



ENTRE NATURE
ET DÉMESURE!



RAPPORT ANNUEL 2022-2023

TABLE DES MATIÈRES

Mot de la directrice et des présidents	3
Contexte touristique 2022-2023	4
Campagnes marketing	5
Développement de contenu	9
Commercialisation	10
Prix et distinctions	13
Accueil	14
Développement	18
Annexes	19



En couverture

@Sébastien St-Jean

MOT DE LA DIRECTRICE ET DES PRÉSIDENTS

**CHERS MEMBRES, CHERS
PARTENAIRES,**

La dernière année fut remplie de rebondissements, de changements et d'adaptation. Notons premièrement une reprise post pandémie qui eut des effets sur les habitudes des voyageurs et ainsi sur la saison touristique de la région. Nous avons pu constater que les Québécois ont repris leur intérêt à quitter la province pour leurs vacances, alors que les voyageurs de l'extérieur ont recommencé à planifier des séjours au Québec. Les efforts soutenus en promotion ont permis d'enregistrer des statistiques similaires à la saison 2021, laquelle représentait un record pour la Côte-Nord !

Le départ en septembre de la direction générale de l'organisation occasionna un certain ralentissement, le temps de trouver une relève pour poursuivre notre mission. L'arrivée en poste de Joannie Francoeur Côté à la mi-décembre a permis de reprendre le rythme et de poursuivre les initiatives.

Nous pouvons dire que les années pandémiques ont été profitables pour nous, les gens ayant ouvert leurs horizons sur les richesses de notre propre province, principalement dans les régions éloignées telles que la nôtre. L'engouement pour la Côte-Nord est indéniable et nous en sommes pleinement conscients. L'ATR se dotera à l'automne 2023 d'un plan d'action axé sur l'accélération du développement de l'offre touristique, le tout en adéquation avec une vision durable et responsable. Des nouveautés sont aussi prévues au niveau de la promotion de la destination.

L'équipe de Tourisme Côte-Nord est mobilisée et possède l'expertise pour mener à terme nos objectifs ambitieux. La Côte-Nord a tout le potentiel pour devenir une destination touristique de premier choix et nous poursuivrons nos efforts sans relâche pour y parvenir !



Joannie Francoeur Côté
Directrice générale



Yanick Morin
Co-président



John Pineault
Co-président

CONTEXTE TOURISTIQUE 2022-2023

Éléments de contexte ayant eu un impact sur la performance touristique de la région pour l'année 2022-2023 :

IMPACTS POSITIFS

- Couverture médiatique plus importante pour la région
- Clientèle québécoise plus nombreuse
- Le retour de la clientèle hors Québec
- Augmentation de la popularité du tourisme de nature et d'aventure
- La recherche des grands espaces par les touristes des grands centres
- Nouvelles offres touristiques (nouvelles entreprises, nouveaux services)

IMPACTS NÉGATIFS

- Peu de neige sur le territoire
- Différentes entraves dans les sentiers de motoneige
- Accessibilité à la région (traversiers)
- Offre touristique diminuée en raison de la pandémie (entreprises fermées)
- Les travaux sur la route (tronçons non asphaltés)

CAMPAGNES MARKETING

CAMPAGNE ESTIVALE

La campagne estivale 2022 avec Julie Bélanger, combinée avec une campagne de promotion des grands espaces et de la liberté basée sur le slogan Road Trip Côte-Nord. La minisérie web « Sur la route avec Julie » a permis aux visiteurs d'en apprendre davantage sur la région et les attraits à découvrir. De nouveaux autocollants ont été produits et distribués gratuitement dans les bureaux d'accueil et d'information touristique situés tout au long de la route 138. Un carnet voyage a également été produit pour permettre aux visiteurs de ramener un souvenir de la région à la maison.

Quatre concours ont été lancés en saison estivale; un record! Le **concours « Road Trip Côte-Nord »** a incité les touristes à collectionner les autocollants de la région et à les prendre en photo dans un décor nord-côtier. En envoyant la photo et en remplissant le formulaire, les personnes étaient admissibles au tirage d'un grand prix offert par la SÉPAQ. Le **concours « Découvrez votre Côte-Nord »** permettait aux participants de s'informer sur la région en écoutant la minisérie web « Sur la route avec Julie » et de gagner un séjour en Basse-Côte-Nord d'une valeur de 7 000\$. En collaboration avec Groupe North Shore, nous avons lancé le **concours « Trip de pêche »** dont le prix était d'une valeur de 7 000\$. Enfin, le Manoir du Café et Tourisme Côte-Nord ont fait équipe pour faire **tirer une machine à Espresso d'une valeur de 1 500\$**. Deux autres concours ont eu lieu à l'hiver : « **Plaisirs d'hiver Côte-Nord** » et « **Expédition Route Blanche** ».

STATISTIQUES CONCOURS	VUES	INSCRIPTIONS
Road Trip Côte-Nord	21,609	6,867
Découvrez votre Côte-Nord 2022	175,293	10,736
Trip de pêche	12,103	2,589
Machine expresso	-	-
Plaisirs d'hiver Côte-Nord	44,093	8,250
Expédition Route Blanche	35,392	1,998
Découvrez votre Côte-Nord janv. 2023	70,910	5,610



CAMPAGNES MARKETING

PUBLICATIONS FACEBOOK

Plusieurs publications Facebook, Instagram ou LinkedIn ont suscité de nombreuses réactions auprès de l'auditoire de Tourisme Côte-Nord, en voici un bref aperçu.

Partage publication Mathieu Dupuis

Un simple partage d'une photo des Galets a suscité 28 224 impressions, 2 224 interactions, 1 415 réactions, 93 commentaires et 70 partages. Plusieurs autres partages de belles images de la Côte-Nord ont connu un fort succès.

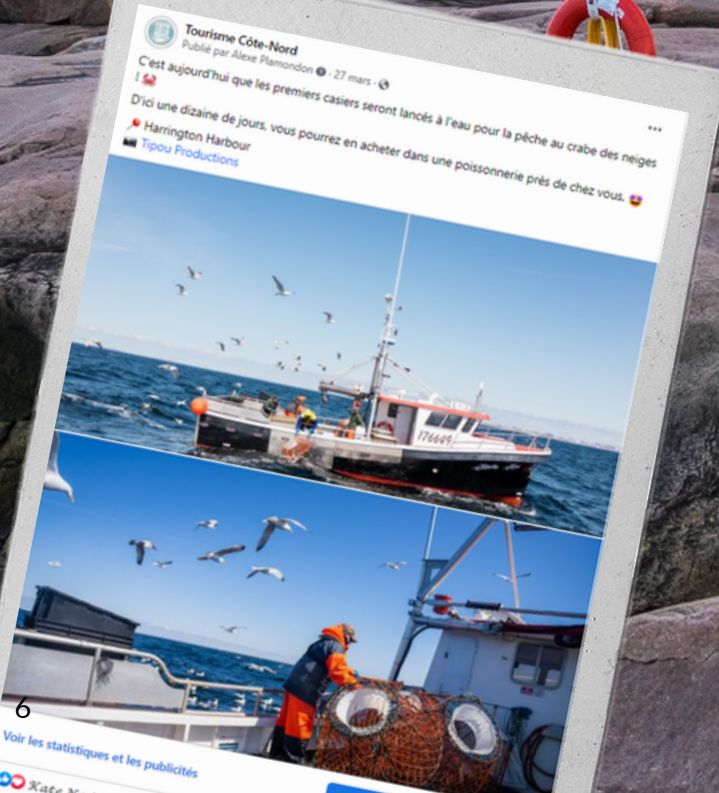
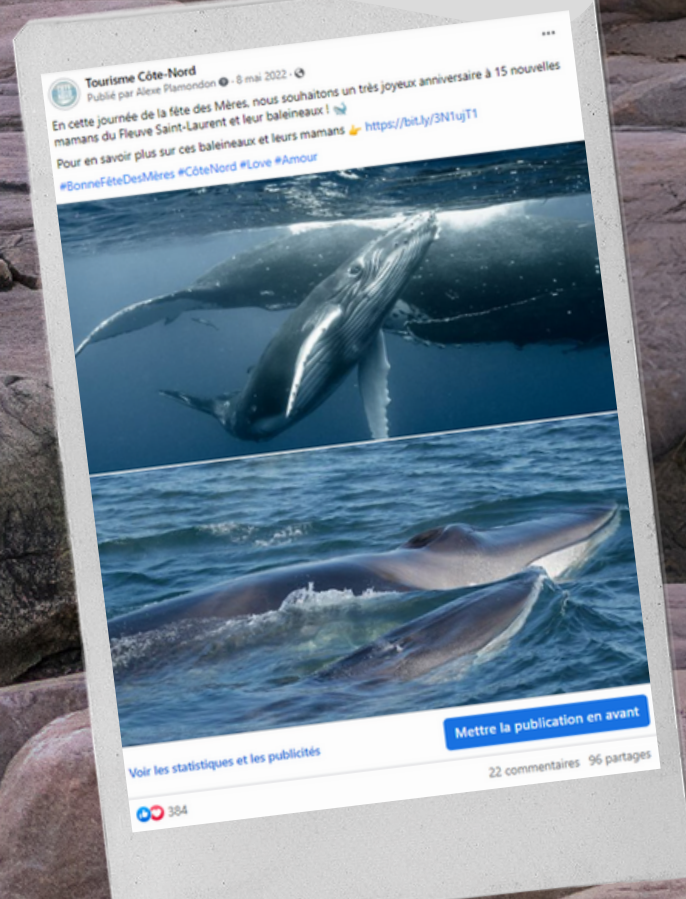
Fête des Mères

Tourisme Côte-Nord a souligné la fête des Mères de façon originale en souhaitant un joyeux anniversaire aux 15 nouvelles mamans baleines du fleuve.

28 993 impressions, 1 3701 interactions, 698 réactions, 51 commentaires, 101 partages.

Lancement de la pêche au crabe

83 137 impressions, 5 173 interactions, 1 892 réactions, 243 commentaires, 223 partages



CAMPAGNES MARKETING

FACEBOOK ET INSTAGRAM

Poisson d'avril

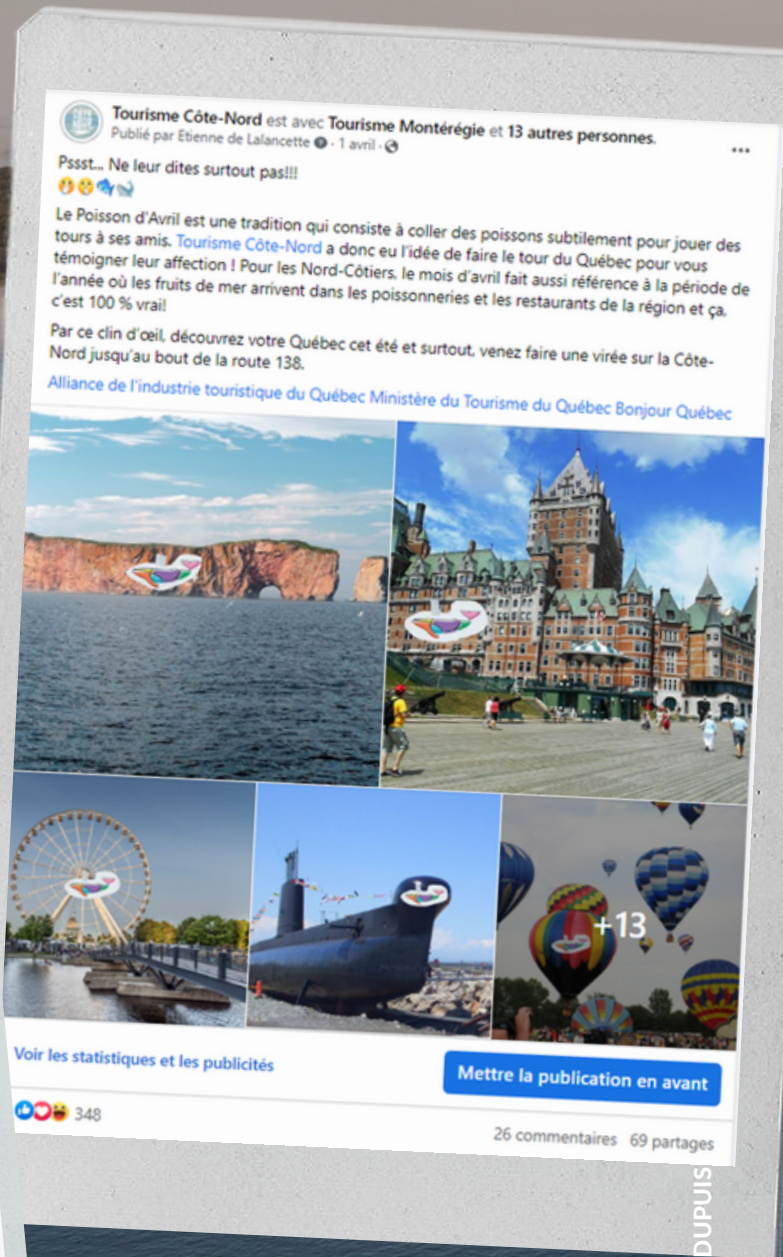
Tourisme Côte-Nord a joué un tour aux autres régions du Québec en plaçant son logo sur leurs principales attractions.

22 850 impressions, 37 870 interactions, 455 réactions, 34 commentaires, 69 partages.

Journée nationale de la vérité et de la réconciliation

La publication a obtenu en moyenne près de 30 000 impressions sur les 2 plateformes et ont suscité beaucoup d'intérêt pour la Côte-Nord.

3 684 impressions, 501 interactions, 345 réactions, 4 commentaires, 144 partages, 8 enregistrements.





RÉSEAUX SOCIAUX



La page Facebook a obtenu **7 635 nouveaux abonnés** (net), atteignant 63 832 abonnés.

1 245 115 utilisateurs atteints (- 36,2%)

29 325 réactions

70 056 clics sur les liens

3 537 commentaires

3 620 partages.



La page Instagram est passée de 14 290 abonnés à **16 532**, représentant une **augmentation de 2 242 abonnés**.



La nouvelle page Tiktok est à **729 abonnés**.



La page Instagram est maintenant à **662 abonnés**.



La page Twitter est maintenant inactive et n'est utilisée que pour partager des informations importantes. Le nombre d'abonnés a diminué légèrement à 2 597 abonnés.



DÉVELOPPEMENT DE CONTENU

COMMUNICATIONS

En 2022-2023, Tourisme Côte-Nord a organisé **18 tournées journalistiques**, majoritairement au courant de l'été 2022. L'équipe de Tourisme Côte-Nord a aussi organisé l'itinéraire des gagnants des concours de 2021. Elle a aussi fait la promotion du circuit Expédition 51 en organisant un FAMTOUR avec des réceptifs et deux tournées médias (AuQueb et Mathieu Dupuis).

Au courant de l'année 2022-2023, Tourisme Côte-Nord a diffusé **16 communiqués de presse** et a répondu à **35 demandes d'entrevue**.

Suite aux statistiques exceptionnelles sur le site web l'an passé, toutes les statistiques sont en baisse pour 2022-2023. Cependant, la fréquentation sur le site web demeure tout de même élevée.

FRÉQUENTATION DU SITE WEB	2022-2023	VARIATION 2021-2022
Nombre d'utilisateurs	407 378	-20,38%
Nouveaux utilisateurs	401 165	-20,86%
Nombre de sessions	536 400	-26,57%
Pages Vues	1 233 376	-36,13%
Pages/Sessions	2,3	-13,02%
Durée moyenne	02:18	-8,18%
Taux de rebond	59,31%	+3,53%

COMMERCIALISATION

RAPPORT D'ACTIVITÉS - QUÉBEC MARITIME

Depuis 25 ans, Le Québec maritime veille à la mise en marché des quatre régions de l'est du Québec (Bas-Saint-Laurent, Gaspésie, Côte-Nord, Îles de la Madeleine) auprès des clientèles hors Québec. Grâce à l'expertise d'une équipe spécialisée en marketing de destination, Le Québec maritime accompagne en plus les entreprises associées à son programme de commercialisation internationale afin de leur permettre d'augmenter leurs revenus, et ce, dans un souci de développement d'un tourisme durable et responsable.

Faits saillants de l'année 2022-2023

- Nouvelle stratégie marketing 2023-2027 : accompagné des firmes Vignola stratégies d'affaires et En mode solutions, le Québec maritime a réalisé sa planification avec une approche axée sur la collaboration, la co-construction et la coopération interrégionale.
- Élaboration et mise en œuvre d'un plan d'action spécifique à la Côte-Nord, en collaboration avec l'ATR, afin d'améliorer la performance touristique de la destination.
- Participation financière à la campagne Whales of Québec.
- Participation à une tournée de familiarisation sur le circuit Expédition 51 dans le cadre de notre mandat en structuration de l'offre.
- Quatre webinaires destinés aux entreprises touristiques de nos régions afin de perfectionner leurs connaissances en commercialisation hors Québec. Parmi les thèmes abordés : réseau de distribution, structures de prix et accueil de tournées de familiarisation.
- Les Rendez-vous du Québec maritime : Cet événement a permis à nos collaborateurs de réseauter avec leurs pairs et d'assister à une programmation collée sur la nouvelle réalité de l'industrie touristique.
- Édition spéciale du magazine Terre sauvage consacrée 100 % aux régions du Québec maritime.
- Production d'images pour les voyages virtuels avec la plateforme Hoppin'.

Bourses et missions

Marché de l'Europe francophone

- Événements Bonjour Québec à Paris, Marseille et Aix-en-Provence, novembre 2022 (journalistes et voyageurs)
- Événement Bonjour Québec à Bruxelles, novembre 2022 (journalistes et voyageurs)
- Événement de Tourisme Autochtones Québec, Mont-Saint-Hilaire, mars 2023

Marché des États-Unis

- Bourse média IMM à New York, janvier 2023 (journalistes)
- ATTA Marketplace Adventure Week à Saguenay, février 2023 (journalistes et voyageurs)

RAPPORT D'ACTIVITÉS - QUÉBEC MARITIME | SUITE

Bourses et missions (suite)

Marché du Canada (hors Québec)

- Événement Bonjour Québec à Toronto, avril 2022 (journalistes)
- Événement Bonjour Québec à Toronto, octobre 2022 (journalistes)
- CITAP (Canadian Inbound Tourism Association – Asia Pacific) à Vancouver, décembre 2022 (voyagistes)

Marché de l'Allemagne

- Webinaire Canada THIRSTday, SK Touristik, janvier 2023 (voyagistes)

Multi marchés

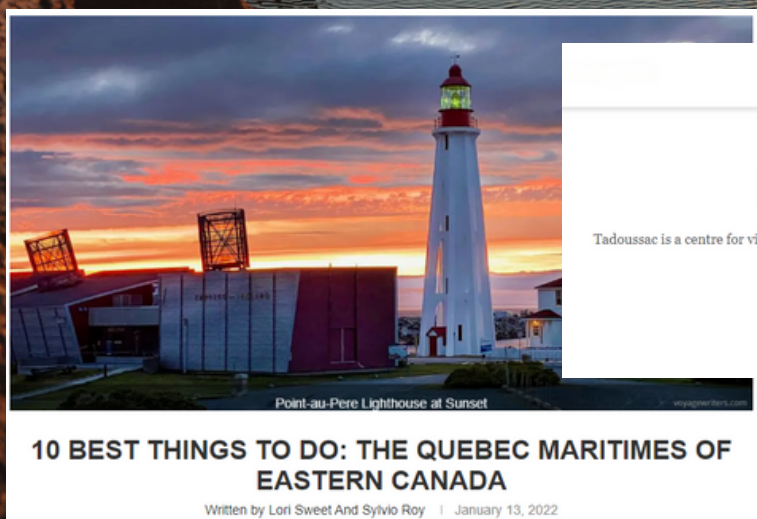
- Rendez-vous Canada à Toronto, mai 2022 (voyagistes)
- Bienvenue Québec à Montréal, octobre 2022 (voyagistes)

Tournées

Pas moins de 14 tournées de voyagistes ont été réalisées en 2022-2023, représentant 39 voyagistes actifs sur les marchés internationaux et nationaux. Neuf de ces tournées ont visité une partie de la Côte-Nord.

En 2022-2023, nous avons accueilli 36 tournées médias, individuelles ou de groupe, dont 16 sur la Côte-Nord. Au total, cela représente 61 journalistes, blogueurs et photographes des médias imprimés et électroniques. Notons la venue de journalistes et de blogueurs français, canadiens et américains. La revue de presse 2021-2022 compte 180 reportages mettant en valeur les régions maritimes du Québec, pour une valeur médiatique de 12 198 816 \$, et ce, tous marchés confondus.

Reportages dignes de mention pour la Côte-Nord



La route des Baleines dans Canadian Geographic

10 meilleures choses à faire au Québec maritime dans Calculated Traveller

RAPPORT D'ACTIVITÉS - QUÉBEC MARITIME | SUITE

Campagnes consommateurs

Marchés ontarien et américain

La campagne promotionnelle « Québec by the Sea / Québec côté mer » 2023 a été lancée dès le début d'avril auprès des clientèles de l'Ontario et du nord-est des États-Unis avec pour objectif de mettre en valeur les entreprises de la Côte-Nord et des autres régions du Québec maritime, afin de convaincre les voyageurs de planifier un road trip ou un séjour chez nous, plus particulièrement en dehors des périodes de pointe.

Cette campagne d'un budget d'environ 400 000 \$ s'appuie sur un plan d'action 100 % numérique axé sur l'engagement et des thématiques fortes. Soulignons également que la Côte-Nord fait l'objet de promotions accrues sur l'Ontario grâce à une entente spécifique avec l'ATR.



@QUEBEC MARITIME

Marché de l'Europe francophone

En 2022-2023, nous avons profité du contexte de reprise des voyages long-courriers pour mettre en œuvre un plan d'action qui nous permettrait d'atteindre nos **objectifs de notoriété**, mais aussi ceux liés à la prise de décision et à la planification d'un voyage dans nos régions. Pour ce faire, nous avons pris soin de **multiplier les plateformes de communications** pour faire connaître nos régions et nos produits d'appel à de nouvelles audiences tout en offrant aussi des contenus plus pratico-pratiques (idées de circuits, listes de lieux incontournables, forfaits, etc.) pour faciliter la prise de décision et la planification. Il est à noter que la Côte-Nord a bénéficié d'un plan de promotion spécifique à la région grâce à une entente avec l'ATR.

Motoneige

La **campagne motoneige 2022-2023** a été lancée au début du mois de décembre 2022 auprès des clientèles de l'Ontario et des états limitrophes américains. La Côte-Nord a fait l'objet d'un concours et de promotions accrues grâce à une entente spécifique avec l'ATR.

Gouvernance

Le conseil d'administration du Québec maritime est désormais composé de **8 administrateurs**, soit de la direction générale et d'un représentant du conseil d'administration de chacune des ATR membres du Québec maritime. Nous tenons à souligner l'apport important des représentants de Tourisme Côte-Nord, le président élu, monsieur Carl Beaulieu, représentant de l'Hôtel Le Manoir de Baie-Comeau et monsieur Paul Lavoie, directeur de Tourisme Côte-Nord, administrateur jusqu'en septembre 2022. Madame Joannie Francoeur Côté occupe la fonction d'administratrice depuis son entrée en poste comme directrice générale de Tourisme Côte-Nord, en décembre 2022.

PRIX ET DISTINCTIONS

PRIX EXCELLENCE TOURISME CATÉGORIE COMMUNICATION ET MARKETING

Tourisme Côte-Nord a remporté pour une deuxième année consécutive le **Prix Excellence tourisme 2022** dans la catégorie Communication et marketing !

C'est grâce à sa campagne Road Trip avec Julie Bélanger en collaboration avec l'agence publicitaire La Bande que Tourisme Côte-Nord a remporté le prestigieux prix du plus grand concours de l'industrie touristique

Tourisme Côte-Nord était également finaliste dans la catégorie « Partenariats et commandites » pour son initiative innovante en donnant à la route 138 une nouvelle attractivité grâce à la collection d'autocollants Côte-Nord. Au total, c'est plus de 200 candidatures qui ont été évaluées par un jury composé d'acteurs de l'industrie



©ALLIANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE



MÉDAILLE DE LA DÉPUTÉE

Afin de souligner le rôle important qu'a joué l'organisation dans la valorisation et la promotion de la région, Tourisme Côte-Nord a eu le privilège de recevoir la médaille de la députée pour l'ensemble de la Côte-Nord.

La députée, Marilène Gill, a reconnu en août dernier le travail acharné de l'association touristique régionale à faire briller la Côte-Nord, malgré le contexte pandémique.

ACCUEIL

L'achalandage en 2022 a été semblable à l'année dernière tout en étant légèrement à la baisse. Les établissements d'hébergement de la Côte-Nord ont toutefois connu une légère augmentation pour les mois d'août et de septembre.

TAUX D'OCCUPATION | CAMPINGS | SAISON ESTIVALE

81%

2021

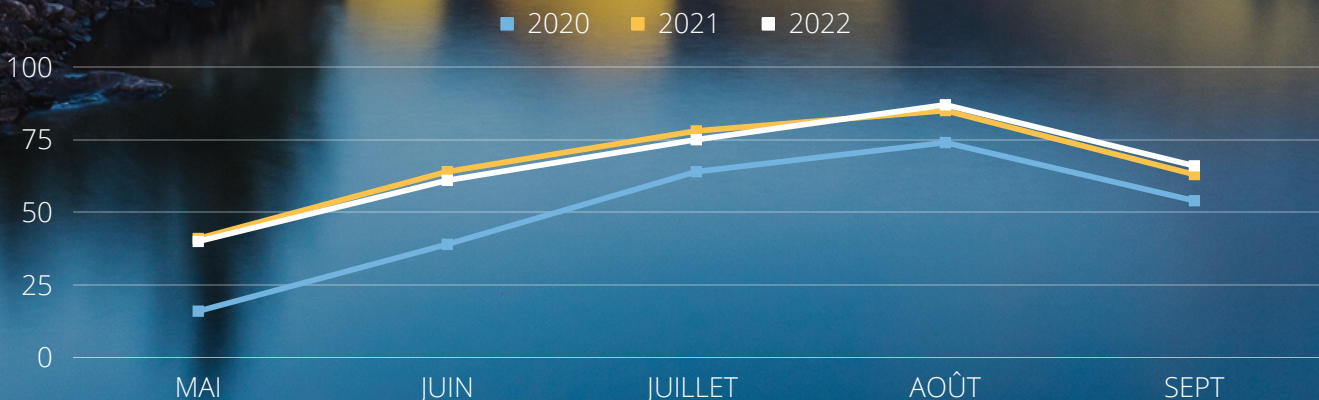
73%

2022

TAUX D'OCCUPATION | HÉBERGEMENTS

	MAI	JUIN	JUILLET	AOÛT	SEPT.
2020	16 %	39 %	64 %	74 %	54 %
2021	41 %	64 %	78 %	85 %	63 %
2022	39,6 %	61,3 %	75,2 %	86,6 %	66,2 %

COURBE DU TAUX D'OCCUPATION | HÉBERGEMENTS

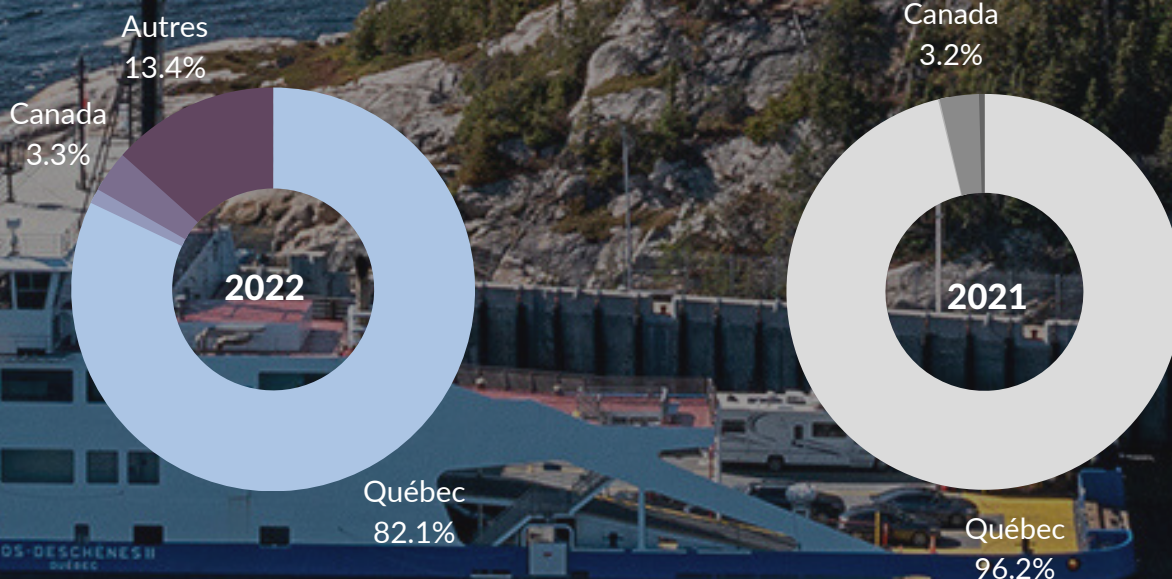


ACCUEIL

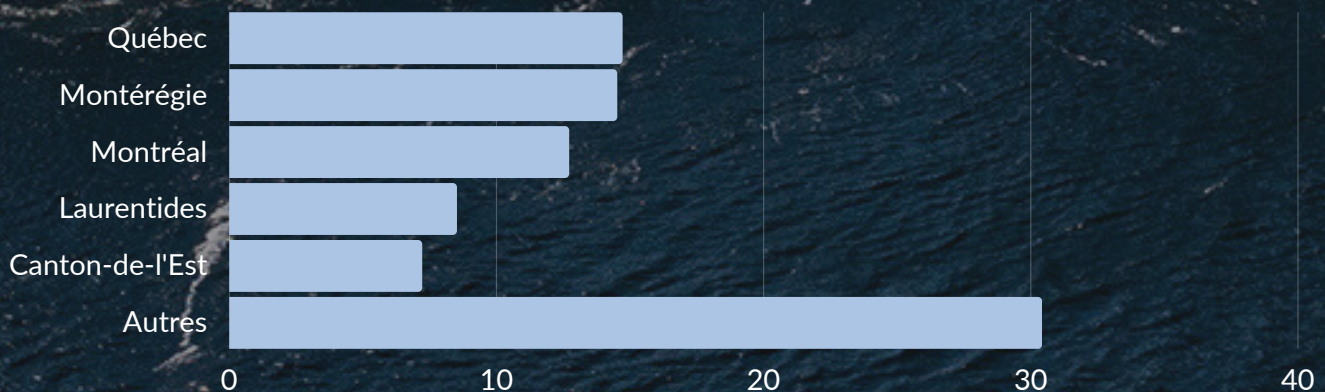
PROVENANCE DES VISITEURS

En 2022, le taux de **visiteurs provenant de l'extérieur du pays**, sans compter les États-Unis (catégorie Autres ci-bas), a nettement augmenté passant de 0,44 % en 2021 à **13,5 % en 2022**.

La plupart d'entre eux (près de 8000 visiteurs) viennent de la France, suivi de l'Allemagne, la Belgique et la Suisse. En tout, ce sont des gens provenant de plus de 50 pays différents qui ont visité notre région cette année.



DÉTAIL PROVENANCE DU QUÉBEC PAR RÉGION ADMINISTRATIVES EN 2022



ACCUEIL

Grâce à la collection d'autocollants distribuée gratuitement dans la plupart des municipalités, les bureaux d'accueil et d'information touristique ont reçu une grande quantité de visiteurs. 122 940 autocollants ont été distribués aux visiteurs du 28 juin au 8 septembre 2022.

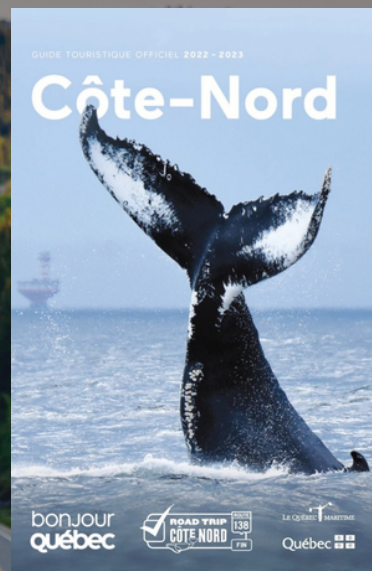
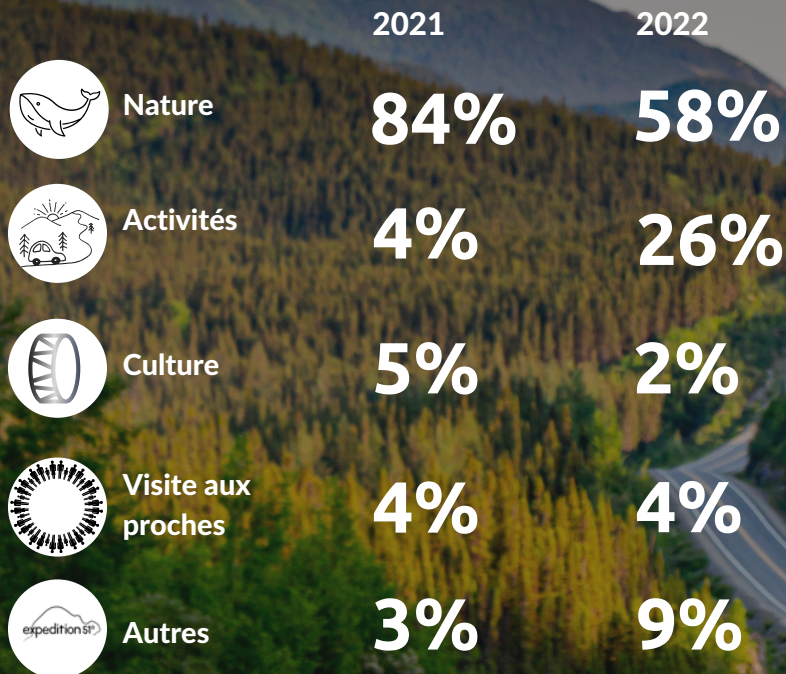
ACHALANDAGE DES BUREAUX D'ACCUEIL ET D'INFORMATION TOURISTIQUE

20 bureaux	2020	2021	2022
DUPLESSIS	25 374	42 344	35 081
MANICOUAGAN	36 353	54 133	59 769
CÔTE-NORD	61 727	96 477	94 850



ACCUEIL

BUT DE LA VISITE



Les trois motifs principaux sont la détente et les paysages à 25%, la fin de la route à 16% et les baleines à 11%.

DISTRIBUTION DU GUIDE TOURISTIQUE 2022-2023

ENVOIS DE MAI 2022 À MARS 2023	FRANÇAIS	ANGLAIS
Lieux d'accueil de la Côte-Nord	10,460	2,688
Envois postaux aux particuliers	5,700	952
Envois aux membres	14,000	5,100
Salons	1,000	80
Distribution par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec dans les autres ATR de la province	14,040	4,460
Québec maritime	320	400
CAA Québec	280	40
Ministère du Tourisme	2,520	2,280
Quantité totale distribuée	48,320	16,000

La quantité totale des guides distribués a augmenté de 17% pour l'année 2022-2023, passant de 53 414 à 64 320 guides.

DÉVELOPPEMENT

SOUTIEN AU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE À ANTICOSTI

Il est de notoriété publique qu'une proposition d'inscription de l'Île d'Anticosti sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO est en cours. En fait, l'Île est considérée comme étant le meilleur laboratoire naturel du monde pour l'étude des fossiles et des strates sédimentaires issus de la première extinction de masse. Évidemment la reconnaissance de ce caractère unique apportera beaucoup à la science, mais également à la dynamique touristique. Les différents partenaires impliqués dans cette démarche recommandent à la Municipalité de L'Île-d'Anticosti de préparer son assise touristique afin d'accueillir convenablement les nouvelles clientèles. Avec le support financier du ministère du Tourisme depuis le printemps 2021, la Municipalité élabore un plan de développement de l'offre touristique. Ainsi, un nouveau produit écotouristique dans le secteur Ouest de l'Île est en cours d'élaboration. Pour s'assurer de développer un produit de calibre international, plusieurs partenaires de l'industrie touristique du Québec contribuent aux efforts de réalisation de Destination Anticosti, cette future offre touristique Nord-Côtière.

ENTENTE DE PARTENARIAT RÉGIONAL ET DE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE EN TOURISME (EPRTNT)

L'entente de partenariat régionale et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) 2022-2025 a été annoncée pour le 1^{er} avril 2022. Comme il s'agit d'une nouvelle entente, sa mise en place a eu plusieurs délais. Cependant nous avons pu effectuer deux appels de projets en 2022-2023 et tenir deux comités de gestion. Nous avons aussi effectué une tournée dans les six MRC de notre territoire afin de présenter la nouvelle entente.

EPRTNT 2022-2023

Nombre de projets soutenus	7
Aide annoncée	100 000 \$
Coût total des projets	1 816 973 \$

ANNEXES



MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE TOURISME CÔTE-NORD

Yanick Morin	Co-président
John Pineault	Co-président
Marie-France Brunelle	Trésorière
Jeannine Villeneuve	Secrétaire
Marlène Arsenault	Administratrice
Carl Beaulieu	Administrateur
Yany Bélanger	Administrateur
Line Bordage	Administratrice
Claude Brassard	Administrateur
Lucie Charland	Administratrice
François Corriveau	Administrateur
Michel Michaud	Administrateur
Viviane Richard	Administratrice
Karine Savard	Administratrice

PERSONNEL DE TOURISME CÔTE-NORD

Joannie FrancoeurCôté	Directrice général
Geneviève Pelletier	Adjointe à la direction
Guy Bouchard	Directeur du développement touristique
Dave Prévèreault	Directeur marketing
Étienne Lalancette	Stratège en marketing numérique
Josy Anne Dufour	Agente aux communications et commercialisation
Étudiants et stagiaires	Stagiaire accueil et marketing
Marion Laurent	Services aux membres
Pascale Poney	Coordonnatrice à l'accueil
Alexe Plamondon	Gestionnaire de contenu web et médias sociaux



**ENTRE NATURE
ET DEMÈSURE !**

Tourisme Côte-Nord
312, avenue Brochu | Sept-Îles
734, rue de Puyjalon | Baie-Comeau