BILAN

DE PERFORMANCE

SAISON TOURISTIQUE ESTIVALE 2015

Pour la période allant du 1er mai au 30 septembre 2015
Et mise en perspective sur 15 ans

CÔTE NORD
ENTRE NATURE ET DÉMESURE !

Équipe de rédaction

Gabrielle Potvin, Responsable accueil et chargée de projets développement Côte-Nord|Duplessis
Marie Le Poulain, Assistante développement et structuration

Relectures

Mélissa Rochefort, Directrice générale adjointe Tourisme Côte-Nord|Duplessis, coordonnatrice développement, structuration et accueil
MariePier Paquet, Responsable accueil et chargée de projets développement et structuration Côte-Nord|Manicouagan
Catherine Allard, Responsable communications et relations publiques

Sous les directions de

Karine Otis, Directrice développement, structuration et accueil
Grétha Fougères, Directrice générale Côte-Nord|Manicouagan
Marie-Soleil Vigneault, Directrice générale Côte-Nord|Duplessis

Sommaire

Introduction 5

Faits saillants 6

Précautions méthodologiques 9

Une Côte-Nord, 10 pôles 9

La collecte de données 10

La complexité des indicateurs touristiques 11

Contexte touristique 11

L'achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord 14

L'achalandage dans le Réseau d'accueil de Manicouagan 15

L'achalandage dans le Réseau d'accueil de Duplessis 16

Évolution mensuelle de l'achalandage du réseau d'accueil Côte-Nord 19

Les performances des lieux d'accueil 20

La provenance des visiteurs dans le réseau d'accueil 20

L'évolution du profil et comportements des visiteurs 21

Les motivations des visiteurs 21

Les régions demandées 22

La durée de séjour des visiteurs 22

L'âge des visiteurs 23

Le mode de transport 24

Le mode d'hébergement 24

La planification du séjour 25

Le budget de séjour 26

La performance de nos membres 27

L'achalandage par secteur d'activités 30

L'achalandage des établissements d'hébergement 33

L'achalandage des traversiers 35

La performance des escales de croisières 37

Conclusion 38

Sources et références bibliographiques 39

Annexes 41

Liste des figures

Figure 1. Évolution de l'achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord 14
Figure 2. Évolution de l'achalandage du réseau d'accueil Manicouagan 15
Figure 3. Évolution du Réseau d'accueil de Duplessis 17
Figure 4. Évolution mensuelle de l'achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord 19
Figure 5. Provenance des visiteurs du Réseau d'accueil Côte-Nord en 2015 20
Figure 6. Provenance des clientèles dans Duplessis depuis 2004 21
Figure 7. Provenance des clientèles dans Manicouagan depuis 2004 21
Figure 8. Motivation des visiteurs en Côte-Nord 2011-2015 22
Figure 9. Évolution de la durée de séjour des visiteurs 23
Figure 10. Évolution de l'âge des visiteurs 24
Figure 11. Évolution du mode d'hébergement 25
Figure 12. Évolution des demandes d'information sur les campings 25
Figure 13. Évolution des outils de planification du séjour 26
Figure 14. Évolution du budget de séjour par groupe de visiteurs 26
Figure 15. Période d'opération des entreprises touristiques 27
Figure 16. Variation de l'achalandage par rapport à 2014 28
Figure 17. Variation des recettes touristiques des membres par rapport à 2014 29
Figure 18. Proportion des visiteurs par secteur d'activités 30
Figure 19. Évolution mensuelle de l'achalandage selon le secteur d'activités 31
Figure 20. Évolution du taux d'occupation et des prix de location des établissements d'hébergement 33
Figure 21. Évolution du nombre et du taux d'occupation des campings de la Côte-Nord 34
Figure 22. Évolution de l'achalandage de la traverse Baie-Sainte-Catherine/Tadoussac 35
Figure 23. Évolution de l'achalandage des traversiers desservant la Côte-Nord 36

Introduction

C’est avec plaisir que nous constatons, grâce à nos indicateurs, que le tourisme sur la Côte-Nord se porte bien. Il se porte même de mieux en mieux pour certains secteurs clés, comme les campings et les croisières. Parmi les données positives, mentionnons que l’achalandage des traversiers, qui sont les points d’entrée importants dans notre territoire, est à la hausse depuis le début des années 2000. De même, les établissements offrant des activités de plein air sont de plus en plus fréquentés. Les attraits naturels de la région gardent leur pouvoir attractif, tout en se structurant et se diversifiant. La proportion de la clientèle internationale se maintient depuis plusieurs années de manière non négligeable puisqu’elle représente 30 % de nos visiteurs. Mais il faut nuancer le tableau. Les habitudes des voyageurs changent, et certains secteurs de l’industrie doivent s’adapter en fonction de celles-ci, comme le secteur hôtelier et l’accueil touristique.

Le bilan présente plusieurs données et dresse un portrait évolutif des performances touristiques de la Côte-Nord depuis le début des années 2000. Toutes les informations récoltées auprès du réseau d’accueil et de nos membres nous permettent de porter un regard plus aiguisé sur la performance de notre industrie.

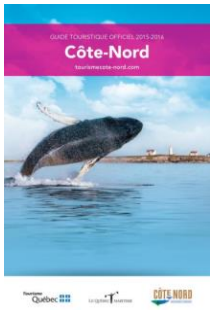
Faits saillants

- Au cours de la saison touristique 2015, le Réseau d'accueil a enregistré un achalandage de **92 884 visiteurs** comparativement à 92 819 en 2014. Cela correspond donc à une stabilisation par rapport à l'an passé.
  Les lieux d'accueil et d'informations touristiques sont de moins en moins fréquentés par les visiteurs, qui privilégient l'information en ligne durant ou avant leur séjour. Le Réseau d'accueil de la Côte-Nord a connu une baisse d'achalandage de 20 % par rapport à 2003.

- On note **une légère baisse d'achalandage du Réseau d'accueil au mois de juillet**, certainement due à des conditions météorologiques défavorables[1]. En revanche **tous les autres mois** de l'été ont connu une **progression** par rapport à 2014.
  Sur 10 ans, la fréquentation des lieux d'accueil est à la baisse pour juillet et août mais se maintient durant les ailes de saisons. On note quand même une reprise depuis 2014.

- On estime à **34 795** le nombre de visiteurs susceptibles d'avoir prolongé leur séjour de quelques heures, à une journée ou plus, après avoir utilisé les services du Réseau d'accueil. La rétention de ces visiteurs sur le territoire de la Côte-Nord représente plus de **2,8 M $ de dépenses touristiques supplémentaires.**

- Le Réseau d'accueil de la Côte-Nord a distribué environ **9020 exemplaires du Guide touristique officiel de la Côte-Nord en version française et 2300 en version anglaise** durant la saison estivale. Nous avons aussi fait parvenir 3486 guides en français et 1953 guides en anglais à de potentiels visiteurs intéressés par la région, dont 105 en français et 427 versions en anglais pour le hors-Québec. **41 040 Guides touristiques officiels de la Côte-Nord ont été encartés dans les journaux** de la Haute-Côte-Nord, Le Manic, Le Nord-Côtier et le Trait d'union du Nord de Fermont.



- Entre le 1er mai et le 30 septembre 2015, **le site Web de Tourisme Côte-Nord a reçu 130 173 visites**, ce qui correspond à une hausse de 24 % par rapport à la même période l'année passée. 80 % des internautes consultent notre site Web depuis le Québec.

- **Toutes nos clientèles sont en hausse depuis 2014, à l'exception de la clientèle européenne**, en léger recul (- 2 %). Les Québécois demeurent les plus nombreux à visiter notre région : ils représentaient 68 % des visiteurs cette année.
  La provenance des touristes pour la Côte-Nord se maintient depuis le début des années 2000, avec une proportion d'environ 70 % de Québécois et 30 % d'étrangers. Manicouagan accueille environ 40 % de visiteurs hors Québec; ceux-ci se rendent en particulier en Haute Côte-Nord.

[1] TOURISME QUÉBEC, Note de conjoncture juillet 2015

- Les **concours** lancés cet été ont connu un vif succès. Plus de **500 personnes** se sont rendues dans au moins quatre musées, centres d'interprétation ou lieux patrimoniaux, afin de faire valider leur **passeport culturel.**

  976 coupons de sondage ont été récoltés, grâce à la **collaboration de nos membres**, pour la démarche du **baromètre touristique,** ce qui nous permettra de mieux connaître nos visiteurs.

  Le concours **« Cet été, ne perdez pas le Nord ! »,** qui invitait les visiteurs à se prendre en photo avec les **lettres du mot « Côte-Nord » réparties sur le territoire, a récolté plus de 4 500 photos, envoyées par près de 500 participants pour ce concours.**

- **68 % des visiteurs** se sont déplacés en Côte-Nord pour venir profiter **des sites et attraits naturels de la région**. En 2015, 17 % des visiteurs se sont déplacés pour l'aspect culturel de la Côte-Nord.
  Les grands espaces sont les principaux motifs de déplacement des visiteurs, et ce depuis les 15 dernières années. L'intérêt des visiteurs pour les activités culturelles est en croissance (+ 7 %) depuis 2011.

- **52 % des membres**, ayant répondu au sondage, ont constaté **une hausse de leur achalandage** durant la saison 2015, par rapport à 2014.

- Les **prix de l'hébergement hôtelier** en Côte-Nord sont en moyenne de 30 % moins élevés que ceux de la moyenne québécoise. Ils ont augmenté de manière régulière depuis 2000, tout comme ceux du Québec. En 2015, le prix moyen d'une nuit à l'hôtel sur la Côte-Nord était de 109 $, comparé à 65 $ en 2000, alors que pour l'ensemble du Québec les prix sont passés de 99 $ pour une nuit en 2000, à 141 $ en 2015.

- Il y a de plus en plus de campeurs en Côte-Nord. L'année 2014 a été la meilleure année en ce qui concerne la fréquentation des campings de la région depuis les années 2000. **En 2015, les 42 campings de la région ont accueilli 1 895 campeurs pour 3 140 emplacements, soit un**

taux d'occupation de 60 %. En revanche, le taux d'occupation des hôtels est en baisse depuis 2012. Une tendance qui sera à confirmer dans les prochaines années.

- Les traversiers pour accéder à la Côte-Nord ont été achalandés cet été : Baie-Saint-Catherine/Tadoussac a connu une hausse de 2,8 % de son achalandage, Matane/Baie-Comeau une hausse de 20 %, St. Barbe/Blanc-Sablon une croissance de 3 %.

- **L'industrie mondiale des croisières a connu une hausse de 68 % des demandes en dix ans**. Cette industrie a des retombées significatives pour la **Côte-Nord** : en effet la région compte **quatre ports d'escale de croisières internationales, dont 3 qui sont dûment reconnus par le Gouvernement du Québec et la stratégie québécoise des croisières internationales**. Ainsi, **15 navires** ont accosté à **Baie-Comeau**, **cinq navires** à **Sept-Îles** et **six navires** à **Havre-Saint-Pierre en 2015**. Tadoussac n'a accueilli aucun navire cette année.

Précautions méthodologiques

Une Côte-Nord, 10 pôles

Depuis 2013, Tourisme Côte-Nord|Manicouagan et Tourisme Côte-Nord|Duplessis présentent conjointement le bilan statistique estival de la Côte-Nord. Pour ce faire, les deux ATR ont unifié leur méthodologie.

Dans le cadre de la mise en œuvre du Plan stratégique de développement touristique Côte-Nord 2013-2020, les deux ATR ont adopté une approche par pôle 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, Bergeronnes, Les Escoumins et la Première nation Innue d'Essipit;
- Le pôle de **Forestville**, incluant les municipalités de Longue-Rive, Porneuf-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 et Schefferville;
- Le pôle **Sept-Îles et Port-Cartier**;
- **L'Île-d'Anticosti;**
- Le pôle de **Rivière-au-Tonnerre**, incluant les localités de Sheldrake, Magpie et Rivière-Saint-Jean;
- 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 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.

La collecte de données

Le Réseau d'accueil de la Côte-Nord totalise **20 lieux d'accueil** reconnus par le ministère du Tourisme du Québec (MTO), dont 9 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, bien que le tiers de la clientèle touristique affirme ne visiter aucun lieu d'accueil durant son séjour[2]. Les préposés du Réseau d'accueil sont formés chaque année par Tourisme Côte-Nord sur la prise de statistiques, mais aussi sur 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 comprenant une mise en perspective sur 15 ans, nous nous sommes appuyés en grande partie sur les données d'achalandage fournies par les bureaux d'accueil touristique en 2015 et au cours des années précédentes. 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 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[3] »* 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. Toutes les données de ce portrait concernent les saisons estivales élargies, du 1er mai au 30 septembre. Cette année, **37 890 actes de renseignements ont été réalisés auprès des 92 884 visiteurs du Réseau d'accueil de la Côte-Nord.**

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.[4]

Enfin, nous avons pu récolter cette année un échantillonnage de 65 établissements, tous secteurs d'activité confondus, grâce à nos membres; ceux-ci nous ont fourni leurs données d'achalandage par un sondage en ligne dédié à cette fin.

---

[2] CHAIRE DE TOURISME TRANSAT. *Projet Baromètre régional – Résultats Côte-Nord, 2014* [Document PowerPoint des résultats d'une enquête auprès des visiteurs – Saison estivale 2014]

[3] *« 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.

[4] Le baromètre touristique est une démarche menée par La Chaire de tourisme Transat, ATR Associées du Québec, Tourisme Québec et plusieurs ATR, dont Tourisme Côte-Nord. Le sondage post-séjour mené dans le cadre de cette démarche a été administré à 921 personnes ayant visité la Côte-Nord à l'été 2014. Les objectifs de ce sondage étaient de déterminer le profil et le comportement de la clientèle et de disposer d'informations nouvelles et exclusives pour déterminer des orientations stratégiques de développement et de marketing. La démarche a été réitérée en 2015.

La complexité des indicateurs touristiques

Les données dont nous disposons nous permettent de connaître le nombre de personnes se rendant dans les bureaux touristiques, dans les attraits et dans les hébergements, mais il n'est cependant pas simple de quantifier le nombre exact de touristes ayant visité la Côte-Nord. En effet, nombreux sont les visiteurs qui séjournent chez des proches, qui ne se rendent pas dans les lieux d'accueil ou encore qui pratiquent des activités pour lesquelles il est difficile d'obtenir des données d'achalandage (exemple : activités de plein air gratuites). Pour ces raisons, nous estimons que les données que nous avons, sont sous-estimées. C'est en étudiant l'évolution de chacun de nos indicateurs que nous pouvons juger de la performance 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 2015;
- toutes autres données jugées pertinentes.

Contexte touristique

Depuis 15 ans, le contexte touristique et les attentes des visiteurs ont changé. Afin de mieux comprendre l'évolution de la fréquentation touristique en Côte-Nord, il est nécessaire de considérer les tendances à l'œuvre de manière élargie au Québec, au Canada et dans le monde.

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[5].

- 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[1].

- 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[6].

[5] TOURISME QUÉBEC, *Tourisme en chiffres 2014*
[6] INSTITUT DE LA STATISTIQUE DU QUÉBEC, *Les principaux produits d'exportation*

La fin de la récession de l'économie américaine, un indice de confiance à la hausse et un taux de change favorable ont incité nos voisins américains à se rendre au Canada et au Québec. De manière générale, les arrivées de touristes internationaux sont en hausse depuis le début de l'année 2015 (+ 4 % au premier semestre.)[7]

- Les visiteurs sont à la recherche d'une expérience authentique et unique, loin de la vision touristique de masse. **La Côte-Nord a de nombreux atouts pour répondre à leurs attentes.**

- **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[8].

- L'industrie touristique canadienne peut compter sur une **demande intérieure forte**, qui, malgré les aléas de l'économie, est toujours au rendez-vous. Les compagnies aériennes ont d'ailleurs prévu d'offrir 2,9 % de sièges supplémentaires sur les vols intérieurs.[9]

- 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 via les programmes dédiés au développement nordique.

- Le **marché des croisières en pleine expansion** au Canada est en concordance 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.[10]

Tendances défavorables

- À la moitié du siècle dernier, le Canada était la 2e destination la plus visitée au monde. Son positionnement a régressé de façon accélérée depuis le début des années 2000. En 2012, le Canada occupait la **16e place.**

- **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,

[7] D'après l'Organisation Mondiale du Tourisme
[8] COMISSION CANADIENNE DU TOURISME, *Nouvelles de la CCT, Trois tendances touristiques à surveiller en 2014*
[9] RÉSEAU VEILLE TOURISME, *Regard prospectif sur l'industrie touristique canadienne*
[10] DESTINATION CANADA, *Nouvelles de la CCT*

principalement étudiantes, qui doivent retourner en classe avant la fin de la saison touristique.

- **La concurrence s'intensifie** globalement, entre autre 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[11].

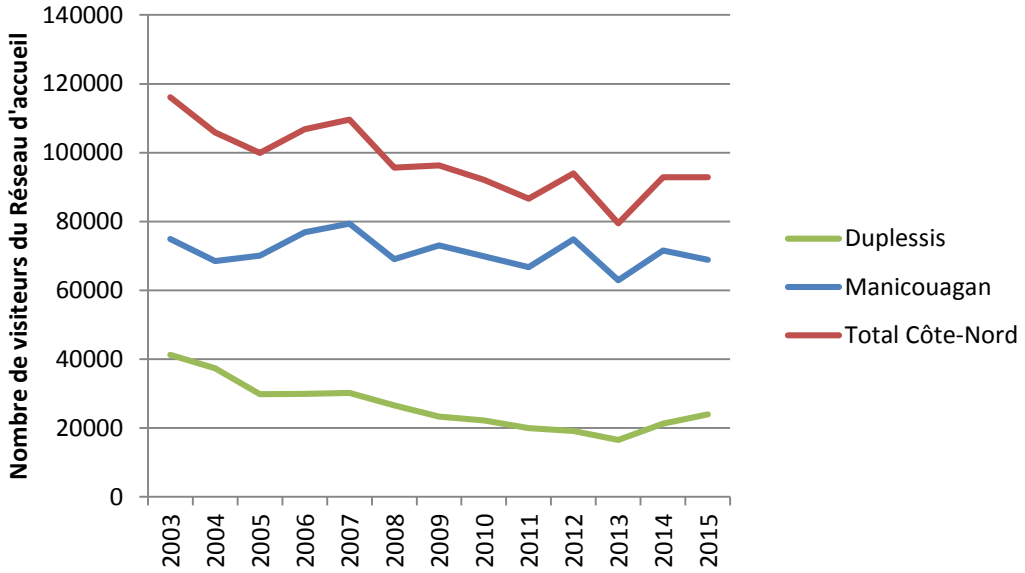
- Plusieurs contraintes empêchent le Canada de se positionner comme une destination concurrentielle et de tirer profit de ces nouvelles clientèles: **voyages aériens trop chers, barrières légales à l'entrée pour les visiteurs en provenance de plusieurs pays** (visa obligatoire), **faible promotion sur les marchés émergents**, etc.

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

L'achalandage du Réseau d'accueil Côte-Nord

Entre les mois de mai et septembre 2015, le Réseau d'accueil de la Côte-Nord a **accueilli 92 884 visiteurs.** Cela correspond à une stabilisation de l'achalandage par rapport à 2014. Les bureaux d'accueil de Manicouagan ont connu une légère baisse d'achalandage de 4 %, compensée par une hausse de 13 % du nombre de visiteurs dans ceux de Duplessis. Sur un total de 20 lieux d'accueil, excluant les bureaux administratifs des deux ATR, 11 ont connu une hausse d'achalandage par rapport à 2014. [12]

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



Sur 12 ans, l'évolution de l'achalandage du Réseau des lieux d'accueil de la Côte-Nord est très variable. Plusieurs facteurs peuvent expliquer cette situation : des modifications d'horaires et de périodes d'ouverture, le roulement de personnel, la fermeture et la réouverture de certains bureaux, etc. De manière générale, le manque de rigueur des préposés à la prise de statistiques demeure une faiblesse du réseau d'une année à l'autre; ceci peut entraîner des baisses ou des hausses de l'achalandage enregistré. On constate tout de même que le nombre de visiteurs pour la Côte-Nord a diminué de 20 % depuis le début des années 2000, passant de 116 118 visiteurs en 2003 à 92 884 en 2015. Cette baisse générale peut trouver une explication dans le fait que les touristes fréquentent de moins en moins les lieux d'accueil touristique. L'étude du baromètre touristique effectuée pendant l'été 2014 démontre que plus d'un tiers des visiteurs ne s'est pas rendu dans un bureau d'accueil au cours de son séjour[13]. Les visiteurs sont en effet plus nombreux à utiliser les nouvelles technologies pour préparer leur itinéraire ou réserver un hébergement. Le site Web Tourisme Côte-Nord a d'ailleurs connu une progression de 24 % avec 130 173 visites

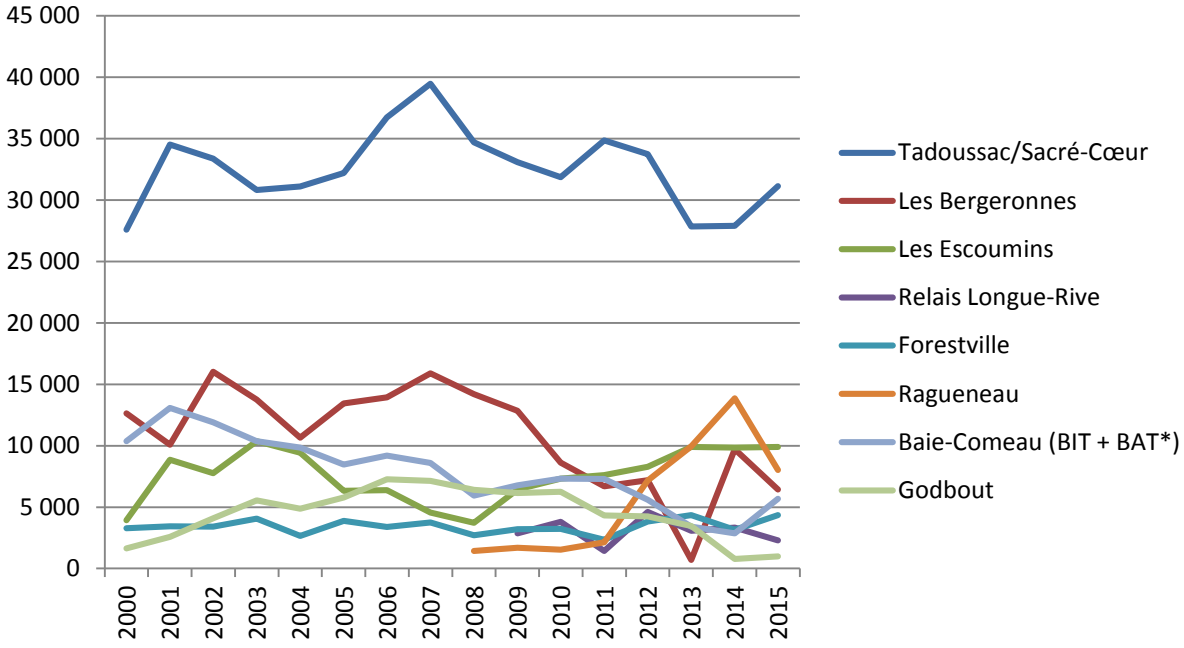
[12] Pour plus de détails, se référer aux tableaux d'achalandage du Réseau d'accueil en ANNEXE A

[13] CHAIRE DE TOURISME TRANSAT. *Projet Baromètre régional – Résultats Côte-Nord, 2014* [Document PowerPoint des résultats d'une enquête auprès des visiteurs – Saison estivale 2014]

durant l'été.[14] Cette tendance n'est pas spécifique à la Côte-Nord et se vérifie un peu partout au Québec[15]. On note tout de même une reprise de l'achalandage depuis 2014, qui sera à confirmer dans les prochaines années.

L'achalandage dans le Réseau d'accueil de Manicouagan

Figure 2. Évolution de l'achalandage du réseau d'accueil Manicouagan



*BIT : Bureau d'information touristique / BAT : Bureau d'accueil touristique

Durant la saison 2015, le Réseau d'accueil de Manicouagan a accueilli **68 905 visiteurs.** Voyons plus précisément comment chaque bureau d'accueil a performé depuis 2000 :

Le pôle de Tadoussac

Le bureau d'accueil de **Tadoussac**, porte d'entrée de la Côte-Nord, est le plus fréquenté. Il comptabilise à lui seul plus d'un tiers des visiteurs de Manicouagan (34 % en 2015), avec une forte proportion de clientèle hors Québec (54 % en 2015). Durant l'été 2015, le bureau a accueilli 31 126 visiteurs, ce qui correspond à une augmentation de 12 % par rapport à 2014. Le **bureau des Escoumins** connaît une progression quasi constante du nombre de visiteurs depuis 2009. Il a accueilli cet été 9 898 visiteurs, devenant ainsi le 2ème bureau de la Côte-Nord en terme de

[14] Nous ne disposons pas de données de comparaison avant 2014 car les ATR Duplessis et Manicouagan avaient alors chacune leur propre site Web.

[15] A titre d'exemple, les bureaux d'information de Montréal ont connu une baisse de fréquentation de 18 % entre 2010 et 2013, puis une augmentation de 21 % entre 2013 et 2014, avec 109 600 visiteurs accueillis. Source : TOURISME MONTRÉAL, Rapports annuels 2010-2014.

fréquentation. En revanche, le bureau des **Bergeronnes** enregistre une baisse d'achalandage de 33 % par rapport à l'an passé. Sa fréquentation a fortement varié entre 2000 et 2015, passant de 16 000 visiteurs en 2002 à 700 en 2013 (ce résultat de 2013 s'explique par un manque de prise de données dans le bureau d'accueil).

Le pôle de Forestville

En 2015, 4 338 visiteurs se sont rendus dans le bureau de **Forestville**, soit 37 % de plus que l'an passé. La fréquentation de ce bureau est assez stable depuis 15 ans. Elle se situe aux alentours de 3 500 visiteurs depuis 2000. Le **bureau de Longue-Rive**, avec 2 283 visiteurs en 2015 a connu une baisse d'achalandage de 32 % par rapport à 2014. Cette baisse peut trouver une explication dans le fait que la route 138 contourne désormais le village au lieu de passer en son cœur, à proximité du bureau.

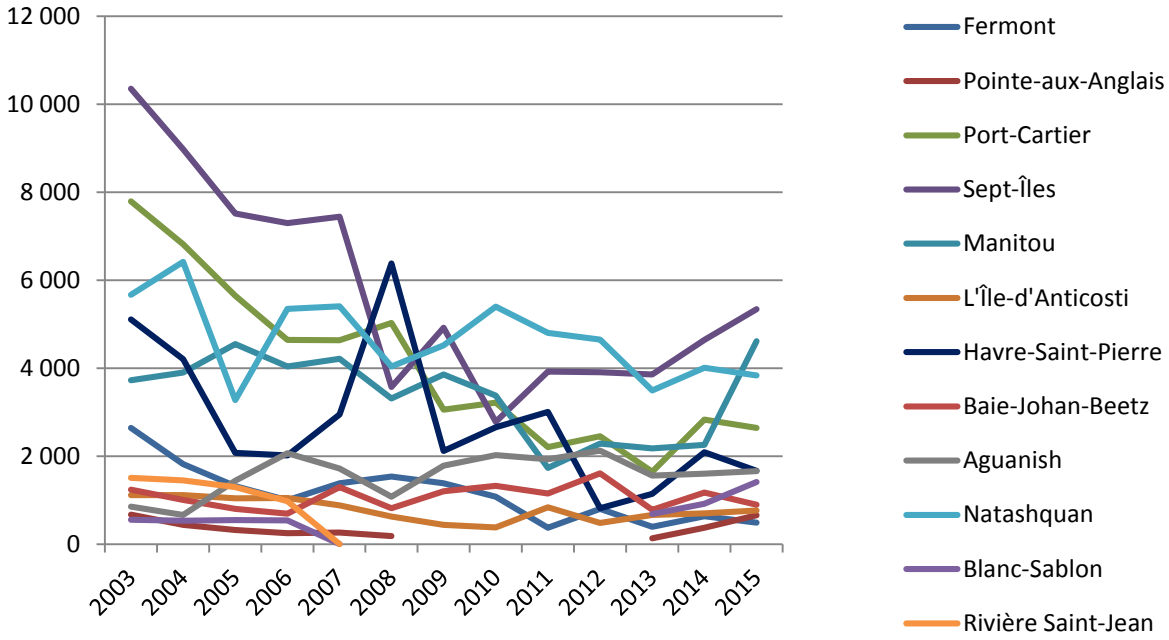
Le pôle de Baie-Comeau

Pour les bureaux d'accueil, de **Baie-Comeau** et **Godbou**t, qui connaissaient une fréquentation à la baisse depuis 2005, la tendance s'est inversée en 2015 puisqu'ils ont tous deux accueilli plus de visiteurs qu'en 2014. Cette augmentation est particulièrement marquante pour les bureaux de Baie-Comeau qui ont doublé leur achalandage par rapport à l'an passé, avec 5 677 visites. Un bon résultat qui pourrait être dû en partie à la présence d'un nouveau traversier entre Matane et Baie-Comeau, alors qu'à Godbout les travaux de mise aux normes du quai ont empêché l'accostage du traversier durant la saison. Le bureau d'accueil de Godbout, situé aux abords de la 138 depuis 2014 a pu servir de point de repère aux visiteurs en demande d'informations sur la situation du traversier. À l'inverse, le bureau de **Ragueneau** qui était en progression depuis 2008, a connu une baisse d'achalandage significative cette année puisqu'il est passé de 13 859 visiteurs en 2014, à 8 031 en 2015.

L'achalandage dans le Réseau d'accueil de Duplessis

Les bureaux d'accueil de Duplessis ont dans l'ensemble bien performé en 2015. Ils ont accueilli au total **23 979 visiteurs** durant la saison.

Figure 3. Évolution du Réseau d'accueil de Duplessis



Pôle de Fermont et la route 389

489 visiteurs se sont rendus dans le bureau de Fermont, ce qui équivaut à une baisse de 23 % par rapport à l'an dernier. Le bureau de Fermont a déménagé dans un nouveau local, plus petit et moins à la vue des passants, ce qui peut en partie expliquer cette baisse.

Comparativement à 2003, la tendance est à la diminution pour ce bureau d'accueil qui a perdu 81 % de sa fréquentation en 12 ans. Nous pouvons avancer plusieurs explications à ce résultat. D'abord, l'économie de Fermont, principalement basée sur l'industrie minière, doit composer avec les hauts et les bas de ce secteur industriel d'importance qui attire une clientèle touristique d'affaires; celle-ci congestionne, à certains moments, les unités d'hébergement disponibles. De plus, un roulement de personnel du lieu d'accueil a pu avoir un impact sur les données d'achalandage. À certaines périodes, aucun gestionnaire n'était en poste.

Pôle Port-Cartier et Sept-Îles

À Sept-Îles, le bureau d'accueil a connu une bonne saison puisqu'il a accueilli 15 % de fréquentation de plus qu'en 2014, soit 5 343 visiteurs. Le bureau de Sept-Îles est toujours le plus achalandé de Duplessis, malgré une division par deux du nombre de visiteurs accueillis en 10 ans. Cette baisse peut trouver une explication dans le fait que le bureau d'accueil de Sept-Îles a déjà eu deux points de service alors qu'il n'en a qu'un maintenant. Également, l'accès à l'information par le Web est plus facile dans ce grand centre de la Côte-Nord, que dans les petits villages où les bureaux d'accueil constituent une des seules sources d'information.

À Port-Cartier l'achalandage a été légèrement moindre qu'en 2014, avec 2 641 visiteurs. Durant la dernière décennie, ce bureau a subi une diminution de son achalandage, puisqu'il accueillait plus de 7 700 visiteurs en 2003. L'achalandage du bureau de **Pointe-aux-Anglais** a augmenté de 74 % par rapport à 2014, avec 655 visiteurs accueillis. Situé dans les mêmes locaux que le Musée Louis-Langlois, ce bureau a certainement bénéficié de la mise en place du passeport culturel[16], qui a incité le public à visiter les établissements muséaux.

Anticosti

Après avoir connu une tendance à la baisse entre 2003 et 2012, l'achalandage du bureau d'Anticosti progresse tranquillement, avec 768 visiteurs cette année. Une croissance qui s'explique, entre autres, par les explorations pétrolières depuis 2014 qui amènent des visiteurs sur l'île.

Le pôle de Rivière-au-Tonnerre

Après une période creuse entre 2011 et 2014, le bureau de Manitou a connu une hausse marquante de l'achalandage cette année, avec 4 613 visiteurs, soit presque le double de l'an passé. Manitou qui est une halte routière populaire, est situé à proximité de la chute du même nom. Durant la saison 2015, 13 616 personnes ont fait un arrêt dans cette halte.

Le pôle de Havre-Saint-Pierre

Les bureaux de **Baie-Johan-Beetz** et de **Havre-Saint-Pierre** ont subi une diminution respective de 24 % et 20 % par rapport à 2014. Notons tout de même qu'en terme de circulation au Portail Pélagie-Cormier, bâtiment où se trouvent le bureau touristique, les Services Maritimes Boréale et Parcs Canada, 5 443 passages ont été enregistrés manuellement au cours de la saison.

Le bureau de Havre-Saint-Pierre a connu au fil des années de nombreuses variations, pouvant en partie s'expliquer par la rigueur ou non de la prise de statistiques. La hausse d'achalandage en 2007 s'explique par les fêtes du 150^{ième} anniversaire de Havre-Saint-Pierre où plusieurs activités estivales ont été organisées.

Le pôle de Natashquan

La fréquentation de ce pôle est stable par rapport à l'an passé, la légère baisse du bureau de **Natashquan** (- 4,4 %) étant compensée par une hausse du bureau d**'Aguanish** (+ 3,3 %). Ils ont accueilli respectivement 3 836 et 1 660 visiteurs en 2015. Mentionnons que l'achalandage du bureau d'Aguanish a presque doublé entre 2003 et 2015, passant de 851 à 1 660 visiteurs. Pour la même période, la tendance est plutôt à la baisse pour Natashquan (- 32 %).

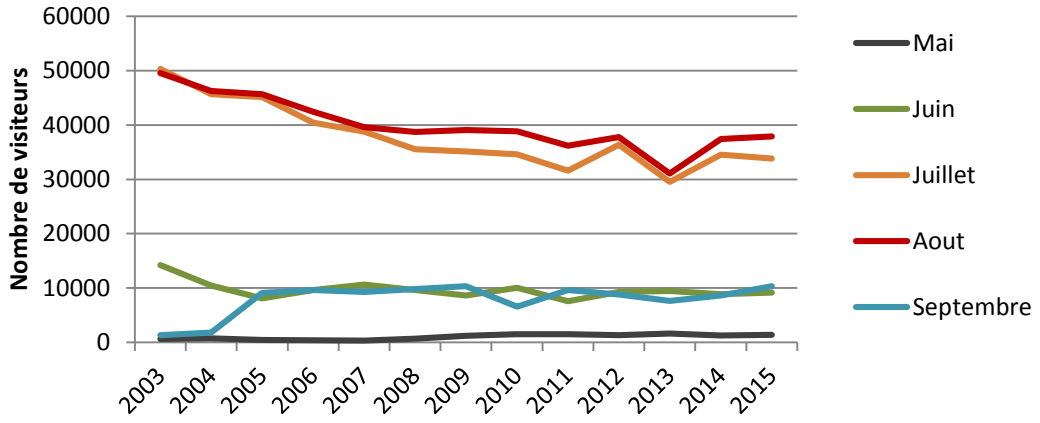
[16]Le Passeport culturel de la Côte-Nord rassemblait 44 attraits culturels répartis sur l'ensemble du territoire. Accompagné d'un concours, il a été créé afin d'inciter les visiteurs à se rendre dans les musées, les centres d'interprétation et les lieux patrimoniaux. Les touristes devaient faire tamponner leur passeport dans quatre attraits culturels afin d'être éligibles à un tirage au sort leur permettant de remporter un appareil photo.

Basse Côte-Nord

Le bureau de **Blanc-Sablon** a fermé entre 2007 et 2013. Il accueillait, avant sa fermeture en 2007, 550 visiteurs en moyenne par été. Depuis sa réouverture, les résultats sont très positifs puisque l'achalandage est en progression constante. En effet, le bureau a accueilli cette année 1 411 visiteurs.

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

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



Au cours de la saison 2015, les mois les plus achalandés demeurent ceux de juillet et d'août. On note une légère baisse de fréquentation au mois de juillet (- 2 %), certainement due à des conditions météorologiques défavorables[17]. En revanche, tous les autres mois ont été plus achalandés que l'année passée, notamment les mois de mai et de septembre avec une progression respective de 11 % et 21 % par rapport à 2014.

Quand on pose notre regard sur les 10 dernières années, on constate que la tendance générale est plutôt à la baisse pour l'achalandage du mois de juillet et d'août, malgré une reprise depuis 2014. Cependant, la fréquentation des ailes de saison reste relativement stable depuis 2005. Il est intéressant de constater à la lecture des statistiques qu'un début de saison plus lent correspond généralement à une fin de saison plus forte, comme cela a été le cas cette année. Inversement, un début de saison fort se conclut par une fin de saison plus faible.

Si l'on observe plus précisément les tendances dans Duplessis et Manicouagan, on constate que les visiteurs se rendent dans Manicouagan davantage en fin de saison (septembre); à l'inverse, les visiteurs dans Duplessis privilégient le début de saison (juin).

[17] TOURISME QUÉBEC, Note de conjoncture juillet 2015

Les performances des lieux d'accueil

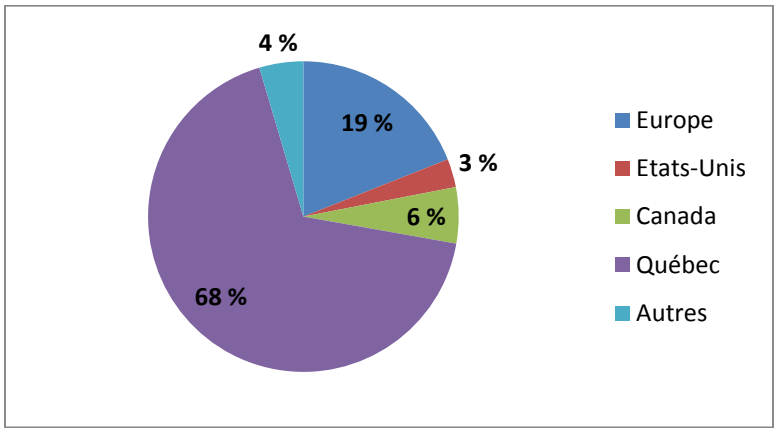
Selon le ministère du Tourisme du Québec, **36 % des visiteurs qui se rendent dans un lieu d'accueil et de renseignements touristiques prolongent leur séjour** de quelques heures à une journée et plus. On évalue qu'environ 34 795 visiteurs sont susceptibles d'avoir ainsi allongé leur séjour dans la région 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 2015 ont engendré des dépenses supplémentaires de plus de 2,8 millions de dollars**. Ces données mettent en avant l'importance de travailler sur une stratégie d'accueil performante, en accord 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

Les Québécois demeurent les plus nombreux à visiter la région. Avec 62 793 visiteurs, ils ont représenté **68 % de l'achalandage** du Réseau d'accueil de la Côte-Nord. Cela correspond à une hausse de cette clientèle par rapport à l'année passée. Ils viennent principalement des régions de Montréal (14 %), de Québec (13 %) et de Montérégie (13 %). Les Français constituent notre seconde clientèle en importance avec 13 039 visiteurs, soit 15 % de l'achalandage.

La **clientèle européenne**, parmi laquelle on compte principalement, outre les Français, des Suisses, des Allemands, des Belges et des Italiens, est **en léger recul cette année (- 2 %).** Cependant, tous les autres marchés sont en hausse. La **clientèle canadienne** (hors Québec) en particulier révèle une **hausse de 36 %,** avec 5 421 visiteurs. **Nos voisins des États-Unis ont aussi été plus nombreux à venir nous visiter (+ 13 %).**

Figure 5. Provenance des visiteurs du Réseau d'accueil Côte-Nord en 2015



La provenance des visiteurs varie peu depuis les années 2000, que ce soit dans Duplessis ou dans Manicouagan. La région de Duplessis accueille une forte proportion de clientèle québécoise (environ 90 %). Dans Manicouagan, bien que les Québécois soient toujours les plus présents (60 % de la clientèle en 2015), on note une présence importante des Européens qui varie de 20 % à 30 % selon les années. On ne peut ignorer l'attractivité du pôle de Tadoussac pour la clientèle de l'extérieur du Québec. En 2015, les visiteurs de Tadoussac étaient des étrangers dans une proportion de 54 %, dont 27 % des Français.

Figure 6. Provenance des clientèles dans Duplessis depuis 2004

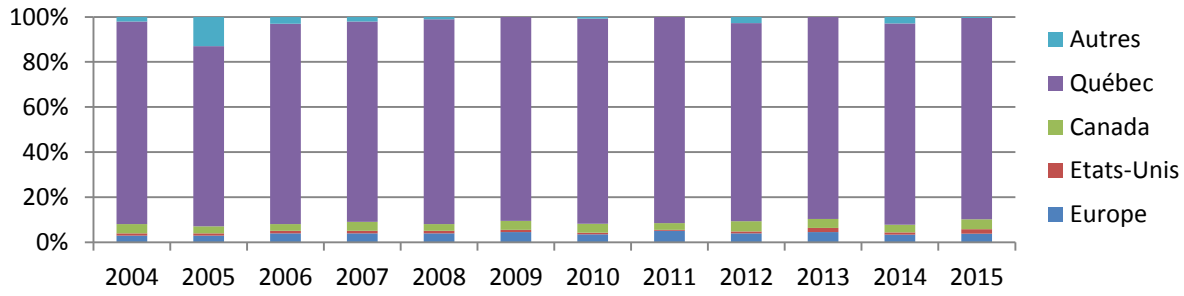
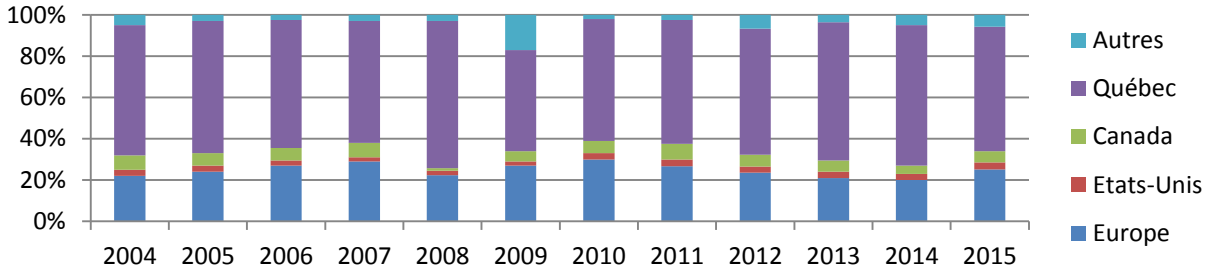


Figure 7. Provenance des clientèles dans Manicouagan depuis 2004



L'évolution du profil et comportements des visiteurs

Les motivations des visiteurs

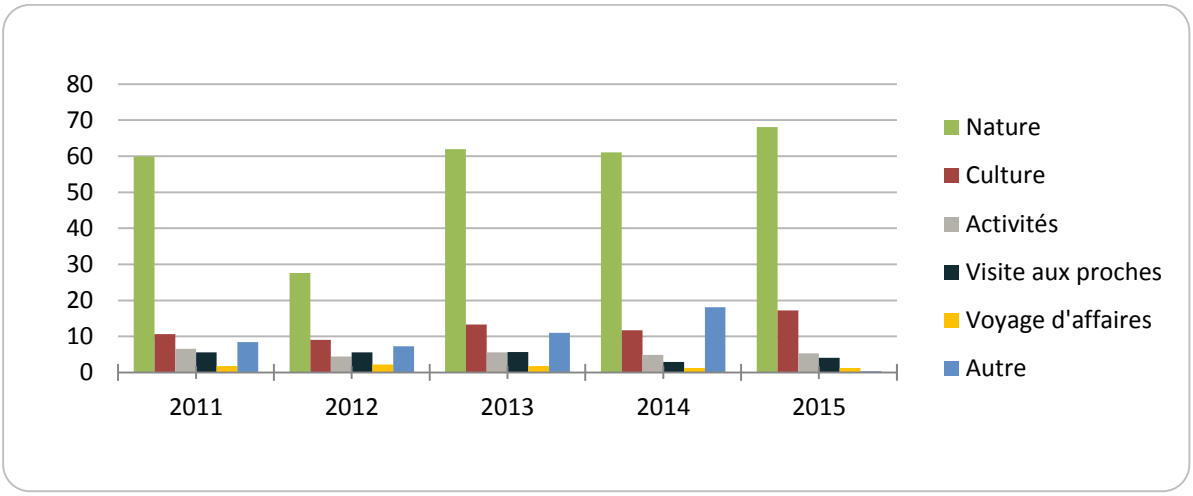
Les motivations des visiteurs ont très peu évolué au fil des années. Les données récoltées en 2001 indiquent, que **la nature (grands espaces, plages, baleines, archipels, etc.) est ce qui incite le plus les visiteurs à venir sur la Côte-Nord (pour 90 % d'entre eux)**, alors que 10 % mentionnent que la culture est le facteur incitatif au déplacement.

En observant les données enregistrées depuis une dizaine d'années, les attraits naturels sont toujours au cœur des motivations des visiteurs, devant les attraits culturels (musées, culture autochtone, gastronomie, etc.).

L'évolution des motivations des visiteurs est en cohérence avec l'offre touristique de la région qui mise sur des activités principalement orientées vers les espaces naturels, entre autres vers le Saint-Laurent et ses atouts.

Mais malgré un intérêt plus marqué pour le plein air que pour les musées et centres d'interprétation, on constate tout de même 17 % des visiteurs se sont déplacés pour l'aspect culturel de la Côte-Nord.

Figure 8. Motivation des visiteurs en Côte-Nord 2011-2015



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

Les demandes d'information concernant le secteur de Manicouagan représentent 63 % tandis qu'on note 44 % des demandes pour Duplessis.

Les pôles pour lesquels on reçoit le plus de questions sont ceux de **Tadoussac (27 %), Baie-Comeau (23 %), Natashquan (16 %), Forestville (13 %), Port-Cartier-Sept-Îles (13 %) et Havre-Saint-Pierre (13 %).** La répartition des demandes d'information sont en corrélation avec les secteurs visés par la clientèle touristique.

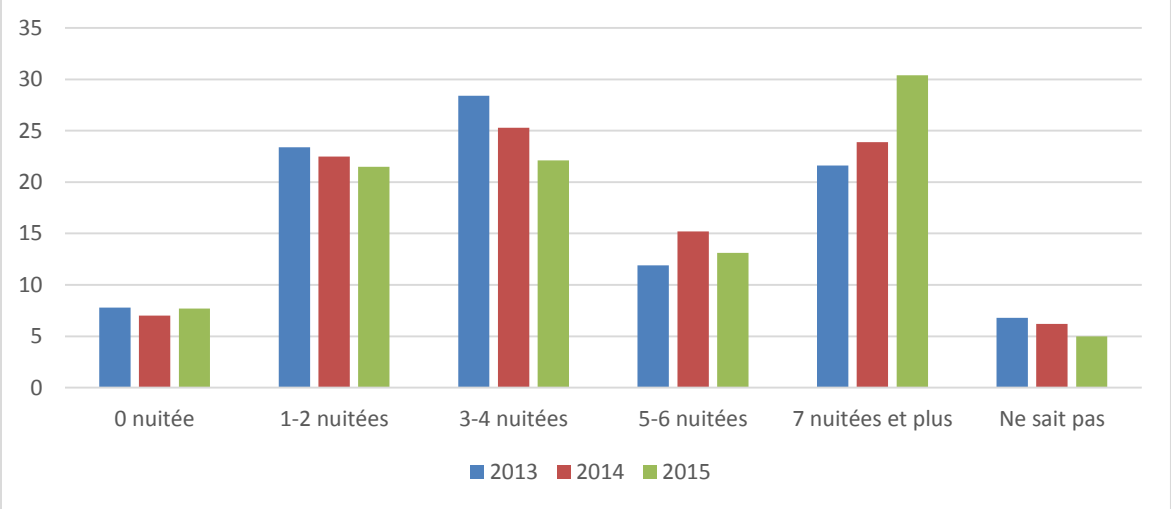
La durée de séjour des visiteurs

Les données des trois dernières années démontrent que les visiteurs font des séjours de plus en plus longs en Côte-Nord. Le baromètre touristique indique que 44 % des visiteurs passent plus d'une semaine sur la Côte-Nord, et 9 % restent plus de 15 jours**. La durée moyenne de séjour est de 7 nuitées.**[18] Bien que les tendances sur les comportements indiquent que la préférence des

[18] CHAIRE DE TOURISME TRANSAT. *Projet Baromètre régional – Résultats Côte-Nord, 2014* [Document PowerPoint des résultats d'une enquête auprès des visiteurs – Saison estivale 2014]

visiteurs québécois est aux courts séjours, la Côte-Nord, par la grandeur de son territoire, s'y inscrit difficilement.

Figure 9. Évolution de la durée de séjour des visiteurs



L'âge des visiteurs

Les visiteurs de la Côte-Nord sont pour la **plupart âgés entre 45 et 64 ans**, et ce depuis les trois dernières années. On remarque une hausse significative de cette catégorie d'âge. En 2014, la catégorie représentait 43 % des visiteurs, alors qu'en 2015, la même catégorie d'âge représente 50 % des visiteurs.

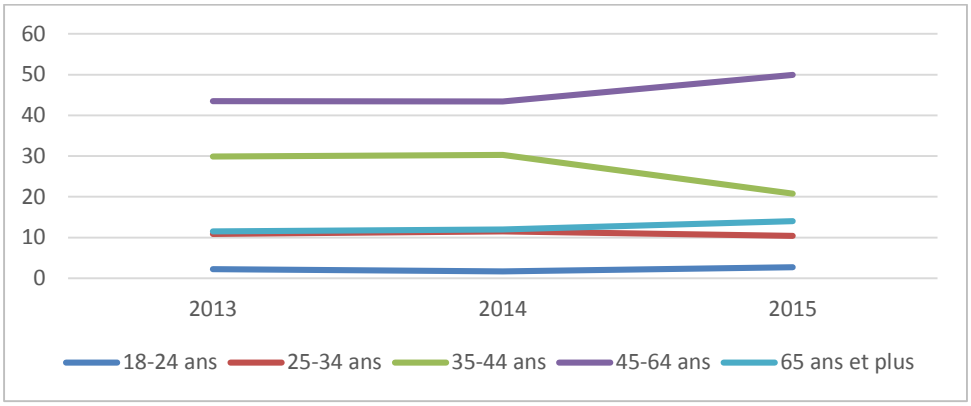
Une étude de la Chaire de tourisme Transat réalisée en avril 2013 sur le programme de signalisation des routes et circuits touristiques du Québec, affirme que les parcours officiels telle la Route des Baleines favorisent les points suivants :

- la fidélisation et la rétention de la clientèle, ce qui se traduit par l'augmentation des retombées économiques;
- l'intérêt particulier des gens âgés entre 45 et 64 ans et des visiteurs étrangers.

Cette année, il y a eu une baisse de la tranche d'âge 35-44 ans, qui était une clientèle plutôt stable dans les deux années précédentes. La pyramide des âges au Québec, démontre qu'une plus grande proportion de la population est âgée de plus de 43 ans.[19]

[19] INSTITUT DE LA STATISTIQUE QUÉBEC, *La pyramide des âges animée, 1971-2061*

Figure 10. Évolution de l'âge des visiteurs



Le mode de transport

Le moyen de transport utilisé par la plupart des visiteurs se rendant sur la Côte-Nord est la **voiture**, en légère hausse depuis 2013. La présence de **véhicules récréatifs** est relativement stable à 17 % depuis les trois dernières années.

Le mode d'hébergement

Les hébergements priorisés durant les séjours des visiteurs sur la Côte-Nord sont **les campings, les hôtels, les motels et les auberges**, tel que le démontre le graphique sur l'évolution du mode d'hébergement suivant.

On constate que dans les cinq dernières années, **le camping a gagné en popularité**. En 2011, 33 % des visiteurs priorisaient ce type d'hébergement et 37 % en 2015. Les données recueillies, présentées dans le tableau ci-après, indiquent que les demandes d'information sur les campings croissent depuis 2013.

Un élément qui sera à observer au cours des prochaines années, est celui-ci « Ne s'applique pas »; élément ajouté depuis 2014. Cette réponse correspond aux personnes résidentes qui viennent chercher des informations au bureau d'accueil de leur ville.

Figure 11. Évolution du mode d'hébergement

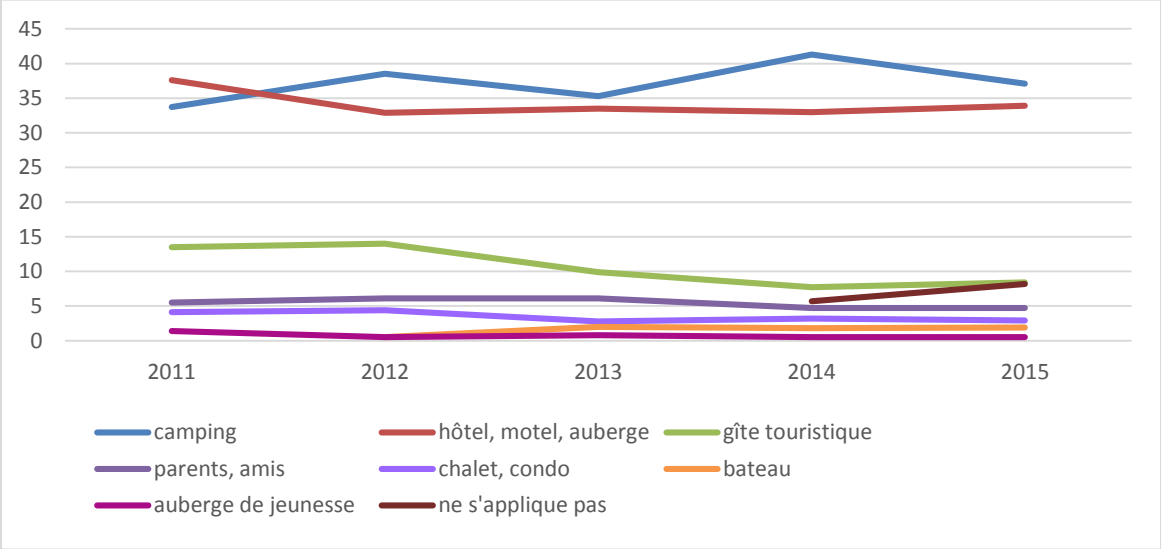
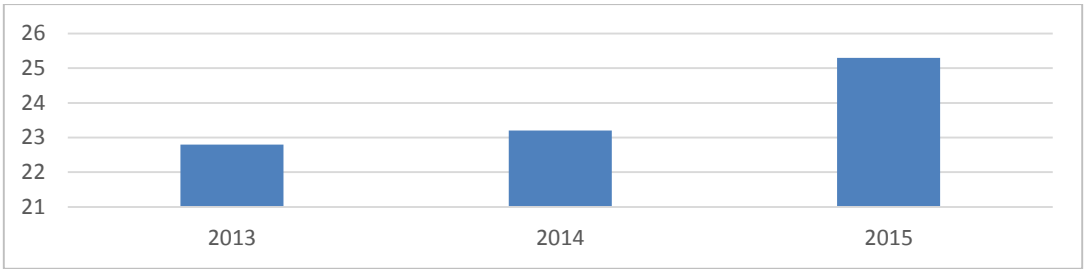


Figure 12. Évolution des demandes d'information sur les campings



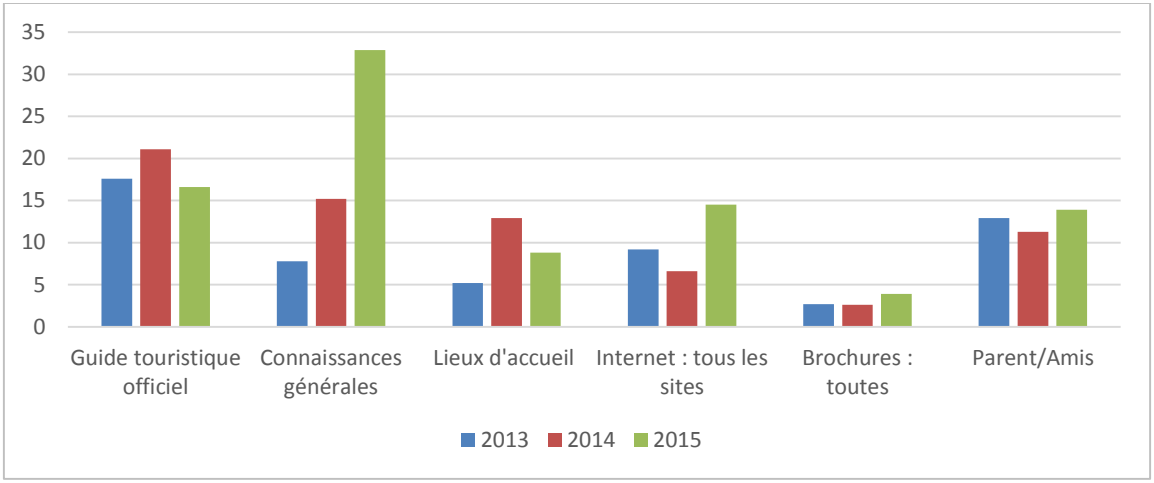
La planification du séjour

Les principaux outils de référence utilisés par les visiteurs afin de planifier leur séjour sur la Côte-Nord sont présentés dans le graphique ci-après. 33 % utilisent leurs **connaissances générales** pour planifier leur séjour alors que 14 % ont utilisé **Internet** ; chiffre qui a doublé par rapport à 2014. Le **site Web de Tourisme Côte-Nord a d'ailleurs connu une hausse du nombre de visites de 24 %** par rapport à l'année passée. 70 % des visiteurs déclarent se servir d'Internet pour les inspirer dans le choix de la destination Côte-Nord. Les visiteurs utilisent particulièrement le Web pour rechercher des informations sur les hébergements (78 %), les activités à faire (65 %) et les croisières (44 %). [20]

[20] CHAIRE DE TOURISME TRANSAT. *Projet Baromètre régional – Résultats Côte-Nord, 2014* [Document PowerPoint des résultats d'une enquête auprès des visiteurs – Saison estivale 2014]

Le **Guide touristique officiel est également un outil très utilisé par les visiteurs :** 17 % d'entre eux s'en servent à l'étape de la planification de leur séjour. En ce sens, une légère baisse des commandes de Guides touristiques officiels Côte-Nord s'est fait sentir en 2015, comparativement à 2014.

Figure 13. Évolution des outils de planification du séjour

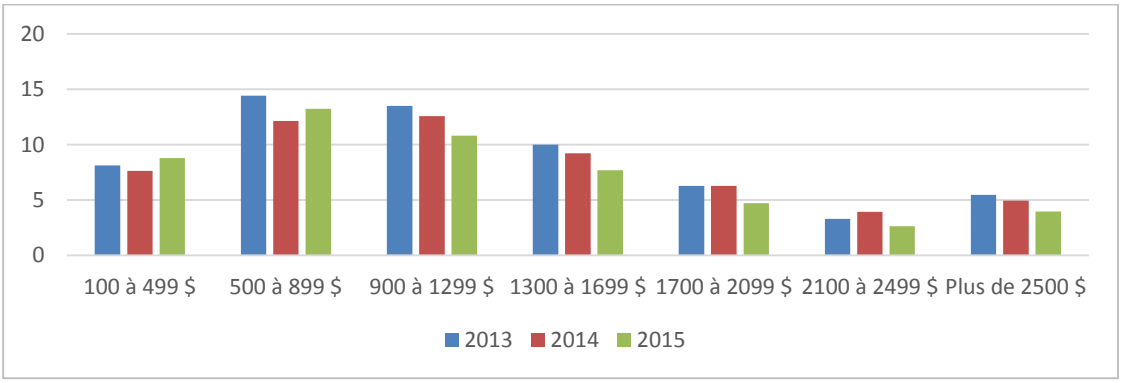


Le budget de séjour

L'enquête auprès des visiteurs dans le cadre du projet du baromètre régional mentionne que le **budget de séjour moyen par famille, incluant le transport, est de 1 677 $.** Quand on divise ce montant par la durée de séjour moyenne de 7 jours, on obtient **des dépenses moyennes de 239,50 $ par jour.**

Parmi les répondants au sondage dans les lieux d'accueil de la Côte-Nord, on constate que 13 % des groupes de visiteurs, composés en moyenne de 2,44 personnes, ont un budget de séjour entre 500 $ et 899 $, 11 % entre 900 $ et 1 299 $ et 9 % entre 1 300 $ et 1 699 $.

Figure 14. Évolution du budget de séjour par groupe de visiteurs



La performance de nos membres

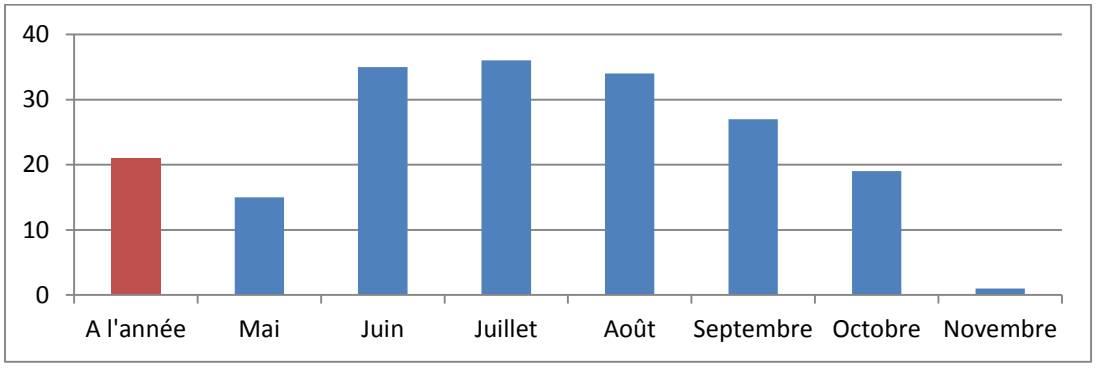
Un sondage envoyé à l'ensemble des membres des ATR Côte-Nord a permis de récolter des données d'achalandage de différents secteurs d'activités, de connaître le profil de la clientèle visitant les entreprises de la Côte-Nord et de recueillir l'avis des membres sur leur performance durant la saison touristique 2015. Au total, 65 entreprises ont pris le temps de compléter le sondage; 42 % des entreprises sont situées dans le secteur de Manicouagan alors que 58 % sont dans Duplessis.

Les secteurs d'activités représentés sont l'hébergement (28 %) et les campings (7 %); les sites culturels et patrimoniaux comprenant musées, centres d'interprétations, visites industrielles, sites historiques et sites religieux (20 %); les activités extérieures : excursions en mer, croisières au baleines, centres de vacances, bases de plein air, parcs et sentiers (incluant Sépaq et Parcs Canada) (17 %); les pourvoiries et ZEC (10 %); les festivals et événements (5 %).

Période d'opération

La majorité des répondants sont ouverts en période estivale, durant les mois de juin (58 %), juillet (60 %) et août (57 %). Les entreprises sont davantage ouvertes en fin de saison avec 45 % en septembre et 32 % en octobre, qu'au mois de mai avec 25 %.

Figure 15. Période d'opération des entreprises touristiques



Provenance de la clientèle chez nos membres

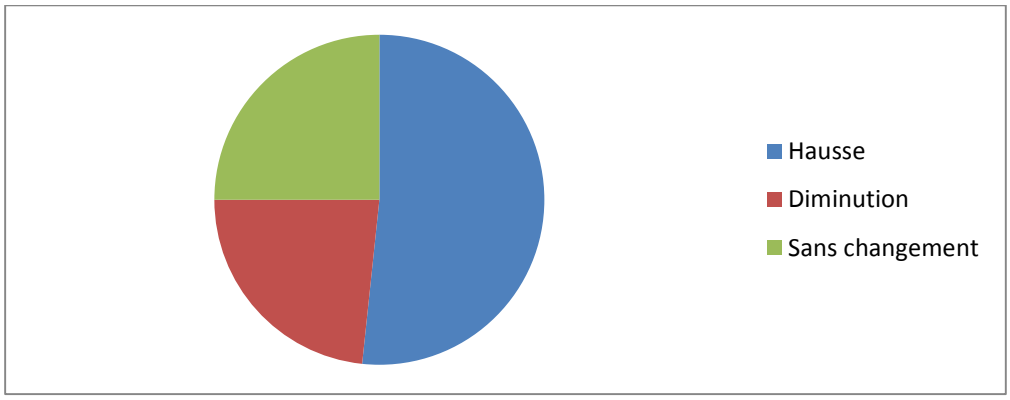
67 % des répondants considèrent que plus de 60 % de leur clientèle provient du Québec. Les autres visiteurs, en provenance par exemple de l'Ontario, des autres provinces du Canada, des États-Unis, de France, représentent moins de 10 % de la clientèle des entreprises. Il est à noter que 12 % des entreprises répondantes, ne connaissent pas la provenance de leur clientèle. Ces données viennent confirmer celles récoltées dans le Réseau d'accueil, comme quoi la clientèle de la Côte-Nord provient principalement de la province de Québec.

Variation de l'achalandage par rapport à la saison 2014

Pour 52 % des répondants, l'achalandage en 2015 a augmenté par rapport à la saison 2014, alors que 23 % ont ressenti une baisse de leur achalandage. Le contexte économique ainsi que la température sont les principaux facteurs pouvant expliquer cette baisse selon les membres.

L'amélioration de la promotion et des publicités et la valorisation des entreprises sont les facteurs pouvant avoir influencé l'augmentation de l'achalandage des membres en 2015.

Figure 16. Variation de l'achalandage par rapport à 2014



Facteurs ayant potentiellement influencé l'achalandage en 2015

Le tableau suivant nous informe sur les facteurs ayant pu influencer l'achalandage des entreprises touristiques durant la saison 2015.

Facteurs d'influence positive	Facteurs d'influence négative
● Meilleure visibilité et présence sur Internet (Site Web Côte-Nord) ● Meilleure connaissance de l'offre touristique par les visiteurs ● Campagnes publicitaires des ATR (Notamment le site Web « *Viens voir les baleines*[21] » et le concours « *Ne perdez pas le Nord!* ») ● Publicités des membres ● Diversification des produits et services ● Escales de croisières en hausse	● Début de saison de plus en plus tardif ● Conjoncture économique régionale ● Économie locale fragile ● Température ● Arrêt de certaines dessertes maritimes ● Mouvements de contestation

Le Bella Desgagnés, faisant la desserte maritime vers L'Île-d'Anticosti et la Basse-Côte-Nord a été en arrêt de service durant un mois cet été. Son remplacement par l'ancien navire, le Nordik Express a engendré des impacts sur la clientèle touristique des secteurs desservis; 13 % des répondants ont constaté une baisse d'achalandage de 10 % à 30 %, directement relié à ce service.

95 % des répondants considèrent que les nombreux délais d'attente à la traverse Tadoussac/ Baie-Sainte-Catherine n'ont pas eu d'impact direct sur l'achalandage de leur entreprise durant la saison 2015.

[21] http://viensvoirlesbaleines.com/

Les demandes d'information

45 % des entreprises estiment qu'elles ont eu plus de demandes d'information cette année qu'en 2014. 35 % considèrent qu'il y en a eu autant, et 20 % constatent une baisse.

Il semble que de nombreux visiteurs ont cherché de l'information avant leur séjour, particulièrement en ligne. Cela démontre qu'il devient indispensable pour les entreprises touristiques d'être présentes sur le Web.

Les observations des membres quant à l'achalandage sont similaires aux observations concernant les demandes d'information.

Variations des recettes touristiques

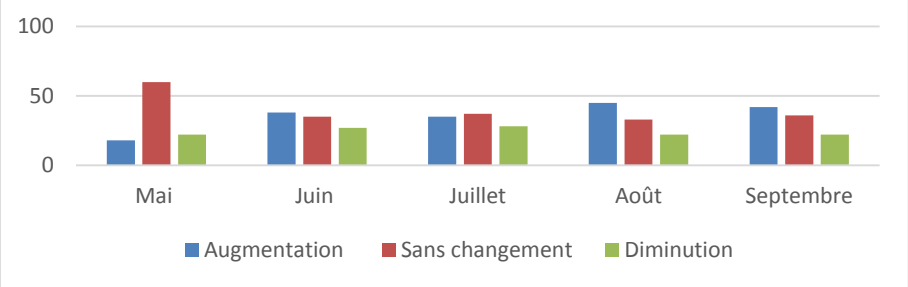
Il a été demandé de comparer les recettes de 2015 par rapport à 2014, pour les mois estivaux. **60 % des répondants considèrent que les recettes du mois de mai sont stables par rapport à l'an dernier.**

En ce qui concerne **le mois de juin**, la variation est moins unanime puisque **38 % remarquent une augmentation**, 35 % ont connu une stabilité des recettes et 27 % des répondants constatent une baisse des recettes pour ce mois**.**

Le mois de juillet est également partagé quant à la performance des membres : 35 % ont connu une hausse, 37 % n'ont pas vu de changement et 28 % remarquent une baisse.

Les mois d'août et de septembre ont sauvé la saison touristique, selon les commentaires récoltés. Les recettes des membres viennent le confirmer : 45 % des répondants ont bénéficié d'une hausse de leurs recettes en août, et 42 % en septembre.

Figure 17. Variation des recettes touristiques des membres par rapport à 2014



Perspectives automnales

37 entreprises sont en opération en octobre et en novembre. 22 d'entre elles s'attendent à un automne similaire à l'an passé, 20 % prévoient une hausse d'achalandage et 20 % pressentent une baisse pour cette période. Dans l'ensemble, elles pensent recevoir une clientèle principalement québécoise.

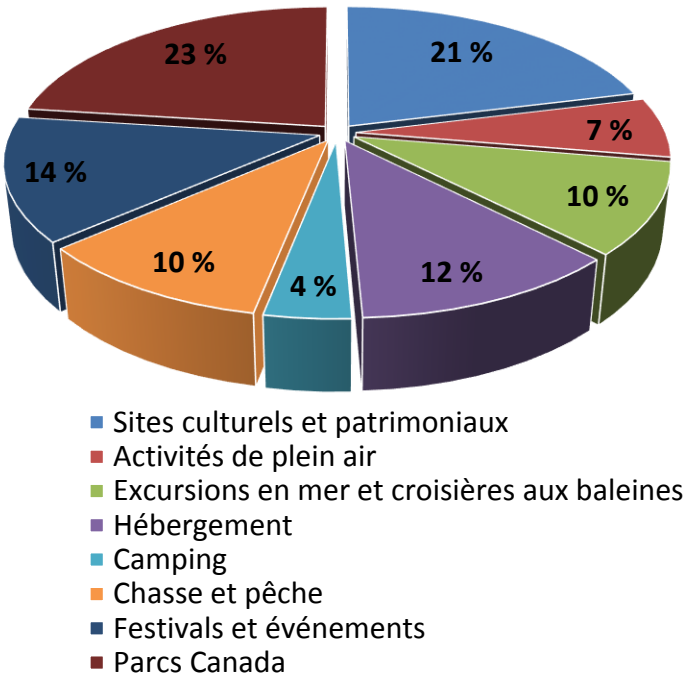
Un des facteurs d'influence de l'achalandage ressenti par les membres est la présence, ou non de bateaux de croisières. Certains ports connaissent parfois des annulations, en raison de conditions de navigation difficiles, ce qui entraîne des répercussions sur les entreprises offrant des excursions aux croisiéristes.

L'achalandage par secteur d'activités

Les données récoltées auprès des membres nous permettent de faire un portrait par secteur d'activités. Ainsi, nous pouvons conserver la confidentialité des données des membres, tout en ayant un aperçu de l'achalandage. 65 entreprises ont partagé leurs données pour les secteurs d'activités suivants : les sites culturels et patrimoniaux, les activités de plein air, les excursions en mer et les croisières aux baleines, l'hébergement, le camping, la chasse et la pêche, les festivals et événements et finalement les établissements de Parcs Canada. Un total de 303 491 visiteurs a été comptabilisé pour les mois de mai à septembre 2015.

Ce sont les établissements Parcs Canada qui ont été les plus fréquentés avec 23 %, viennent ensuite les sites culturels et patrimoniaux avec 21 %.

Figure 18. Proportion des visiteurs par secteur d'activités



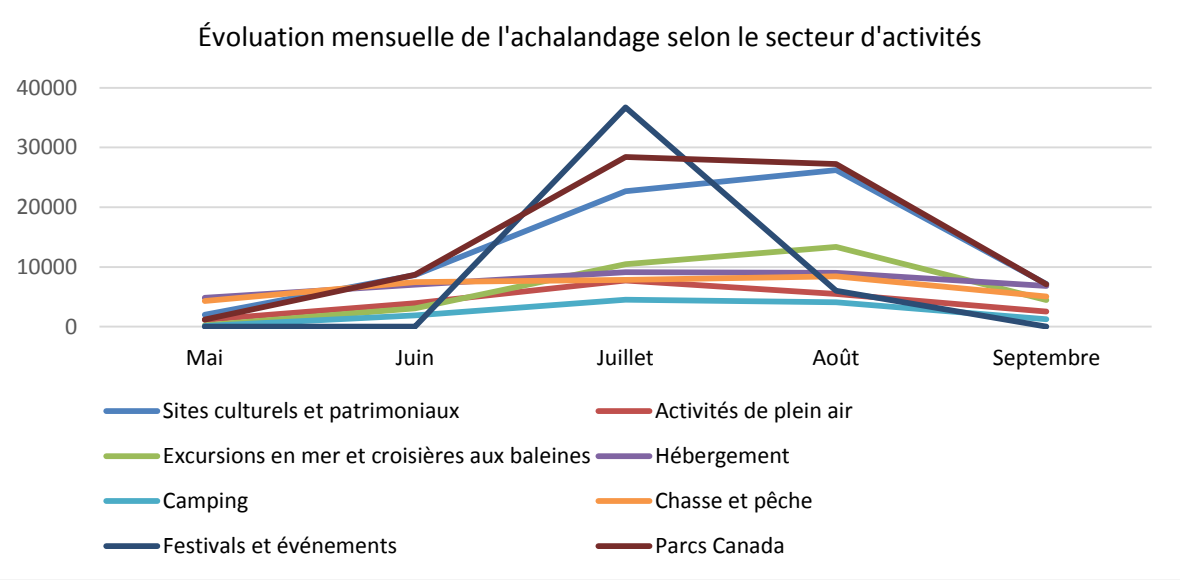
L'achalandage mensuel par secteur d'activité est variable.

Bien que la température des mois de juin et juillet ait été maussade, les visiteurs ont tout de même pratiqué des activités extérieures, plus en juillet qu'en août (voir tableau suivant). Les sites

culturels et patrimoniaux et les établissements de Parcs Canada ont connu un meilleur achalandage en juillet.

Les festivals et événements nous ayant fourni leurs données, se sont pour la plupart déroulés au courant du mois de juillet; ce qui explique l'importante variation dans le graphique.

Figure 19. Évolution mensuelle de l'achalandage selon le secteur d'activités



Sites culturels et patrimoniaux

Bien que les sites culturels et patrimoniaux ne soient pas les motivations premières de séjour des visiteurs, l'offre de la Côte-Nord n'en demeure pas moins intéressante. En 2015, **les 11 sites culturels et patrimoniaux ayant partagé leurs données, ont été visités par 66 735 visiteurs, soit une augmentation globale de plus de 10 000 personnes par rapport à 2014**. Le passeport culturel, mis en place cet été, qui avait pour objectif de mettre en valeur nos attraits culturels, ainsi que le concours *« Ne perdez pas le Nord »* incitant les visiteurs à se prendre en photos à proximité des attraits, ont pu jouer un rôle dans cette augmentation significative.

Les activités de plein air

Sept entreprises offrant des activités de plein air ont partagé leurs données. **Ces entreprises ont accueilli 20 827 visiteurs en 2015 comparativement à 25 949 visiteurs en 2014,** ce qui représente 7 % de l'achalandage des membres**.** Selon les commentaires récoltés, la mauvaise température en début de saison a pu avoir un impact sur l'achalandage, bien que les données mensuelles démontrent que le mois de juillet a été le plus achalandé en 2015 pour ce secteur d'activités.

Les excursions en mer et les croisières aux baleines

L'été 2015 a été une très bonne saison pour les entreprises proposant des excursions en mer et des croisières aux baleines. La saison qui se termine habituellement début octobre s'est même prolongée jusqu'à la fin octobre pour certains. Ce secteur d'activités, pour seulement quatre

entreprises, représente 25 434 visiteurs en 2015, alors qu'en 2014, pour trois entreprises, on comptait 21 847 visiteurs.

Depuis 2014, la campagne « Viens voir les Baleines » fait la promotion du produit baleines et a des retombées sur ce secteur d'activités.

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

Nous avons regroupé les données des pourvoiries, réserves fauniques, ZECs et clubs de chasse et pêche pour avoir un meilleur portrait pour ce secteur d'activités, représenté par neuf entreprises. Au total pour 2015, ce sont **33 090 visiteurs qui ont pratiqué ces activités**. Considérant que les données récoltées sont de mai à septembre, nous estimons que davantage de personnes ont pratiqué la pêche dans la région, mais nous ne sommes pas en mesure de connaître la proportion de touristes et de locaux. Le site des pourvoiries de la Côte-Nord valorisant l'offre des pourvoiries de la région a entièrement été remis à jour l'an passé.

Les festivals et événements

Sept festivals et événements de la Côte-Nord ont partagé et commenté leurs données. Ceux-ci ont accueilli **42 710 visiteurs pour l'été 2015**, comparativement à 26 316 visiteurs en 2014. Selon les résultats recueillis, la proportion des visiteurs québécois est de plus de 91 %.

Les établissements de Parcs Canada

Les sites de Parcs Canada situés sur la Côte-Nord sont très prisés par les visiteurs. Les trois sites de la région ont accueilli 72 626 visiteurs en 2015, soit un peu plus de 5 500 visiteurs par rapport à 2014. Ces établissements font partie des incontournables de la Côte-Nord et ils sont également très actifs au niveau de leur promotion. La clientèle est principalement québécoise et française pour les deux sites situés dans le secteur Manicouagan. Cette information n'était pas connue pour le site dans Duplessis; on suppose toutefois qu'il y a une grande proportion de leurs visiteurs qui provient du Québec.

L'achalandage des établissements d'hébergement

Les établissements hôteliers

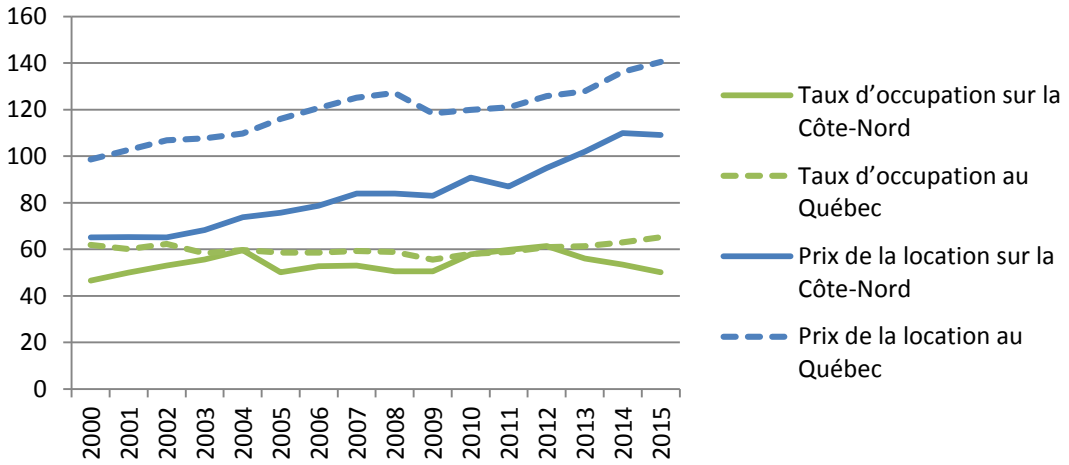
Les données du ministère du Tourisme révèlent que **la baisse du taux d'occupation des établissements hôteliers de la Côte-Nord depuis 2012 se poursuit cette année.** Celle-ci s'est établie cet été à un **taux de 50,2 %,** soit une perte de 3,2 points par rapport à 2014.

Sur 15 ans, le taux d'occupation des établissements hôteliers de la Côte-Nord a fluctué. On observe une baisse visible entre 2005 et 2009 (où il atteignait environ 50 %), une reprise en 2010 (58 %) puis une nouvelle baisse à partir de 2012. À l'échelle du Québec, le taux d'occupation des hébergements hôteliers est davantage stable, autour de 60 %. On note une légère diminution en 2009, puis une reprise en 2010, comme sur la Côte-Nord. Il semble que la relative stabilité du taux d'occupation hôtelier à l'échelle québécoise soit due à la bonne performance des grandes villes, comme Montréal dont l'occupation a augmenté de 11 % depuis 2009[22].

Les prix de l'hébergement hôtelier en Côte-Nord sont en moyenne 30 % moins élevés que ceux de la moyenne québécoise. À l'été 2015, une nuit d'hôtel sur la Côte-Nord coûtait en moyenne **109 $**, et 141 $ sur l'ensemble de la province.

Les prix de la Côte-Nord ont augmenté de manière régulière, passant de 65 $ en 2000 à 109 $ en 2015, soit une augmentation de 67 %. Le prix moyen de la haute saison touristique (juillet et août) a été presque multiplié par deux depuis 2000.

Figure 20. Évolution du taux d'occupation et des prix de location des établissements d'hébergement



[22] LENOIR A., Réseau de veille en tourisme, Chaire de tourisme Transat, *« Comment se porte le marché hôtelier canadien? »*

Selon les données et commentaires récoltés auprès des établissements d'hébergement (hôtels, motels, gîtes, chalets) de la Côte-Nord, la baisse de ce secteur se confirme.

Une baisse qui est notamment due, pour certains pôles, au ralentissement économique que la Côte-Nord connaît actuellement. Entre autres, la fermeture de Cliffs Natural Resources à Sept-Îles, ainsi que les coupures importantes dans toutes les compagnies minières de la Côte-Nord (IOC, Rio Tinto, ArcelorMital) sont des facteurs ayant des répercussions négatives sur l'hébergement selon les membres.

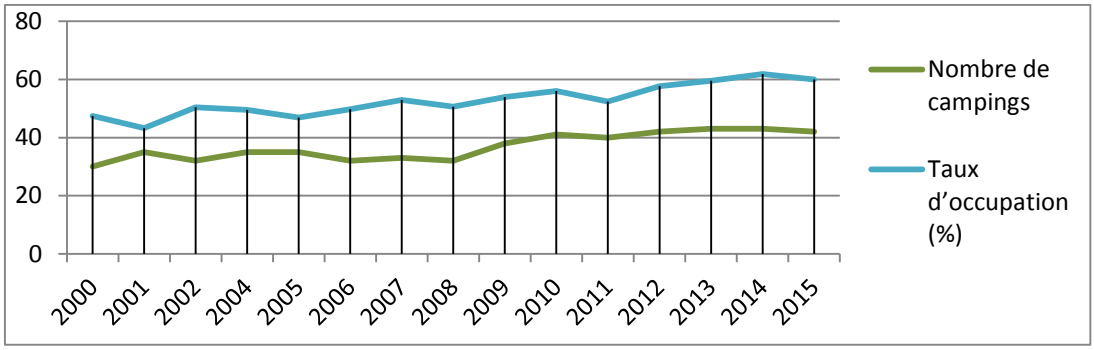
Mentionnons également une diversification importante des produits liés à l'hébergement et un intérêt accru pour le camping, l'hébergement inusité et le prêt-à-camper.

Les campings

Les données des campings sont très positives. En effet, leur fréquentation augmente de manière quasiment régulière depuis 2000. **Le taux d'occupation est passé de 47 % en 2000 à 60 % en 2015, même s'il y a eu une hausse constante du nombre d'unités disponibles. Cela signifie qu'il y a de plus en plus de campeurs en Côte-Nord.** Les statistiques viennent appuyer cette observation, puisque en effet, le nombre de campeurs a été pratiquement multiplié par deux en 15 ans (voir tableau ci-après). On note tout de même une légère baisse cette année par rapport à l'été précédent qui avait enregistré un taux d'occupation record de 62 % pour la Côte-Nord.

D'après Camping Québec[23], le camping attire une clientèle de plus en plus diversifiée grâce notamment à l'évolution de son produit, à la multiplication des options d'hébergement et aux tarifs avantageux. Il correspond à plusieurs tendances qui ne sont pas appelées à s'essouffler prochainement, comme le tourisme d'aventure, les vacances actives, les séjours familiaux et multi générationnels, ou encore les voyages éthiques et responsables.

Figure 21. Évolution du nombre et du taux d'occupation des campings de la Côte-Nord



Les six campings ayant répondu au sondage, indiquent que la hausse qu'ils ont connue est due à une meilleure connaissance de leur produit par les visiteurs. À ce commentaire, nous ajouterons l'intérêt des visiteurs de la Côte-Nord pour la nature; le camping permet une expérience nature immersive.

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

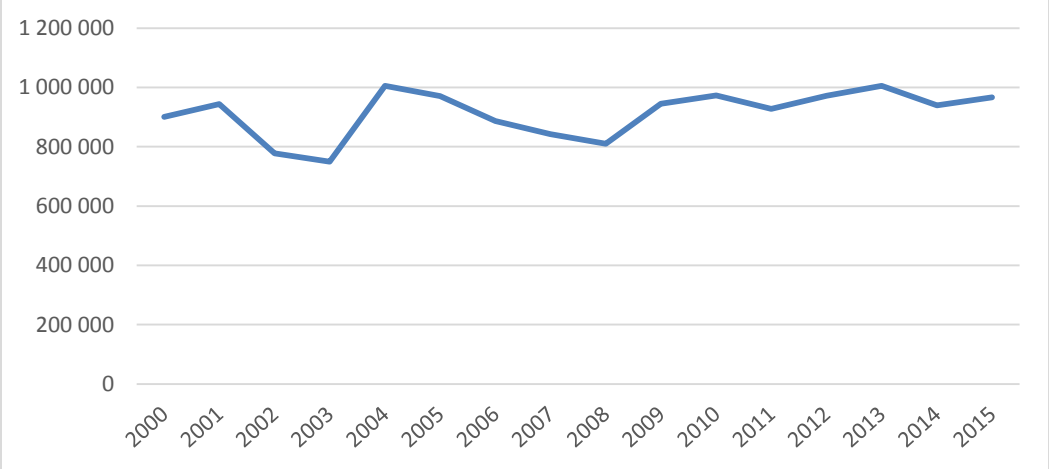
Comparaison entre le taux d'occupation des hôtels et des campings

Alors que les campings de la Côte-Nord connaissent une bonne progression, la fréquentation des établissements hôteliers est en baisse depuis 2012. L'hôtellerie fait face à la concurrence grandissante de nouvelles formes d'hébergement. Les touristes, à la recherche d'expériences, se tournent de plus en plus vers des types d'hébergements qui correspondent à leurs valeurs (éco responsabilité, authenticité…). Il semble aujourd'hui nécessaire pour les hôtels de s'adapter aux nouvelles exigences de la clientèle, davantage attentive au développement durable et à l'écologie, et toujours en recherche de confort, de propreté et de sécurité[24]. Le *glamping*, qui offre un compromis entre le camping et le confort de l'hôtellerie classique, est une tendance montante de l'hébergement touristique[25].

L'achalandage des traversiers

La principale porte d'entrée dans notre territoire se trouve dans la région de Charlevoix, par laquelle 60 % des visiteurs y accèdent. Le traversier Baie-Sainte-Catherine—Tadoussac, reliant Charlevoix et la Côte-Nord, a enregistré cette année 966 501 passagers entre mai et septembre, soit une augmentation de 2,8 % par rapport à la même période de l'année passée; cela représente plus de 18 200 véhicules supplémentaires. Bien qu'il y ait eu plusieurs périodes de fort achalandage durant la saison 2015, les temps d'attente ne semble pas avoir découragé les visiteurs à se rendre sur la Côte-Nord.

Figure 22. 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 pour le nombre de passagers. Le nouveau traversier, le *NM F.-A.-Gauthier*, a transporté 126 132 passagers cet été, soit une augmentation d'environ 20 % par rapport à son prédécesseur, le *NM Camille-Marcoux*. Notons que la traversée s'effectuait uniquement entre Matane et Baie-

[24] Site de Vosges.fr, *« Quelle hôtellerie pour demain? »*
[25] CAMPING QUÉBEC, *La pratique du camping au Québec 2012*

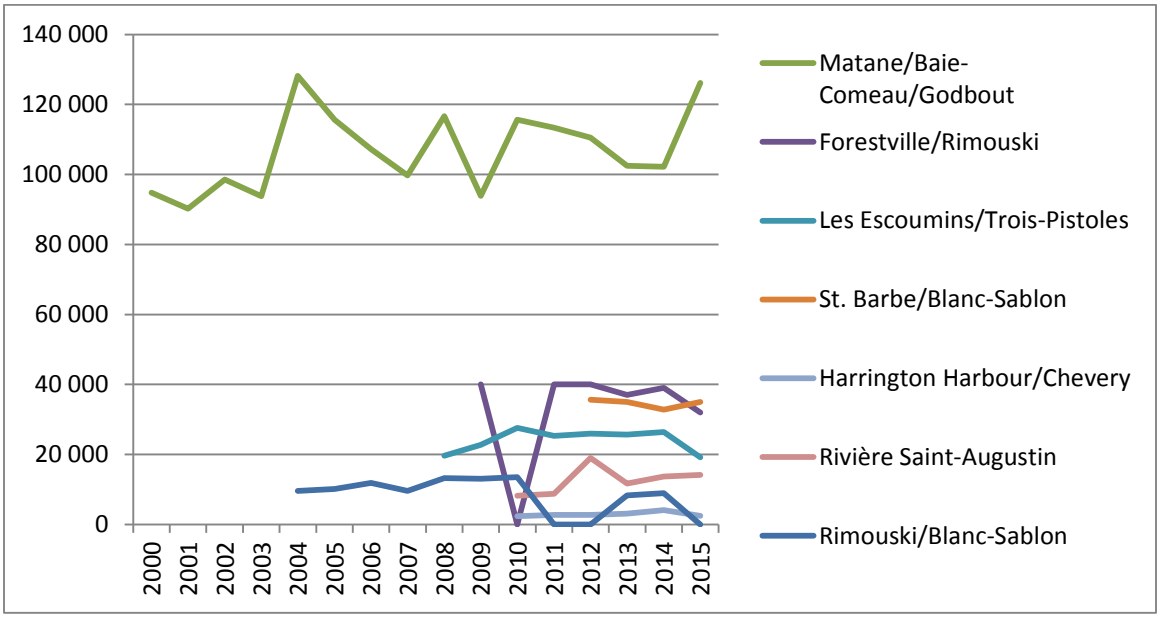
Comeau durant la saison estivale, le quai de Godbout ayant fait l'objet de travaux pour être adapté au nouveau navire.

D'autres résultats positifs : plus de 2 000 personnes de plus se sont rendues à Blanc-Sablon par le traversier de St. Barbe (Terre-Neuve) et Blanc-Sablon; 35 010 passagers au total ont utilisé ce traversier. De même, le traversier de la rivière Saint-Augustin a accueilli 3 % de passagers en plus par rapport à 2014, ce qui correspond à 14 158 personnes.

En revanche, certains traversiers ont vu leur nombre de passagers diminuer par rapport à 2014 : le traversier entre Trois-Pistoles et Les Escoumins a perdu 38 % d'achalandage; celui entre Rimouski et Forestville a enregistré une baisse de 22 % (mentionnons que, pour cette traverse, la saison 2015 a débuté une semaine plus tard et s'est terminée une semaine plus tôt que celle de 2014).

La plus grosse baisse d'achalandage est essuyée par le traversier reliant Harrington Harbour à Chevery, qui a transporté 2 410 passagers, soit 71 % de moins qu'en 2014. Sur 849 traversées prévues, 733 ont pu avoir lieu, les annulations étant dues pour la plupart à des conditions météorologiques difficiles.

Figure 23. 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 été en arrêt de service pendant un mois cet été et remplacé par l'ancien navire, le *NM Nordik Express*. Ce dernier ne pouvant accueillir autant de passagers que le *NM Bella-Desgagnés,* nous supposons une baisse d'achalandage, et d'après les informations transmises par certains membres. Lorsque les données sur cet achalandage seront disponibles, nous pourrons confirmer ou non cette baisse.

La fréquentation des traversiers a évolué de manière très variable. Dans l'ensemble, cette évolution est positive. Notons que le traversier entre Matane et la Côte-Nord a accueilli cette année un tiers de passagers supplémentaires par rapport au début des années 2000. De même, le traversier de la rivière Saint-Augustin a connu une belle évolution, avec 72 % de passagers en plus par rapport à 2010 (données les plus anciennes que nous avons).

La performance des escales de croisières

L'industrie mondiale des croisières a connu une hausse de 68 % des demandes en dix ans. Cette industrie a des retombées significatives pour la Côte-Nord : en effet la région compte quatre ports d'escale de croisières internationales. Bien que l'escale de Tadoussac ne soit pas reconnue par l'Association des croisiéristes du Saint-Laurent, les ATR de la Côte-Nord considèrent les données et retombées de ces croisières.

Baie-Comeau

Baie-Comeau a accueilli à son port d'escale 15 navires de croisières internationales de juin à octobre 2015, ce qui représente un total de 7 727 passagers (croisiéristes et membres d'équipage) et une hausse de 60 %. Le taux de débarquement pour l'ensemble des navires est de 75 %, et les retombées économiques estimées à 522 485 $ pour Baie-Comeau. Pour cette escale, les croisiéristes proviennent des États-Unis (59 %), du Royaume-Uni (16 %), de l'Allemagne (13 %) et de l'Australie (4 %).

Sept-Îles

L'escale de Sept-Îles a connu une baisse de 43 % de la clientèle des croisiéristes (passagers et membres d'équipage) en 2015. Deux navires ont annulé leur escale à Sept-Îles en raison des forts vents, rendant la navigation et l'accostage difficiles. Les retombées économiques estimées de cette escale représentent 129 096 $ pour les passagers et 67 569 $ pour les membres d'équipage. Les excursions ont été populaires auprès des croisiéristes avec un taux de ventes de 26 %.

Havre-Saint-Pierre

L'escale de Havre-Saint-Pierre a accueilli six navires transportant 5 309 croisiéristes (passagers et membres d'équipage) en 2015, comparativement à cinq navires et 3 555 croisiéristes en 2014. Le taux de vente moyen pour les excursions pour l'ensemble des navires est de 25 %.

Tadoussac

L'escale Tadoussac Haute-Côte-Nord n'a accueilli aucun navire durant la saison 2015.

Conclusion

Malgré un mois de juillet plutôt maussade, l'été 2015 a enregistré de bonnes performances, grâce à une bonne fin de saison. Parmi les indicateurs positifs, mentionnons que plus de la moitié de nos membres ont constaté une augmentation d'achalandage en 2015 par rapport à 2014. Les attraits culturels, en particulier, ont enregistré plus de 10 000 visiteurs supplémentaires[26]. Les événements ont attiré presque deux fois plus de public que l'an passé. Les entreprises offrant des excursions en mer et aux baleines sont également très satisfaites de leur saison, qui s'est même poursuivie jusqu'à la fin octobre pour certains. Le site Web tourismecote-nord.com a aussi enregistré une hausse de visites. Sans oublier que les divers concours et campagnes marketing mis en place cette année ont eu des répercussions positives sur la fréquentation touristique estivale.

Cependant, quelques indicateurs nous incitent à moins d'optimisme. Par exemple, alors que les campings connaissent de bonnes performances, les établissements hôteliers de la Côte-Nord voient leur taux de fréquentation diminuer depuis 2012.

L'achalandage du Réseau d'accueil de la Côte-Nord s'est stabilisé cette année, avec 92 884 visiteurs. Ce chiffre ne traduit cependant pas les performances inégales des différents lieux d'accueil. Alors que certains ont vu leur achalandage augmenter de manière significative, d'autres ont enregistré moins d'actes d'information. De manière générale, les visiteurs fréquentent de moins en moins les lieux d'accueil. Cette tendance n'est pas propre à la région et correspond plutôt à une évolution des pratiques des clientèles, qui utilisent le Web pour s'informer ou rechercher les informations en amont de leur séjour. Ces données confirment l'importance de travailler sur une stratégie d'accueil performante, en accord avec l'évolution des pratiques des visiteurs et les orientations proposées par le ministère du Tourisme.

Depuis 15 ans, le paysage touristique de la Côte-Nord a évolué et se porte bien. On constate que, même si les habitudes des voyageurs changent, la Côte-Nord demeure une destination attractive, en particulier pour ses attraits naturels. L'éloignement du territoire est une contrainte, mais peut devenir un élément distinctif, d'autant plus que cela permet à la région de déjouer certaines tendances de l'industrie touristique. En effet, alors que la tendance est plutôt aux courts séjours, on observe que sur la Côte-Nord, la rétention des visiteurs est forte : 44 % d'entre eux passent plus de 7 jours sur notre territoire.

La région dispose de produits d'appels prometteurs tels que les baleines, la nature, le Saint-Laurent, le produit culturel autochtone, etc. Elle accueille depuis de nombreuses années plus de 30 % de clientèles hors Québec. La promotion, le développement et la structuration de nos produits et expériences ainsi que la qualité de l'accueil sur le territoire de la Côte-Nord sont autant de facteurs qui nous permettront de nous hisser, et de conserver, le rang de destination de calibre international.

[26] Parmi les 11 attraits culturels dont nous avons les données

Sources et références bibliographiques

1. Réseau d'accueil Côte-Nord, sondages effectués entre le 1er mai et le 30 septembre 2015;

2. Bilans saisonniers des ATR Côte-Nord|Manicouagan et Côte-Nord|Duplessis des années 2000 à 2014;

3. 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 4 novembre)

4. Site de Vosges.fr, *« Quelle hôtellerie pour demain? »*, [en ligne] : http://www.vosges.fr/LinkClick.aspx?fileticket=rDrMoAfk90Q%3D&tabid=125 (Page consultée le 4 novembre)

5. CHAIRE DE TOURISME TRANSAT. *Projet Baromètre régional – Résultats Côte-Nord, 2014* [Document PowerPoint des résultats d'une enquête auprès des visiteurs – Saison estivale 2014]

6. CHAIRE DE TOURISME TRANSAT. *Soutien, recherche et analyse dans le cadre de la révision du programme de signalisation des routes et des circuits touristiques*, 2013 [en ligne] : https://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/rapports-CDTT/Sommaire-volet-5-mai-2013.pdf (Page consultée le 22 octobre 2015)

7. 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 13 mars 2015)

8. DESTINATION CANADA, *Nouvelles de la CCT,* [en ligne] : http://fr.destinationcanada.com/content/ctc_news/travel-trends-2014 (Page consultée le 21 juillet 2015)

9. INSTITUT DE LA STATISTIQUE QUÉBEC, *La pyramide des âges animée, 1971-2061,* 2015 [en ligne] http://www.stat.gouv.qc.ca/statistiques/population-demographie/structure/pyramide_age.htm (Page consultée le 22 octobre 2015)

10. 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 25 août)

11. LE JOURNAL DES VOYAGES, *Croisières : en 10 ans, la demande a augmenté de... 68 % !*, 2015 [en ligne] http://www.tourismeplus.com/html/article.php?idnouvelle=24567 (Page consultée le 22 octobre 2015)

12. LENOIR A., Réseau de veille en tourisme, Chaire de tourisme Transat, *« Comment se porte le marché hôtelier canadien? »*, 26 juin 2013, [en ligne] : http://veilletourisme.ca/2013/06/26/comment-se-porte-le-marche-hotelier-canadien/ (Page consultée le 4 novembre)

13. TOURISME QUÉBEC, *Le Bulletin touristique*, « Fréquentation quotidienne des établissements d'hébergement au Québec », ministère du Tourisme, 2015 [en ligne] https://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/bulletins_info/bulletin/2015/juin/index.html (Page consultée le 21 juillet)

14. RÉSEAU VEILLE TOURISME, *Regard prospectif sur l'industrie touristique canadienne,* [en ligne] Page consultée le 21 juillet 2015 : http://veilletourisme.ca/2015/07/21/regard-prospectif-sur-lindustrie-touristique-canadienne/ (Page consultée le 25 août)

15. 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)

16. TOURISME QUÉBEC, *Le Québec grande nature, Plan intégré par expérience : Diagnostic et orientations, ministère du Tourisme*, 2007 [PDF]

17. TOURISME QUÉBEC, *Le tourisme en chiffre,* 2015 [PDF]

18. TOURISME QUÉBEC, *Le tourisme dans les régions touristiques du Québec en 2007 et 2008,* 2009. [en ligne] http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/tour-reg-que-2007-2008.pdf (Page consultée 21 juillet)

Annexes

Achalandage du Réseau d'accueil Duplessis

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Fermont	2 644	1 823	1 320	1 000	1 389	1 537	1 387	1 077	378	802	394	636	489
Pointe-aux-Anglais	670	438	320	250	262	184					136	376	655
Port-Cartier	7 796	6 820	5 648	4 647	4 636	5 029	3 059	3 218	2 205	2 453	1 648	2 831	2 641
Sept-Îles	10 353	8 976	7 519	7 300	7 446	3 573	4 919	2 780	3 923	3 908	3 857	4 642	5 343
Manitou	3 726	3 900	4 549	4 040	4 216	3 310	3 861	3 375	1 736	2 288	2 178	2 255	4 613
L'Île d'Anticosti	1 118	1 113	1 045	1 053	880	627	440	381	837	483	664	703	768
Havre-Saint-Pierre	5 108	4 210	2 077	2 015	2 949	6 386	2 123	2 655	3 008	817	1 142	2 093	1668
Baie-Johan-Beetz	1 237	1 004	806	693	1 297	817	1 203	1 327	1 152	1 613	779	1 177	895
Aguanish	851	667	1 443	2 067	1 718	1 081	1 789	2 028	1 931	2 131	1 561	1 607	1 660
Natashquan	5 672	6 422	3 279	5 353	5 410	4 039	4 523	5 398	4 803	4 653	3 495	4 011	3 836
Blanc-Sablon	553	536	550	545	FERMÉ						688	919	1 411
Rivière Saint-Jean	1 511	1 453	1 300	979	FERMÉ								
Total Duplessis	**41 239**	**37 362**	**29 856**	**29 942**	**30 203**	**26 583**	**23 304**	**22 239**	**19 973**	**19 148**	**16 542**	**21 250**	**23 979**

Achalandage du Réseau d'accueil Manicouagan

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tadoussac/Sacré-Cœur	27 594	34 508	33 370	30 812	31 097	32 188	36 742	39 476	34 698	33 082	31 852	34 853	33 729	27 841	27 907	31 126
Les Bergeronnes	12 631	10 093	16 023	13 758	10 664	13 440	13 942	15 880	14 186	12 840	8 612	6 706	7 191	700	9 707	6 430
Les Escoumins	3 926	8 850	7 763	10 355	9 420	6 337	6 382	4 568	3 719	6 426	7 319	7 613	8 275	9 890	9 852	9 898
Relais Longue-Rive										2 857	3 801	1 439	4 614	3 076	3 337	2 283
Forestville	3 269	3 449	3 422	4 053	2 662	3 888	3 379	3 761	2 699	3 200	3 223	2 352	3 839	4 347	3 163	4 338
Ragueneau									1 429	1 698	1 531	2 145	7 161	9 948	13 859	8 031
Baie-Comeau (BIT + BAT*)	10 356	13 074	11 905	10 355	9 834	8 468	9 194	8 586	5 942	6 770	7 311	7 283	5 601	3 402	2 860	5 677
Bureau ATR													166	255	109	129
Godbout	1 643	2 566	4 084	5 546	4 873	5 773	7 258	7 132	6 405	6 158	6 253	4 314	4 258	3 461	775	993
Total Manicouagan	**59 419**	**72 540**	**76 567**	**74 879**	**68 550**	**70 094**	**76 897**	**79 403**	**69 078**	**73 031**	**69 902**	**66 705**	**74 834**	**62 920**	**71 569**	**68 905**
TOTAL CÔTE-NORD				**116 118**	**105 912**	**99 950**	**106 839**	**109 606**	**95 661**	**96 335**	**92 141**	**86 678**	**93 982**	**79 462**	**92 819**	**92 884**

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

Année	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	50,18	65,26	109 $	141 $

Achalandage des campings

Année	Nombre de campings	Unités disponibles	Nombre de 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

Achalandage des escales de croisières

	Ports d'escale	Nombres 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 [1]	4	558	368	926
	Total	**17**	**10 151**	**6 106**	**16 257**
2014	Ports d'escale	Nombres 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	Nombres d'escales	Passagers	Membres d'équipage	Total de personnes à bord
	Havre-Saint-Pierre	6	3 449	1 872	5 321
	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**	**6 931**	**18 645**
Taux de variation 2014/2015		-4%	-14%	-22%	-17%

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
2000	900 516	94 756						
2001	944 398	90 246						
2002	778 161	98 576						
2003	749 921	93 819						
2004*	1 005 040	128 147						9564
2005	971 042	115 676						10110
2006	887 261	107 262						11844
2007	843 027	99 740						9618
2008	809 841	116 670		19 634				13272
2009	944 676	93 889	+/- 40 000	22 709				13070
2010	973 548	115 613	n.d	27 568		2371	8185	13494
2011	927 678	113 375	+/- 40 000	25 335		2710	8 779	n.d
2012	972 220	110 564	+/- 40 000	25 981	35600	2704	19 012	n.d
2013	1 005 579	102 441	+/- 37 000	25 621	35 000	3102	11 667	8285
2014	939 472	102 191	+/- 39 000	26 377	32840	4116	13 722	8918
2015	966 501	126 132	32 000	19 159	35 010	2410	14 158	n.d
Évolution 2014-2015	**2,8**	**19,0**	**-21,9**	**-37,7**	**6,2**	**-70,8**	**3,1**	**ND**