

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**  
**Pour diffusion immédiate**



**UNE TRÈS BONNE ANNÉE TOURISTIQUE EN CÔTE-NORD :  
BILAN STATISTIQUE DE LA SAISON 2016**

**Sept-Îles et Baie-Comeau, le 30 novembre 2016 – Les Associations touristiques régionales (ATR) de la Côte-Nord déposent aujourd’hui le bilan statistique estival de la région, qui confirme une très bonne saison 2016. L’industrie touristique en Côte-Nord se porte généralement bien, et a enregistré une hausse d’achalandage de 8 % dans le Réseau d’accueil de la Côte-Nord.**

Pour cette quatrième édition d’un bilan statistique Côte-Nord, les indicateurs analysés pour évaluer la performance de la saison estivale à travers les différents secteurs de l’industrie touristique sont grandement positifs.

**Hausse de fréquentation**

Le Réseau d’accueil de la Côte-Nord a enregistré un achalandage de 100 118 visiteurs au cours de la période du 1<sup>er</sup> mai au 30 septembre 2016. Il s’agit d’une hausse de 8 %, par rapport au recensement de 2015. Parmi les 21 bureaux d’accueil et d’information touristique, 14 d’entre eux notent une hausse de leur achalandage.

Suite à un sondage envoyé à l’ensemble des membres de la Côte-Nord, auquel 56 entreprises ont participé, 73 % d’entre elles ont constaté une augmentation de leur achalandage en 2016. Toujours selon les résultats du sondage aux membres, les recettes pour les mois de juin (48 %), juillet (59 %), août (61 %) et septembre (43 %) ont augmenté pour la majorité des répondants.

Ces entreprises, tous secteurs confondus, ont accueilli un total de 442 577 visiteurs au cours de la période du 1<sup>er</sup> mai au 30 septembre 2016. Parmi elles, les attraits les plus fréquentés par les visiteurs ont été les établissements de Parcs Canada (17 %), les activités de plein air (16 %), les sites culturels et patrimoniaux (14 %), ainsi que les excursions en mer et les croisières aux baleines (7 %).

**La Côte-Nord destination très appréciée des Québécois et de l’Europe francophone**

La proportion de la clientèle québécoise à venir en Côte-Nord est de 68 %. Les visiteurs européens, majoritairement de la France, représentent 19 % de la clientèle, le Canada, 6 % et les États-Unis, 3 %.

**La nature au cœur des intérêts, ainsi que la culture**

71 % des visiteurs de la Côte-Nord ont choisi la destination pour l’omniprésence des attraits naturels : paysages, baleines, fjord, archipels, plages, mer. 13 % des visiteurs se sont quant à eux déplacés pour les attraits culturels : musées et centres d’interprétation, visites industrielles, produits du terroir et gastronomie, culture autochtone et patrimoine religieux.

### **Un service à la clientèle de qualité pour des retombées économiques notables**

Tourisme Côte-Nord estime qu'environ 36 042 visiteurs sont susceptibles d'avoir allongé leur séjour dans la région suite aux informations reçues dans les différents lieux d'accueil et d'information touristique, et qu'ils ont ainsi fait des dépenses supplémentaires de plus de 2,9 millions de dollars dans la région.

### **Actions marketing efficaces et accessibles pour tous les joueurs de l'industrie**

Parmi les nombreuses actions marketing au cours de l'année, le concours « Entre Nature et Dèmesure » a suscité l'intérêt des visiteurs. En effet, c'est plus de 30 000 visites sur le site du concours, plus de 8 000 inscriptions à la première phase, plus de 6 000 égoportraits avec le logo de Tourisme Côte-Nord et plus de 10 000 votes et 800 partages qui ont été enregistrés.

### **Durée du séjour et taux d'occupation**

L'achalandage des terrains de camping de la Côte-Nord est en hausse en 2016. Le taux d'occupation est de 65 % par rapport à 60 % en 2015. Le taux d'occupation des établissements hôteliers en 2016 pour la Côte-Nord, est de 49,7 % par rapport à 50,1 %, une très légère perte de 0,4 %. Il s'agit d'une certaine stabilité par rapport aux dernières années où le taux d'occupation moyen de la Côte-Nord avait diminué de 3 % en 2014 et 2015.

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

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

Le bilan statistique de la saison touristique 2016 est disponible sur le blogue de Tourisme Côte-Nord, dans la section documentation, données et statistiques.

*Tourisme Côte-Nord/Duplessis et Tourisme Côte-Nord/Manicouagan sont des organismes privés sans but lucratif, reconnus et mandatés par le gouvernement du Québec en matière de concertation régionale, d'accueil, d'information, de signalisation, de promotion et de développement touristique pour la région. Le ministère du Tourisme du Québec reconnaît ces partenaires pour établir les priorités, les grandes orientations, et les actions stratégiques qui assurent le déploiement de la Côte-Nord.*

-30-

### **Sources et informations :**

#### **Tourisme Côte-Nord**

Catherine Allard

Responsable des communications et des relations publiques

communications@cotenordqc.com

418 962-3512 ou sans frais le 1 888 463-0808