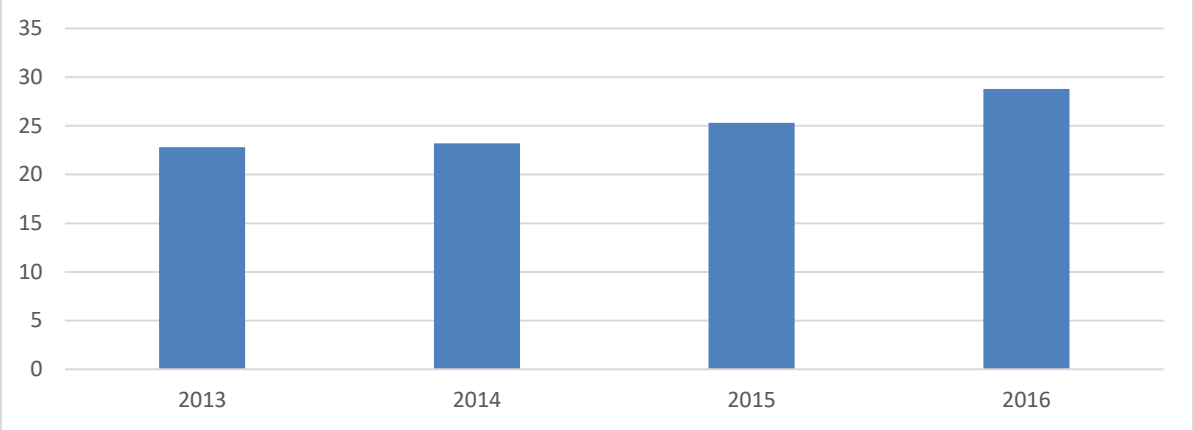


Figure 11. Évolution des demandes d'informations sur les campings



La planification du séjour

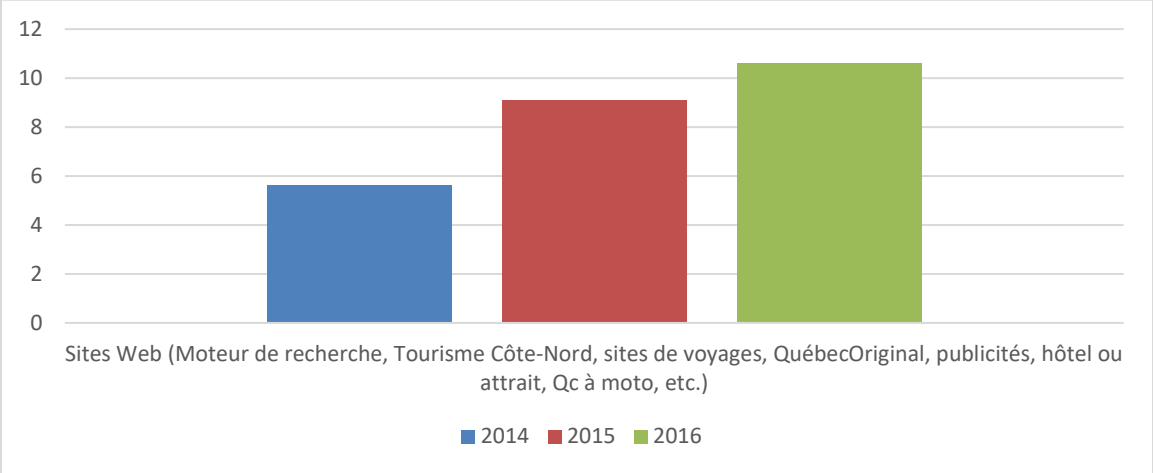
En 2016, les principaux outils utilisés par les visiteurs pour planifier leur séjour sont : le Guide touristique officiel (26 %), les connaissances générales (23 %), les lieux d'accueil (16 %) et les parents et amis (12 %). Ces données sont sensiblement les mêmes depuis quelques années,

Selon le baromètre touristique 2016, 44 % des visiteurs ont été inspiré par par leurs parents et amis dans le choix de la Côte-Nord et 42 % d'entre eux par des brochures, dépliants et guides. Toujours selon ce sondage, 47 % des répondants disent avoir choisi la Côte-Nord en utilisant Internet.[18]

[18] CHAIRE DE TOURISME TRANSAT. *Projet Baromètre régional – Résultats Côte-Nord, 2016* [Document PowerPoint des résultats d'une enquête auprès des visiteurs – Saison estivale 2016]

L'utilisation d'Internet pour planifier le séjour des visiteurs est en évolution depuis 2014 : 6 % des visiteurs utilisaient alors les différents sites disponibles pour planifier leur séjour en Côte-Nord, en 2015 c'est 9 % des visiteurs et en 2016 la proportion des visiteurs s'élève à 11 %.

Figure 12. Évolution de l'utilisation d'Internet pour planifier le séjour



Au niveau des utilisateurs du site Web de Tourisme Côte-Nord, une légère baisse de 0,6 % est observée par rapport à 2015. Pour la période du 1er janvier au 31 octobre, en 2015 c'est 156 636 utilisateurs alors qu'en 2016 c'est 155 729 utilisateurs qui ont visité notre site.

Le budget de séjour

Parmi les répondants au sondage dans les lieux d'accueil de la région, 15 % d'entre eux ont un budget de séjour entre 100 $ et 499 $, 15 % un budget allant de 500 $ à 899 $, 12 % de 900 $ à 1 299 $.[19]

Selon les données récoltées en 2016 dans le cadre du baromètre régional[20], les dépenses moyennes, incluant les frais de transport, sont de 2 030 $ pour un séjour moyen de 10 nuitées; on constate une légère évolution positive de cette donnée. Les principales dépenses sont pour l'hébergement, le transport et la restauration.

La performance de nos membres

Les informations récoltées dans cette section sont issues d'un sondage envoyé à l'ensemble des membres de Tourisme Côte-Nord. Le sondage avait pour objectif de savoir comment la saison estivale 2016 s'est déroulée pour les entreprises touristiques de la région. 56 entreprises ont répondu à l'ensemble des questions.

[19] Il y a un haut taux de répondants, 38 %, qui ne souhaitent pas répondre à la question concernant leur budget de séjour.

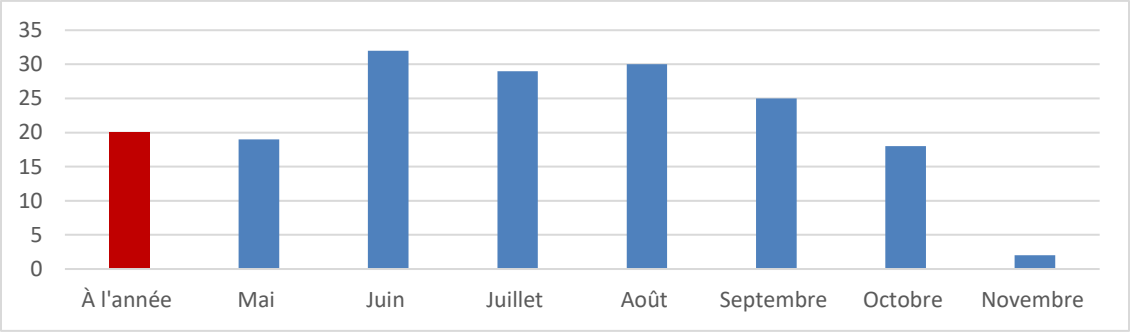
[20] CHAIRE DE TOURISME TRANSAT. *Projet Baromètre régional – Résultats Côte-Nord, 2016* [Document PowerPoint des résultats d'une enquête auprès des visiteurs – Saison estivale 2016]

Les secteurs d'activités représentés sont l'hébergement (36 %) et les campings (9 %); les sites culturels et patrimoniaux comprenant musées, centres d'interprétation, visites industrielles, sites historiques et sites religieux (14 %); les activités extérieures : centres de vacances, bases de plein air, parcs et sentiers (incluant Sépaq et Parcs Canada) (18 %); les excursions en mer et les croisières aux baleines (7 %); les pourvoiries et ZEC (5 %); les festivals et événements (4 %).

Période d'opération

La majorité des entreprises sont ouvertes durant la période estivale. Les entreprises saisonnières opèrent principalement durant les mois de juin (57 %), juillet (52 %), août (54 %) et septembre (45 %). 36 % des répondants sont ouverts à l'année. Quelques entreprises prolongent leur saison et offrent des services durant les mois de mai (34 %) et octobre (32 %).

Figure 13. Période d'opération des entreprises touristiques



Provenance de la clientèle chez nos membres

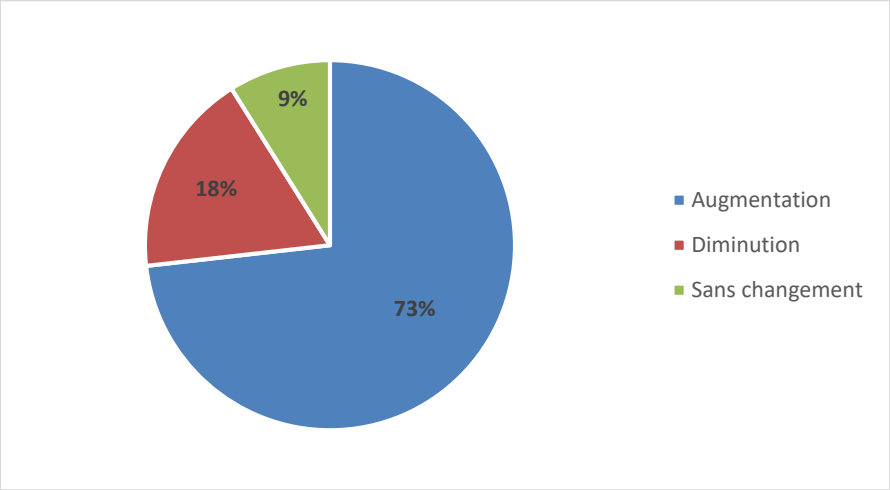
La principale clientèle des membres est québécoise selon 50 % des répondants; celle-ci représente plus de 70 % de leur clientèle globale. 15 mentionnent que la clientèle française représente entre 10 % et 50 % de leurs visiteurs.

La moyenne d'âge des visiteurs chez les membres est de 45 à 54 ans et ceux-ci voyagent principalement en couple (selon 41 % des répondants).

Variation de l'achalandage par rapport à la saison 2015

Pour 73 % des répondants au sondage, une augmentation de l'achalandage s'est fait sentir en 2016 par rapport à l'été 2015, alors que 17 % considèrent qu'ils ont eu une diminution de leur achalandage en 2016.

Figure 14. Variation de l'achalandage des membres par rapport à 2015



Facteurs ayant potentiellement influencé l'achalandage en 2016

Plusieurs facteurs, selon les répondants, ont pu influencer leur achalandage pendant la période estivale 2016. Le tableau suivant présente quelques facteurs d'influence :

Facteurs d'influence positive	Facteurs d'influence négative
• Température • Actions marketing intra Québec et hors Québec • Stabilité des dessertes maritimes • Taux de change favorable pour la clientèle internationale • Notoriété des attraits • Intérêt grandissant pour la région, beaucoup de bouche-à-oreille • Diversification de l'offre touristique • Sécurité de la destination	• Conjoncture économique régionale • Économie locale fragile • Augmentation des coûts associés au déplacement

Les demandes d'information

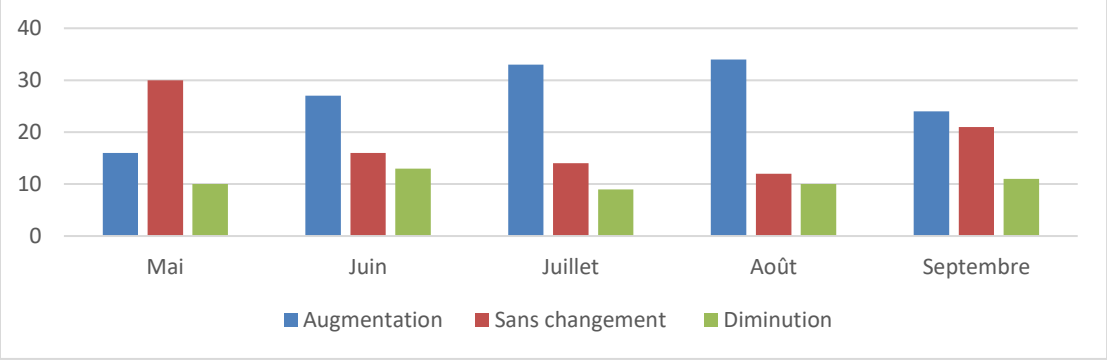
Bien que les entreprises constatent une hausse de leur achalandage, 55 % considèrent qu'il y a eu autant de demandes d'informations en 2016 qu'en 2015; 30 % estiment qu'il y a eu plus de demandes d'informations et 14 % des répondants mentionnent en avoir eu moins.

Variations des recettes touristiques

Les membres ont été sondés sur la variation de leur recette touristique entre les saisons 2015 et 2016.

Selon les résultats obtenus, les recettes des mois de juin (48 %), juillet (59 %), août (61 %) et septembre (43 %) ont augmenté. Les recettes du mois de mai sont, quant à elles, demeurées stables par rapport à 2015 pour 54 % des entreprises. L'achalandage semble avoir été constant tout au long de la saison estivale.

Figure 15. Variation des recettes touristiques des membres par rapport à 2015



Perspectives automnales

Pour les mois d'octobre et de novembre, nous avons demandé aux entreprises, si pour cette période ils s'attendaient à une augmentation, une diminution ou une stabilité de leur achalandage. Parmi les 35 entreprises en opération, 21 % prévoient une hausse, 21 % une stabilité et 20 % une baisse.

Voici les principaux facteurs pouvant expliquer la prévision d'une hausse de l'achalandage automnal :

- Retour de la clientèle corporative et des groupes scolaires;
- Période de chasse;
- Achalandage plus local et début des réceptions des Fêtes;
- Saison des croisières internationales.

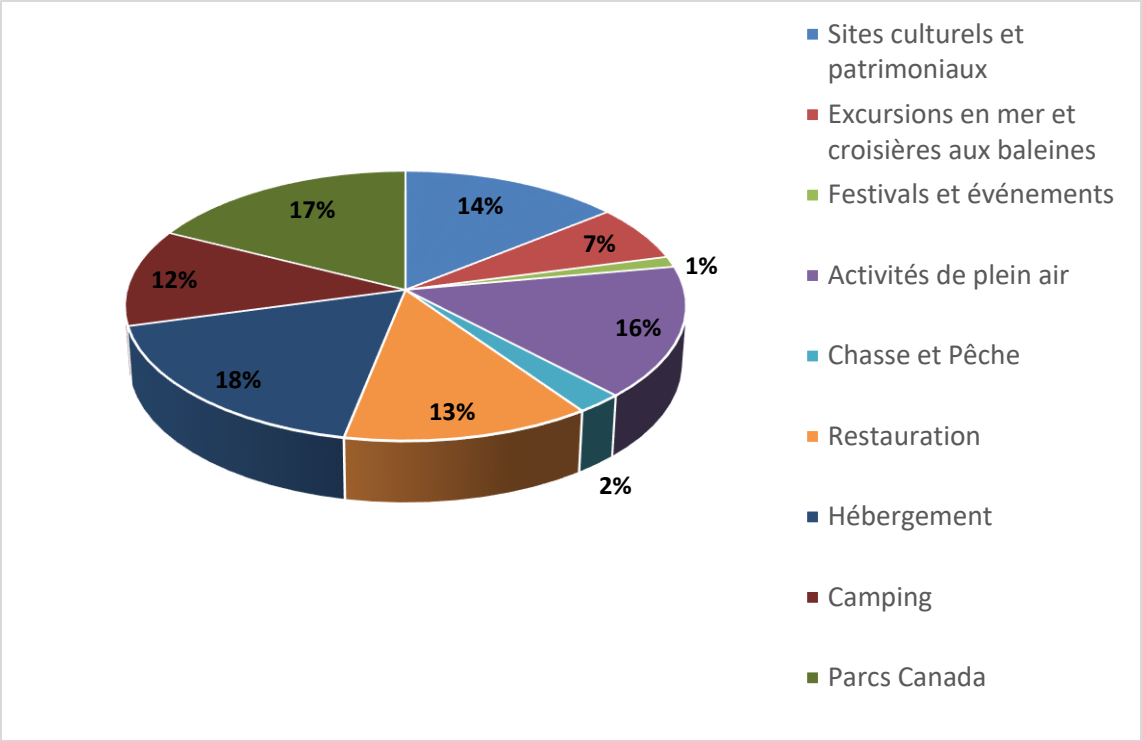
Achalandage par secteur d'activités

C'est 56 entreprises qui ont fourni leurs données pour cette section nous permettant de mesurer l'achalandage de la région pour les secteurs d'activités suivants : culture et patrimoine, excursions en mer et croisières aux baleines, festivals et événements, activités extérieures, restauration, hébergement, camping, établissements de Parcs Canada.

Les entreprises de tous les secteurs confondus ont accueilli un total de 442 577 visiteurs pendant la période du 1er mai au 30 septembre 2016. Les établissements de Parcs Canada représentent 17 % de cet achalandage, 18 % pour ce qui est de l'hébergement, 14 % pour les sites culturels et patrimoniaux, 13 % pour les services de restauration, 12 % pour les campings, 7 % pour les excursions en mer et les croisières aux baleines et 16 % pour les activités extérieures. Bien que nous n'ayons pas les données de l'ensemble des entreprises pour chaque secteur, celles-ci nous

permettent d'avoir une assez bonne représentativité de l'achalandage des différents secteurs d'activités de l'industrie touristique.

Figure 16. Proportion des visiteurs par secteur d'activités



Pour la plupart des secteurs, les mois de juillet et août sont les plus achalandés de la saison estivale. Exception faite pour la chasse et la pêche qui génèrent un achalandage plus important en septembre. Au niveau des établissements de Parcs Canada participants, l'achalandage global est plus important en juin et juillet.

La notoriété des établissements de Parcs Canada engendre un achalandage supérieur aux autres secteurs d'activités en Côte-Nord.

La restauration et l'hébergement sont des secteurs, dont la variation de l'achalandage mensuel est plus régulière, ceux-ci étant peut-être moins influencés par le facteur saisonnier de l'industrie touristique de la Côte-Nord.

Figure 17. Évolution mensuelle de l'achalandage selon le secteur d'activités

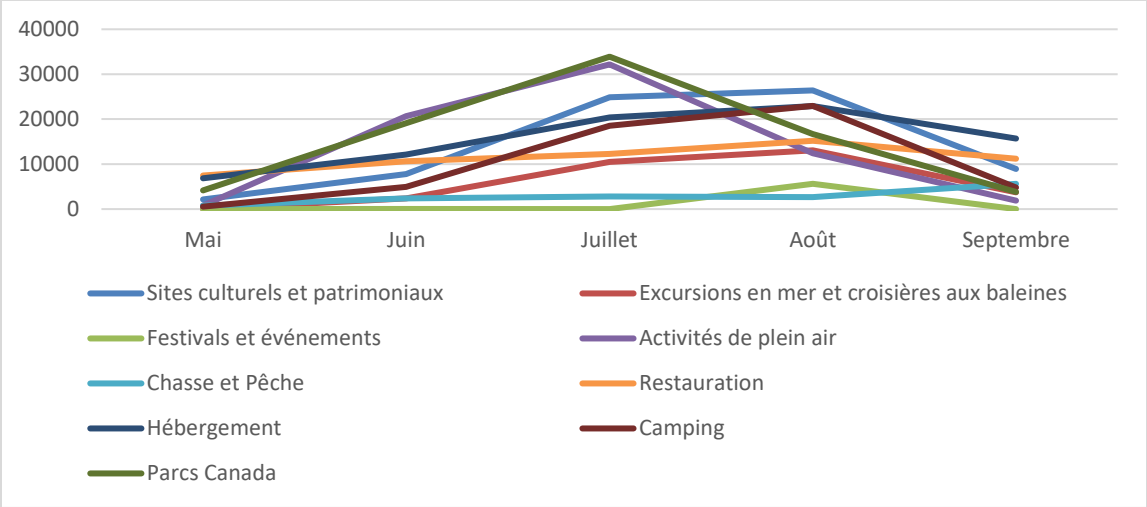
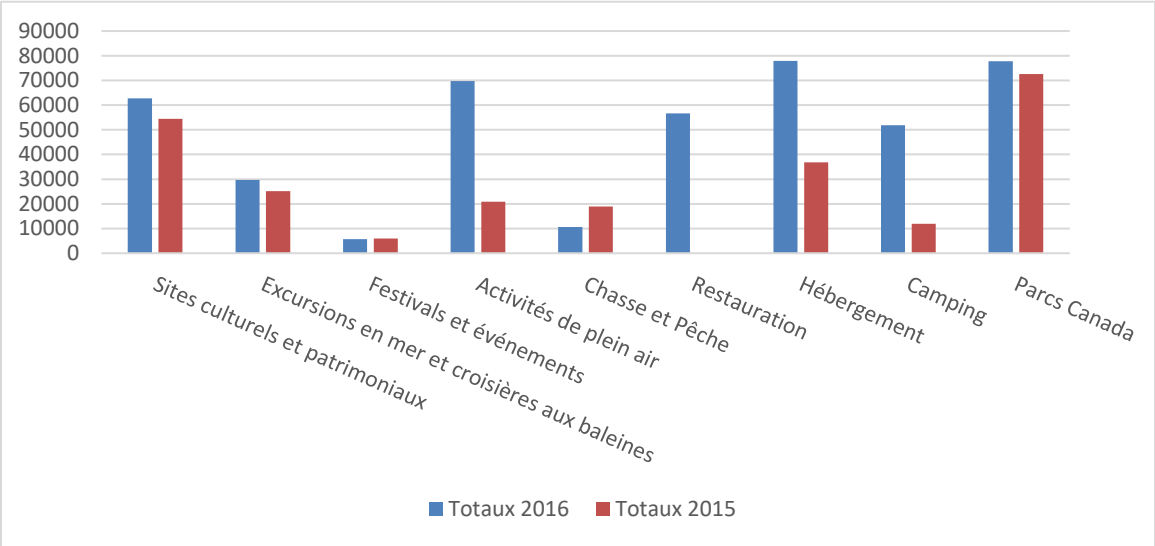


Figure 18. Variation de l'achalandage par secteur d'activités



Sites culturels et patrimoniaux

En 2016, les 12 sites culturels et patrimoniaux qui ont partagé leurs données ont accueilli 62 750 visiteurs, soit une hausse globale de 7 % par rapport à 2015, avec 54 419 visiteurs.

Les activités de plein air

Parmi les données récoltées auprès de dix sites en 2016, c'est 69 724 visiteurs qui ont profité de ces attraits. Étant donné qu'un nombre supérieur d'entreprises ont partagé leurs données pour ce secteur d'activités en 2016, il nous est difficile de procéder à une analyse comparative représentant bien la réalité du secteur.

Toutefois, cette donnée nous permet de confirmer qu'il s'agit d'un secteur très prisé par les visiteurs de la Côte-Nord; les sondages du Réseau d'accueil confirment que la plupart des visiteurs pratiquent une à plusieurs activités de plein air durant leur séjour en Côte-Nord.

Les excursions en mer et les croisières aux baleines

Les entreprises offrant des excursions en mer et les croisières aux baleines ont transporté 29 670 visiteurs durant la saison 2016, par rapport à 25 097 en 2015. Ce qui représente une hausse de 18 %. Toutes les entreprises ayant fourni leurs données constatent une hausse de leur achalandage estival.

Depuis 2014, la campagne « Viens voir les Baleines » fait la promotion du produit baleines et a des retombées positives sur ce secteur d'activités. De plus, les températures plus que favorables ont été profitables pour ce secteur d'activités.

Crédit photo : Marc Loiselle

L'hébergement et les campings

Les données pour ces secteurs d'activités ont été intégrées dans la section sur l'achalandage des établissements d'hébergement.

La chasse et la pêche

Afin de bien représenter ce secteur d'activités, les résultats des pourvoiries, ZEC, clubs de chasse et pêche et réserves fauniques y sont regroupés. Quatre entreprises ont partagé leurs données d'achalandage en 2016.

En 2016, ces quatre entreprises ont reçu un achalandage de 10 639 visiteurs, comparativement à 18 916 visiteurs en 2015, une baisse de 44 % pour ce secteur d'activités. Considérant que les données représentent l'achalandage de mai à septembre, l'analyse n'est probablement pas représentative de la réalité du secteur. De plus, selon les commentaires récoltés, trois des quatre entreprises observent une hausse ou une stabilité de l'achalandage. Il se peut donc que les données partagées en 2016 et en 2015 n'aient pas été compilées de la même façon ce qui peut expliquer la disparité entre les commentaires et les chiffres partagés.

Les festivals et événements

Parmi les trois festivals et événements ayant partagé leurs données, on constate une baisse d'achalandage de 6 %, par rapport à 2015, où 6 010 visiteurs ont été recensés alors qu'en 2016 on compte 5 646 visiteurs pour ces trois événements.

Les établissements de Parcs Canada

Les trois établissements de Parcs Canada nous ayant partagé leurs données ont reçu 77 713 visiteurs en 2016, comparativement à 72 647 visiteurs en 2015, une hausse de 7 %. Ces attraits incontournables sont toujours aussi populaires auprès de la clientèle touristique.

La restauration

Quatre restaurateurs de la région nous ont partagé leurs données en 2016; leur achalandage représente 56 702 personnes pendant la saison estivale, bien que pour ce secteur nous supposons qu'il y ait une plus grande proportion de clientèle locale. Il demeure toutefois intéressant de constater l'achalandage des quatre établissements et d'en suivre l'évolution dans les prochaines années.

Crédit photo : Marc Loiselle

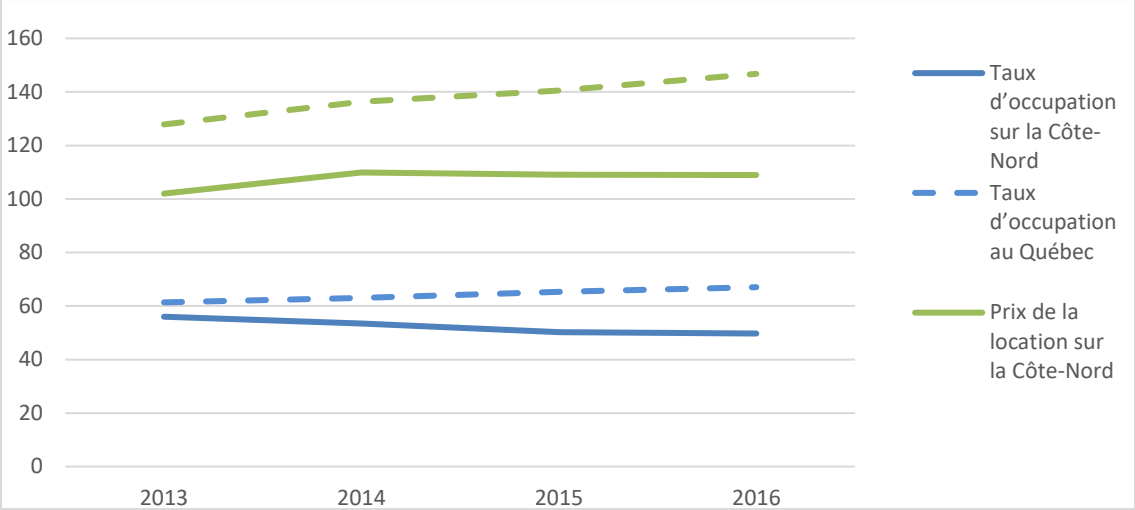
L'achalandage des établissements d'hébergement

Les établissements hôteliers

Selon les données récoltées auprès du ministère du Tourisme, le taux moyen d'occupation en 2016 pour la Côte-Nord est de 49,7 % par rapport à 50,1 %, 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 baissé de 3 % en 2014 et 2015.

Le prix moyen d'une unité en Côte-Nord est demeuré stable en 2016 par rapport à 2015, c'est-à-dire 109 $. Un prix de location relativement plus bas que la moyenne du prix de location au Québec qui est de 147 $.

Figure 19. Évolution du taux d'occupation et des prix de location des établissements d'hébergement

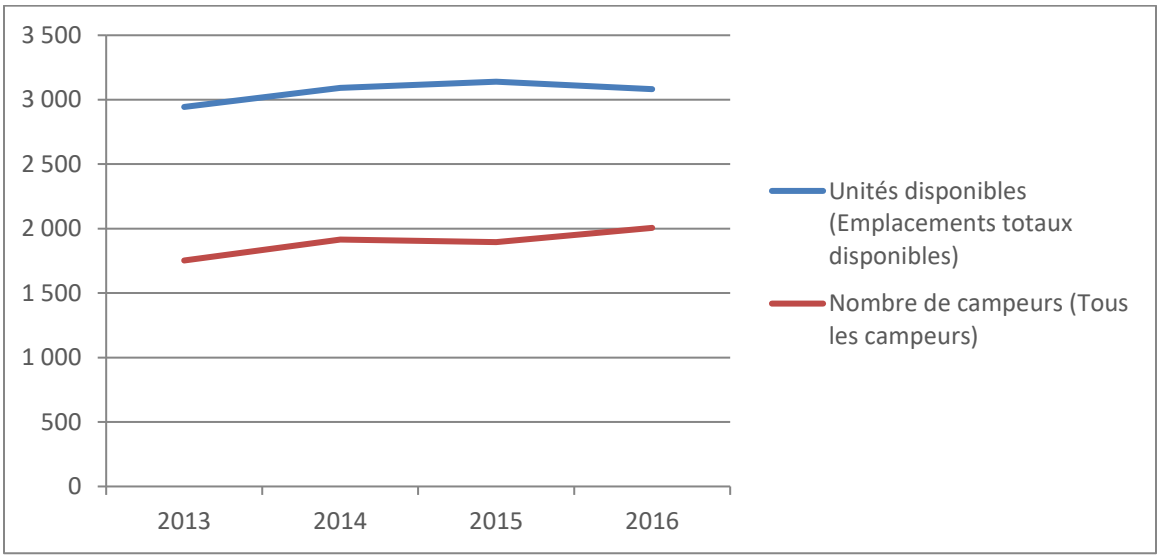


Parmi les 17 établissements d'hébergement qui ont participé au sondage, neuf d'entre eux ont observé une hausse de leur achalandage en 2016, quatre ont observé une stabilité et quatre ont observé une baisse.

Les campings

L'achalandage des terrains de camping de la Côte-Nord est positif par rapport à 2015. En effet, on constate une variation à la hausse du nombre de campeurs. En 2016, le taux d'occupation est de 65 %, par rapport à 60 % en 2015. Les clientèles en hausse sont au niveau des campeurs saisonniers et des campeurs en tentes.

Figure 20. Évolution du nombre et des unités disponibles des campings de la Côte-Nord



Parmi les six campings ayant répondu au sondage, cinq d'entre eux ont observé une hausse de leur achalandage. Les températures favorables de l'été et la visibilité dans les médias peuvent expliquer cette hausse de l'achalandage des campings.

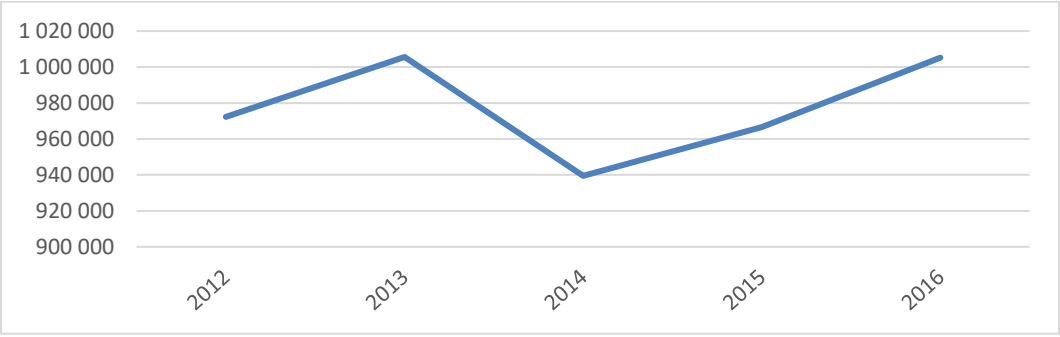
La popularité du camping en Côte-Nord est encore en évolution. Selon Camping Québec[21], l'activité s'inscrit dans les tendances au niveau du tourisme d'aventure, les vacances actives, les séjours familiaux et multi générationnels, ou encore les voyages éthiques et responsables. La diversification de l'offre ainsi que les tarifs avantageux sont des facteurs incitant à choisir le camping comme formule d'hébergement durant les vacances.

L'achalandage des traversiers

La principale porte d'entrée dans notre territoire se trouve du côté de la région de Charlevoix, par laquelle accèdent 60 % des visiteurs. La traverse Baie-Sainte-Catherine—Tadoussac, reliant Charlevoix et la Côte-Nord, a été empruntée par 1 005 133 passagers entre le 1er mai et le 30 septembre, soit une augmentation de 4 % par rapport à 2015; cela représente 26 500 véhicules de plus.

Crédit photo : Marc Loiselle

Figure 21. Évolution de l'achalandage de la traverse Baie-Sainte-Catherine-Tadoussac



La liaison entre Matane et Baie-Comeau est la seconde porte d'entrée la plus importante par rapport au nombre de passagers. Le traversier, le *F.-A.-Gauthier* a transporté 118 955 passagers cet été, soit une diminution de 6 % par rapport à la même période l'an passé.

[21]CAMPING QUÉBEC, *La pratique du camping au Québec 2012*

Pour une troisième année consécutive, le traversier qui relie Les Escoumins et Trois-Pistoles a connu une augmentation. C'est 31 700 passagers qui ont emprunté le navire, une hausse de 9 % par rapport à 2015.

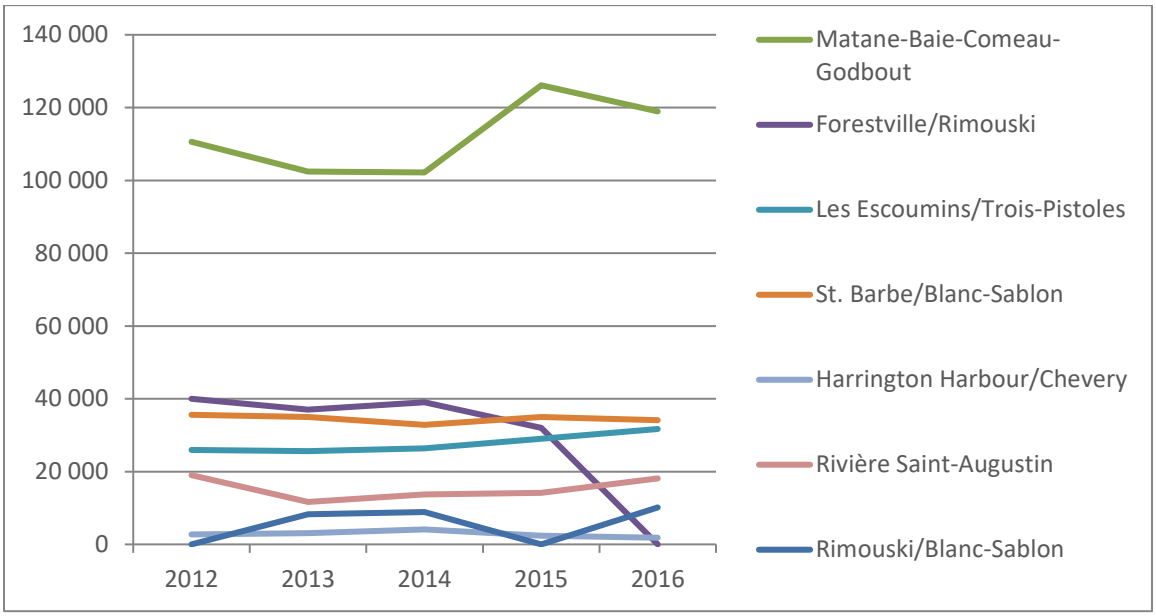
Le traversier de St. Barbe, qui relie Terre-Neuve et Blanc Sablon présente une baisse d'achalandage de 3 %, réduisant le nombre de passagers à 34 082.

Le traversier de la rivière Saint-Augustin a transporté 18 149 passagers, entrainant une hausse de 22 % de fréquentation.

La desserte maritime reliant Harrington Harbour et Chevery, qui a transporté 1 828 passagers, a connu une baisse d'achalandage de 32 %. En 2016, la capacité du bateau était de six passagers par rapport à 12 passagers en 2015. De plus, lorsque les conditions climatiques ne sont pas favorables, les gens sont transportés par voie aérienne et ne sont pas comptabilisés.

Pour ce qui est du *CNM Évolution*, le catamaran reliant Rimouski et Forestville, nous n'avons pu obtenir de données d'achalandage cette année.

Figure 22. Évolution de l'achalandage des traversiers desservant la Côte-Nord



Le *NM Bella Desgagnés*, qui assure la liaison vers L'Île-d'Anticosti et la Basse-Côte-Nord, a transporté 10 146 passagers cette année. À certaines périodes de la saison estivale, le navire affichait presque complet.

La performance des escales de croisières

La Côte-Nord compte trois ports d'escales reconnus par l'Association des croisières du Saint-Laurent (ACSL) : Baie-Comeau, Sept-Îles et Havre-Saint-Pierre.

Bien que non reconnu par l'ACSL, Tadoussac reçoit également des navires de croisières internationales. Les Associations touristiques régionales de la Côte-Nord ont donc considéré également les données et retombées de ces croisières.

La Côte-Nord a accueilli en 2016, 18 292 passagers et membres d'équipages dans les quatre ports présentés, une baisse de 2 % par rapport à 2015.

Baie-Comeau

Selon les données publiques du site de Croisières Baie-Comeau, l'escale de Baie-Comeau a accueilli à son port 11 navires de croisières en 2016, totalisant 8 550 passagers (croisiéristes et membres d'équipage). C'est environ 800 passagers de plus qu'en 2015, avec quatre navires en moins.

Sept-Îles

L'escale de Sept-Îles a accueilli 4 navires, comparativement à 5 l'an dernier. Le nombre de passagers est lui aussi à la baisse avec 4 015 personnes par rapport à 5 597 pendant la saison 2015. En 2016, le taux de vente des excursions est de 28 % par rapport à 25 % en 2015.

Havre-Saint-Pierre

L'escale de Havre-St-Pierre a connu une saison similaire à celle de l'an passé. En effet, le nombre de navires est resté le même, soit six, alors que le nombre de passagers (croisiéristes et membres d'équipage) a légèrement diminué. C'est 4 705 passagers qui ont fait escale à Havre-Saint-Pierre alors qu'en 2015 c'était 5 309 passagers. Le taux de vente des excursions est de 40 %, ce qui représente une hausse par rapport à 25 % en 2015.

Tadoussac

Tadoussac a accueilli à son port trois navires de croisières transportant 1 022 passagers (croisiéristes et membres d'équipage). Le taux de débarquement moyen est de 100 % pour l'ensemble des navires tandis que le taux moyen de vente d'excursions est de 90 %. Tadoussac n'a accueilli aucun navire durant la saison 2015.

Conclusion

Après l'analyse des divers indicateurs, nous pouvons conclure que la Côte-Nord a connu une très bonne saison touristique 2016.

Parmi les indicateurs positifs de la saison : le Réseau d'accueil qui a connu un achalandage en hausse pour une troisième année consécutive. Dans le secteur de Manicouagan une hausse de 7 % et pour Duplessis une hausse de 10 % pour la saison 2016.

La provenance et le profil des visiteurs évoluent peu au fil des années. Au niveau de la motivation à visiter la Côte-Nord, l'intérêt pour les activités de plein air est grandissant tandis que les autres motivations sont stables. Les visiteurs ont davantage effectué des séjours de moins d'une semaine. Les excursionnistes étaient en hausse en 2016.

Plusieurs secteurs d'activités ont enregistré des hausses : les sites culturels et patrimoniaux, 15 %, les excursions en mer et les croisières aux baleines, 18 %, les établissements de Parcs Canada, 7 %.

La stabilité de l'achalandage des établissements d'hébergement est une bonne nouvelle, et un signe de reprise des activités économiques de la région. Le camping a connu une hausse de 5 % en 2016.

Certains facteurs, tels le taux de change favorable, les conditions météorologiques, le contexte économique, l'aspect sécuritaire de la destination Canada ont pu inciter les Québécois à rester au Québec, et les visiteurs internationaux à opter pour la Côte-Nord en 2016.

Les résultats de la saison estivale 2016, sont le fruit d'efforts constants au niveau de la promotion, du développement, de la structuration et de l'accueil touristique. Les actions marketing ont permis de positionner la Côte-Nord et d'inciter les voyageurs à choisir la région pour leurs vacances. Tous les acteurs de l'industrie touristique doivent poursuivre leurs efforts, et travailler de concert pour que la destination Côte-Nord se démarque et attire de plus en plus de visiteurs.

Sources et références bibliographiques

1. Réseau d'accueil Côte-Nord, sondages effectués entre le 1er mai et le 30 septembre 2016;

2. CAMPING QUÉBEC*, La pratique du camping au Québec,* 2012, [en ligne] : http://www.campingquebec.com/documents/pdf/La_pratique_du_camping_au_Quebec_2012_FinalV2.pdf (Page consultée le 11 novembre 2016)

3. CHAIRE DE TOURISME TRANSAT. *Projet Baromètre régional – Résultats Côte-Nord, 2016* [Document PowerPoint des résultats d'une enquête auprès des visiteurs – Saison estivale 2016]

4. COMISSION CANADIENNE DU TOURISME, *Nouvelles de la CCT, Trois tendances touristiques à surveiller en 2014* [en ligne] http://fr-corporate.canada.travel/content/ctc_news/travel-trends-2014 (Page consultée le 31 octobre 2016)

5. DESTINATION CANADA, *Fiche de renseignements sur les voyageurs internationaux de la génération Y* [en ligne] http://fr.destinationcanada.com/sites/default/files/pdf/Research/Industry-research/voyageurs_internationaux_generation_y.pdf (Page consultée le 31 octobre 2016)

6. DESTINATION CANADA, *Tourisme en bref, Suivi mensuel du rendement de l'industrie touristique du Canada,* Juin 2016 [en ligne] http://fr.destinationcanada.com/sites/default/files/content/tourismsnapshot-june2016_fr.pdf (Page consultée le 31 octobre 2016)

7. DESTINATION CANADA, *TOURISME EN BREF en un coup d'œil,* Août 2016 [en ligne] https://www.destinationcanada.com/sites/default/files/2016-11/Snapshot_Aug16_FR_0.pdf (Page consultée le 31 octobre 2016)

8. INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, *Les principaux produits d'exportation, Québec,* 2012 [en ligne] http://www.stat.gouv.qc.ca/docs-hmi/statistiques/quebec_statistique/eco_tou/eco_tou_1.htm (Page consultée le 31 octobre 2016)

9. RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME, *Le tourisme de bien-être en 7 tendances,* 2016 [en ligne] http://veilletourisme.ca/2016/09/14/le-tourisme-de-bien-etre-en-7-tendances/ (Page consultée le 23 novembre 2016)

10. RÉSEAU DE VEILLE EN TOURISME, *Tendances 2020*, 2016 [en ligne] http://veilletourisme.ca/category/tendances/ (Page consultée le 22 novembre 2016)

11. TOURISME QUÉBEC, *Tourisme en chiffre, portrait de l'industrie touristique en 2014,* Québec, 2016 [en ligne] http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/tourisme-chiffres-sept-2014.pdf (page consultée le 31 octobre 2016)

12. TOURISME QUÉBEC, *Le Bulletin touristique*, « Fréquentation quotidienne des établissements d'hébergement au Québec », ministère du Tourisme, 2016 [en ligne] https://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/bulletins_info/bulletin/2016/index.html (Page consultée le 10 novembre 2016)

13. TOURISME QUÉBEC, *Faits saillants- Enquête sur le profil et le comportement de la clientèle des lieux d'accueil au Québec*, ministère du Tourisme, 2011. [en ligne] http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/enquete-lieux-accueil-11-10-11.pdf (Page consultée le 5 octobre)

14. TOURISME QUÉBEC, *Le Québec grande nature, Plan intégré par expérience : Diagnostic et orientations, ministère du Tourisme*, 2007 [en ligne] http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/experiences/PlanGrandeNature.pdf (Page consultée le 31 octobre 2016)

Annexes

Achalandage du Réseau d'accueil Duplessis

Achalandage des bureaux d'accueil et d'information touristiques de Duplessis						
	2012	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**Évolution entre 2015 et 2016**
Fermont	802	394	636	489	574	17,4
Pointe-aux-Anglais	ND	136	376	655	1 223	86,7
Port-Cartier	2 453	1 648	2 831	2 641	2 553	-3,3
Sept-Îles	3 908	3 857	4 642	5 343	5 338	-0,1
Manitou	2 288	2 178	2 255	4 613	3 920	-15,0
L'Île-d'Anticosti	483	664	703	768	963	25,4
Havre-Saint-Pierre	817	1 142	2 093	1668	1878	12,6
Baie-Johan-Beetz	1 613	779	1 177	895	1 159	29,5
Aguanish	2 131	1 561	1 607	1 660	1 514	-8,8
Natashquan	4 653	3 495	4 011	3 836	4 665	21,6
Blanc-Sablon	Fermé	688	919	1 411	2 705	91,7
Total Duplessis	**19 148**	**16 542**	**21 250**	**23 979**	**26 492**	**10,5**

Achalandage du Réseau d'accueil Manicouagan

Achalandage des bureaux d'accueil et d'information touristique de Manicouagan						
	2012	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**Évolution entre 2015 et 2016**
Tadoussac/Sacré-Cœur	33 729	27 841	27 907	31 126	33 155	6,5
Les Bergeronnes	7 191	700	9 707	6 430	6 588	2,5
Les Escoumins	8 275	9 890	9 852	9 898	11 018	11,3
Longue-Rive	4 614	3 076	3 337	2 283	2 818	23,4
Portneuf	NA	NA	NA	NA	1 675	NA
Forestville	3 839	4 347	3 163	4 338	3 962	-8,7
Ragueneau	7 161	9 948	13 859	8 031	9 095	13,2
Baie-Comeau	5 601	3 402	2 860	5 677	2 254	-60,3
Bureau ATR	166	255	109	129	1 522	1 079,8
Godbout	4 258	3 461	775	993	1 539	55,0
Total Manicouagan	**74 834**	**62 920**	**71 569**	**68 905**	**73 626**	**6,9**
TOTAL CÔTE-NORD	**93 982**	**79 462**	**92 819**	**92 884**	**100 118**	**7,8**

Achalandage et prix moyen d'une nuitée dans les établissements d'hébergement

Année	Moyenne de l'été		Moyenne de l'été	
	Taux d'occupation sur la Côte-Nord	**Taux d'occupation au Québec**	**Prix de la location sur la Côte-Nord**	**Prix de la location au Québec**
2000	46,6	61,92	65 $	99 $
2001	50	60,18	65 $	103 $
2002	53	62,38	65 $	107 $
2003	55,6	58,36	68 $	108 $
2004	59,6	59,7	74 $	110 $
2005	50,2	58,62	76 $	116 $
2006	52,8	58,62	79 $	121 $
2007	53	59,28	84 $	125 $
2008	50,6	58,86	84 $	127 $
2009	50,6	55,58	83 $	118 $
2010	57,8	58,12	91 $	120 $
2011	59,8	58,94	87 $	121 $
2012	61,4	60,9	95 $	126 $
2013	56	61,36	102 $	128 $
2014	53,4	63,02	110 $	136 $
2015	50,1	65,26	109 $	141 $
2016	49,7	67,02	109 $	147 $

Achalandage des campings

Année	Nombre de terrain de campings	Unités disponibles (Emplacements totaux disponibles)	Nombre de campeurs (Tous les campeurs)	Taux d'occupation (%)
2000	30	2042	969	47
2001	35	2114	914	43
2002	32	2145	1082	50
2004	35	2319	1149	50
2005	35	2291	1075	47
2006	32	2274	1132	50
2007	33	2220	1176	53
2008	32	2222	1125	51
2009	38	2473	1333	54
2010	41	2550	1429	56
2011	40	2596	1359	52
2012	42	2806	1618	58
2013	43	2 944	1753	60
2014	43	3093	1915	62
2015	42	3140	1895	60
2016	40	3081	2006	65,1

Achalandage des escales de croisières[22]

	Ports d'escale	Nombre d'escales	Passagers	Membres d'équipage	Total de personnes à bord
2013	Havre-Saint-Pierre	4	1 939	1 389	3 328
	Sept-Îles	3	2 429	1 399	3 828
	Baie-Comeau	6	5 225	2 950	8 175
	Tadoussac	4	558	368	926
	Total	17	10 151	6 106	16 257
2014	Ports d'escale	Nombre d'escales	Passagers	Membres d'équipage	Total de personnes à bord
	Havre-Saint-Pierre	5	2 150	1 422	3 572
	Sept-Îles	9	5 842	3 911	9 753
	Baie-Comeau	9	4 521	2 798	7 319
	Tadoussac	4	1 091	763	1 854
	Total	27	13 604	8 894	22 498
Taux de variation 2013/2014		59%	34%	46%	38%
2015	Ports d'escale	Nombre d'escales	Passagers	Membres d'équipage	Total de personnes à bord
	Havre-Saint-Pierre	6	3 449	1 860	5 309
	Sept-Îles	5	3 586	2 011	5 597
	Baie-Comeau	15	4 679	3 048	7 727
	Tadoussac	0	0	0	0
	Total	26	11 714	6 919	18 633
Taux de variation 2014/2015		-4%	-14%	-22%	-17%
2016	Ports d'escale	Nombre d'escales	Passagers	Membres d'équipage	Total de personnes à bord
	Havre-Saint-Pierre	6	3 012	1 693	4 705
	Sept-Îles	4	2 437	1 578	4 015
	Baie-Comeau	11	5 398	3 152	8 550
	Tadoussac	3	622	400	1 022
	Total	24	11 469	6 823	18 292
Taux de variation 2015/2016		-8%	-2%	-1%	-2%

[22] La Côte-Nord compte trois ports d'escales reconnus par l'Association des croisières du Saint-Laurent (ACSL) : Baie-Comeau, Sept-Îles et Havre-Saint-Pierre.

Achalandage des traversiers

	Baie-Sainte-Catherine/Tadoussac	Matane-Baie-Comeau-Godbout	Forestville/Rimouski	Les Escoumins/Trois-Pistoles	St. Barbe/Blanc-Sablon	Harrington Harbour/Chevery	Rivière Saint-Augustin	Rimouski/Blanc-Sablon
2010	973 548	115 613	n.d	27 568	n.d.	2371	8185	13494
2011	927 678	113 375	40000	25 335	n.d.	2710	8 779	n.d
2012	972 220	110 564	40000	25 981	35600	2704	19 012	n.d
2013	1 005 579	102 441	37000	25 621	35 000	3102	11 667	8285
2014	939 472	102 191	39000	26 377	32840	4116	13 722	8918
2015	966 501	126 132	32 000	29 000	35 010	2410	14 158	n.d
2016	1 005 133	118 955	n.d	31 700	34 082	1828	18 149	10 146
Évolution 2015-2016	**3,8**	**-6,0**	**-21,9**	**8,5**	**-2,7**	**-31,8**	**22,0**	**n.d.**