



ENTRE NATURE  
ET DÉMESURE!

# RAPPORT ANNUEL 2023-2024

# TABLE DES MATIÈRES

<b>Mot de la directrice et du président</b>	3
<b>C.A et employés</b>	4
<b>Services aux membres</b>	6
<b>Contexte touristique</b>	7
<b>Planification stratégique</b>	9
<b>Campagne marketing</b>	12
<b>Commercialisation Québec Maritime</b>	17
<b>Développement</b>	20
<b>Accueil</b>	23

**En couverture**

Mathieu Dupuis



# MOT DE LA DIRECTRICE ET DU PRÉSIDENT

## CHERS MEMBRES, PARTENAIRES ET COLLABORATEURS,

Nous avons le plaisir de vous présenter le rapport annuel de Tourisme Côte-Nord pour l'année 2023-2024. En tant que président et directrice générale, nous sommes heureux de vous faire part de notre bilan. Cette année a été marquée par des défis importants et des accomplissements remarquables et c'est avec enthousiasme que nous vous les partageons.

Deux mots pour décrire la dernière année de Tourisme Côte-Nord : structuration et planification. La première étape a été de compléter la fusion sous l'entité Tourisme Côte-Nord, en accueillant une nouvelle directrice générale, en mettant en place un nouveau conseil d'administration et en révisant le plan des ressources humaines.

C'est ainsi qu'en parallèle de nos opérations quotidiennes, plusieurs grands chantiers ont été amorcés. Notons premièrement une tournée du territoire visant à consulter les acteurs du milieu. Elle sera d'ailleurs complétée dans les prochaines semaines avec un déplacement en Basse-Côte-Nord. Cette tournée de concertation nous a permis de procéder à la révision de la planification stratégique.

Nous avons également posé un diagnostic de l'offre touristique et élaboré un plan d'action en développement et structuration de l'offre. Ce dernier est décliné par des actions structurantes pour l'ensemble du territoire, par MRC et par municipalité. Une nouvelle ressource sera responsable de ce dossier dès l'automne.

Le plan d'accueil a également été revu et plusieurs actions ont été mises en place pour renforcer la mobilisation et les capacités du réseau.

Un nouveau plan marketing a été élaboré, lequel sera déployé pour les 4 prochaines années. Il vise 5 objectifs principaux : accroître la notoriété et la considération pour la Côte-Nord, poursuivre la croissance de l'achalandage, mettre en place les conditions gagnantes afin que le visiteur demeure plus longtemps dans la région, rendre facile et accessible son séjour et le rassurer en lui donnant des options clé en mains.

Ce fut donc une grosse année de réflexions, de consultations et de concertation, laquelle nous a permis d'asseoir des bases solides pour la suite. C'est avec une structure organisationnelle renouvelée, un conseil d'administration et une équipe dynamique, compétente et dévouée que nous entamons cette prochaine année avec confiance et engouement. Nous tenons à exprimer notre gratitude à chacun d'entre vous pour votre soutien indéfectible.

Finalement, la Côte-Nord n'a pas fini de faire parler d'elle et de rayonner par sa splendeur et son accueil chaleureux. L'industrie touristique est plus mobilisée que jamais et nous avons bien l'intention de profiter de ce momentum pour faire de la Côte-Nord une destination de calibre mondial !



Joannie Francoeur Côté  
Directrice générale



Yanick Morin  
Président

# MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

**Suzanne Asselin**, Retraitée du Ministère du Tourisme

**Alexandre Bastien**, Croisières AML

**Carl Beaulieu**, Bistro la Marée Haute

**Yany Bélanger**, Château Arnaud

**Marie-France Brunelle**, Culture Côte-Nord

**Jane-Anne Cormier**, Les Vagues Loisirs marins

**Jérôme Gouron**, Sépaq / Parc national du Fjord-du-Saguenay

**Jeff Dufour Tremblay**, Chambre de commerce et d'industrie de Manicouagan

**Myriam Desjardins Malenfant**, Aventure 52e parallèle

**Michel Michaud**, Société des amis des monts Groulx

**André Morin**, Microbrasserie St-Pancrace

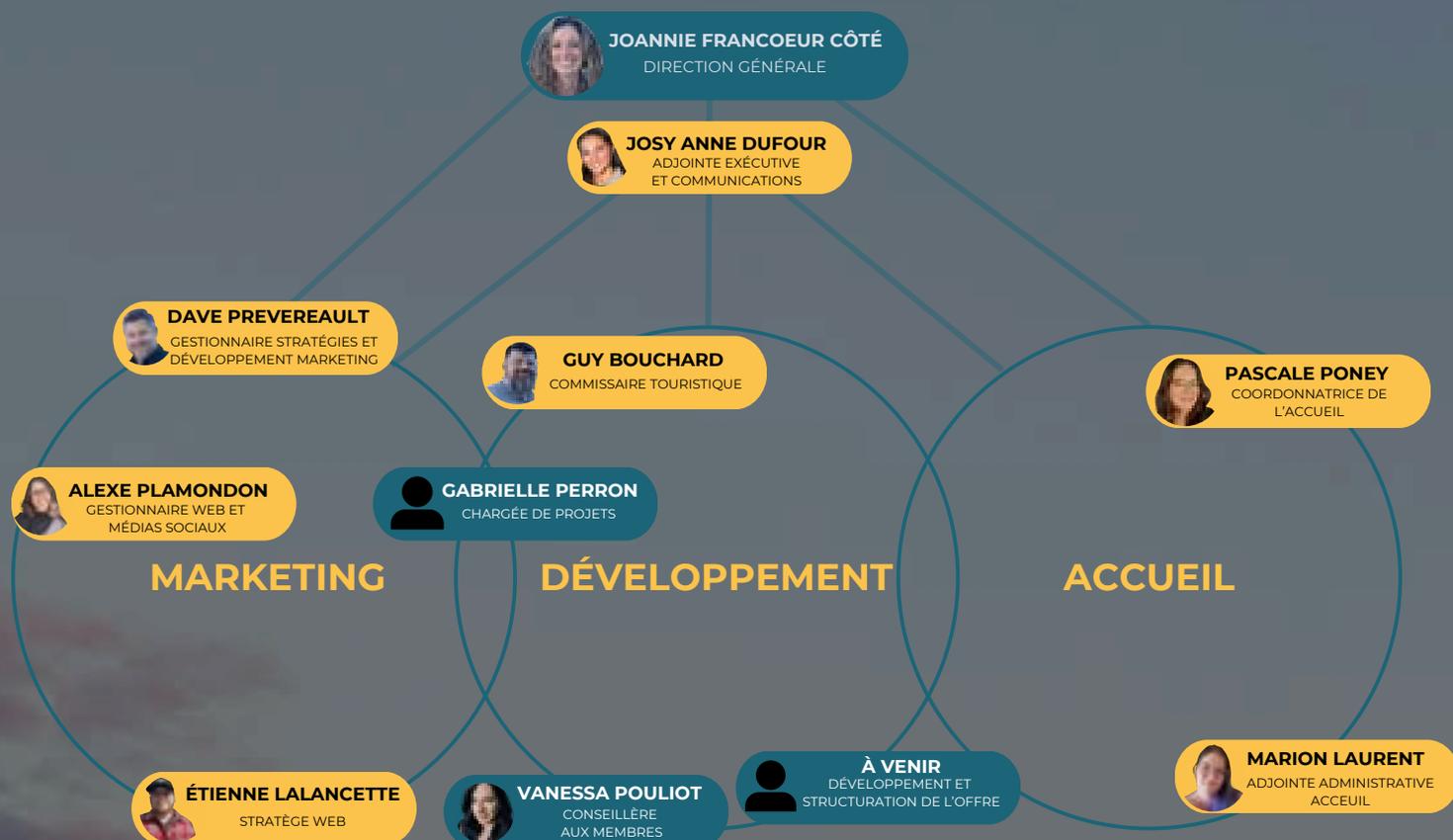
**Yanick Morin**, Centre de vacances Ferme 5 Étoiles

**Mario Noël**, Puyjalon brasserie et distillerie

**John Pineault**, Ferme ostréicole Manowin

**Jeannine Villeneuve**, Conseil tribal Mamuitun

# ÉQUIPE PERMANENTE



\*Postes créés dans la dernière année



# SERVICES AUX MEMBRES

## CONSEILLÈRE AUX MEMBRES

Afin d'améliorer les services offerts aux membres de Tourisme Côte-Nord, un nouveau poste a été créé en janvier 2024. Cette initiative s'inscrit dans une volonté d'être plus présent et d'offrir un suivi personnalisé et de qualité auprès des entreprises et organisations touristiques de la Côte-Nord. En tant que premier point de contact pour les membres, la conseillère aux membres assure une communication efficace avec les personnes ressources de l'organisation. Elle les informe afin de leur permettre de tirer le meilleur de leur adhésion, les accompagne et les conseille sur les produits de visibilité et leur fait part des dernières communications et formations du domaine touristique. De plus, la conseillère aux membres reste constamment informée des dernières nouveautés dans la région et les partagent. L'objectif est de devenir un partenaire de confiance et que chaque membre se sente pleinement soutenu et écouté au sein de leur association touristique régionale. Nous espérons fortement que cette nouvelle ressource dédiée fera une différence pour vous.

## INITIATIVES DESTINÉES AUX MEMBRES

Plusieurs contenus informatifs sont diffusés ponctuellement à l'ensemble des membres via l'infolettre et le groupe Facebook « Tourisme Côte-Nord - Membres et partenaires ».

La Trousse marketing a été revampée pour offrir aux membres de nouveaux produits promotionnels. Des propositions personnalisées ont été présentées à plusieurs membres pour répondre à leurs besoins, tout en respectant leur budget.

Le Gala du mérite touristique est revenu en présentiel, pour la première fois depuis 2019. Plus de 160 personnes y ont assisté et 14 prix ont été remis à des membres. La même journée, la première Grande conférence sur le tourisme durable a été organisée.

## MOUVEMENT DES MEMBRES

Dans la dernière année, 40 nouveaux membres ont rejoint Tourisme Côte-Nord et 47 organisations ont résilié leur adhésion. Il y a différentes raisons pour les résiliations : non-paiement de facture, vente ou fermeture d'entreprise et pertinence de l'adhésion.



# CONTEXTE TOURISTIQUE

## PROLONGER LA SAISON ESTIVALE, C'EST GAGNANT

De nombreux défis ont été rencontrés pendant la saison estivale, notamment en raison des aléas météorologiques. La Côte-Nord a été particulièrement touchée par de fortes pluies tout au long de la saison, entraînant une diminution des activités touristiques. Les fermetures de routes, notamment la 138 près de Sept-Îles en raison des feux de forêt en début de saison et celle du pont Touzel en Minganie, ont eu un impact négatif sur l'affluence touristique. Les incendies ont également contribué à une baisse importante de la fréquentation des pourvoiries nord-côtières.

Malgré tout, les acteurs touristiques de la Côte-Nord se sont relevé les manches, et le bilan global est tout de même satisfaisant. Les données sur les taux d'hébergement indiquent une saison similaire à 2022. Sans les malheureux événements du début de saison, la Côte-Nord aurait probablement battu tous les records en 2023 !

Avec un mois de septembre exceptionnel et une prolongation de l'achalandage jusqu'en octobre, Tourisme Côte-Nord remarque un intérêt croissant pour la région en saison épaule. Des efforts supplémentaires seront mis afin de valoriser les séjours à cette période de l'année et ainsi prolonger la saison touristique.

En sondant les entreprises membres, elles ont remarqué une tendance des visiteurs à vouloir se déplacer de plus en plus vers l'est et à se rendre au bout de la route. Une remarque plus que positive puisqu'elle s'aligne à merveille avec la campagne promotionnelle Road Trip de Tourisme Côte-Nord.

Notons également une augmentation fulgurante de l'achalandage des visiteurs à Fermont et à Blanc-Sablon. Cette hausse valide les efforts fournis pour soutenir la croissance du circuit Expédition 51 et confirme la pertinence de l'embauche en janvier d'une ressource dédiée, partagée avec Tourisme Labrador .

Le taux d'occupation des campings a connu une hausse significative dans le secteur est, avec une augmentation de 59% (25% à l'ouest). De nombreuses municipalités ont ouvert des campings municipaux, élargissant ainsi l'offre touristique. Malgré les précipitations connues tout au long de l'été., les visiteurs ont choisi ce type d'hébergement en grand nombre.

# CONTEXTE TOURISTIQUE

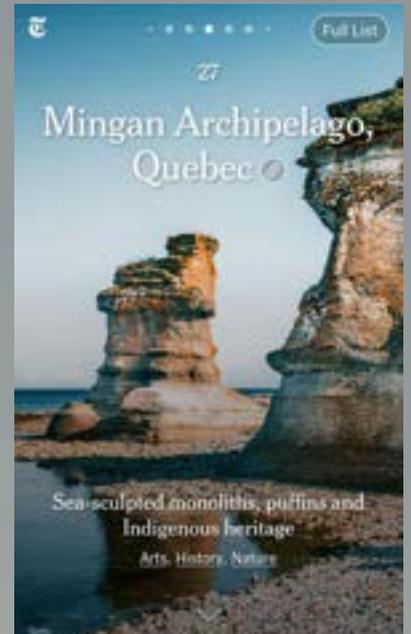
## PÉRIODE HIVERNALE

Malgré le faible enneigement observé dans l'ensemble de la province québécoise, la Côte-Nord en a reçu suffisamment pour que des activités hivernales soient pratiquées. Cette situation a favorisé une hausse de la fréquentation des activités liées à l'industrie de la motoneige et confirme qu'il faut prioriser des actions dans le développement, la structuration et la promotion du tourisme hivernal dans la région.

## RECONNAISSANCES

L'événement positif marquant de 2023 fut sans hésiter l'inscription de l'Île d'Anticosti sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Anticosti devient ainsi le troisième site québécois à se voir attribuer cette importante distinction. Synonyme de légitimation de la valeur universelle et exceptionnelle d'un site, cette reconnaissance procure une visibilité d'envergure à l'échelle internationale.

Notons également l'Archipel de Mingan qui a été listé dans le top 52 des destinations mondiales à visiter par le New-York Times en 2024. C'est la troisième fois qu'une destination du Québec est mentionnée dans ce palmarès.



# PLANIFICATION STRATÉGIQUE EN TOURISME RESPONSABLE ET DURABLE

## CONTEXTE DE RÉALISATION

Tourisme Côte-Nord souhaite être un leader dans la mise en place d'un tourisme responsable et durable. Depuis mai 2023, l'organisation a entamé un vaste chantier afin d'orienter l'ensemble de ses mandats vers le développement d'une offre touristique qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux, environnementaux et culturels actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil.

Une grande tournée des partenaires fut effectuée afin de les entendre sur leur vision d'un tourisme responsable et durable, en collaboration avec Environnement Côte-Nord et Versant Est. Cette tournée avait pour but d'aider à jeter les balises de notre planification stratégique de la destination Côte-Nord.

La démarche comprenait également un parcours complet de formations sur les principes de développement durable et sur l'adaptation aux changements climatiques pilotés par l'Association de l'industrie touristique du Québec et Ouranos ainsi qu'un accompagnement par la firme Ellio. Ce parcours fut effectué dans son intégralité par la directrice générale, par le commissaire touristique et en rattrapage par la conseillère aux membres lors de son arrivée en poste.

C'est ainsi qu'une première version de la planification stratégique fut présentée au ministère du Tourisme le 31 octobre dernier. La version finale fut quant à elle déposée le 31 mars 2024.

## MISSION

Organisme privé à but non lucratif qui regroupe les intervenants touristiques de la Côte-Nord sur une base géographique et sectorielle. Le ministère du Tourisme du Québec reconnaît son rôle pour établir les priorités, les grandes orientations et les actions stratégiques qui assurent le rayonnement de la Côte-Nord. Tourisme Côte-Nord est mandatée par le gouvernement en matière de concertation régionale, de développement de l'offre, de promotion, d'accueil et d'information touristique.

## VALEURS



## VISION DU FUTUR

Sur ce magnifique territoire chargé de riches cultures et d'environnements naturels majestueux, Tourisme Côte-Nord rassemble et mobilise tous les acteurs par son leadership responsable et durable. En résulte, un développement touristique inclusif et cohérent générant des retombées bénéfiques pour les collectivités qui l'habitent et pour l'environnement qui les héberge.

## PRINCIPES DIRECTEURS



# PLANIFICATION STRATÉGIQUE DE LA DESTINATION CÔTE-NORD

Les orientations stratégiques inspirées de la vision, de la mission, des valeurs et des principes directeurs de la planification stratégique incluent le tourisme responsable et durable de façon circulaire pour contribuer à la création d'un milieu vivant et régénératif.



# CAMPAGNES MARKETING

En plus de s'adapter au contexte touristique changeant, l'organisation a planifié des actions majeures pour continuer à positionner la Côte-Nord à différents niveaux et auprès de différents marchés.

## VIENS VOIR LES BALEINES

Avec un budget de 550 000 \$, cette campagne a mis en lumière le Parc marin du Saguenay Saint-Laurent et a rassemblé 18 partenaires. Les résultats sont impressionnants :

- Nombre de conversions : 59 192 (55 485 en 2022)
- Sessions sur le microsite : 410 730 (Québec et Ontario) (363 067 en 2022)
- Pages vues : 467 000 (287 320 EN, 179 810 FR)
- Temps passé sur la page : 4:00 minutes (4:31 en 2022)
- Impressions obtenues : 63 003 337

## IL Y A UNE CÔTE-NORD POUR CHACUN DE NOUS. PRENEZ LA ROUTE ET TROUVEZ LA VÔTRE

Deuxième année de la campagne de notoriété et de positionnement avec Julie Bélanger sous la thématique du Road Trip. Cette campagne implique 15 partenaires.

- La campagne numérique a généré : 1 240 053 visionnements de la publicité 15 secondes et 49 456 visionnements complets des capsules longues.
- 60 360 utilisateurs et 71 421 sessions en provenance des campagnes.
- Le haut taux d'engagements Facebook et Instagram : 5 965 réactions, 783 commentaires et 1 467 partages.
- Trois années records consécutives en termes d'achalandage touristique, depuis le positionnement de la Côte-Nord sur l'expérience du road trip.

## CHARLEVOIX ET LA CÔTE-NORD, ÇA COLLE, NATURELLEMENT

Pour cette troisième année du projet autocollant, la région de Charlevoix s'est ajoutée à titre de partenaire. Cette initiative, qui représente une collection de 62 autocollants, a généré : 39 869 impressions sur la page du concours ont permis de recevoir 8 004 photos et inscriptions ainsi que d'écouler 293 000 autocollants.

## ROAD TRIP GOURMAND

Lors de sa deuxième année, cette campagne a atteint un auditoire de 3 millions de personnes grâce à 41 articles publiés, après l'envoi de 30 coffrets de produits régionaux aux médias québécois.

## POURVOIRIES CÔTE-NORD

Un plan marketing a été élaboré pour faire la promotion des pourvoiries de la Côte-Nord. Celui-ci inclut des tournages sur le territoire, des publicités dans des magazines, une stratégie de gestion de médias sociaux et d'autres placements publicitaires ciblés.

# RÉSEAUX SOCIAUX

Une nouvelle stratégie de médias sociaux a été élaborée et mise en place à l'hiver 2024 . À la suite d'une évaluation des performances de l'an dernier et des tendances numériques, des recommandations ont été émises par la Gestionnaire de contenu web et des médias sociaux pour optimiser l'utilisation de chaque plateforme utilisée par Tourisme Côte-Nord.

## FACEBOOK

Afin de publier davantage de contenu original et de meilleure qualité, la fréquence de publication a été réduite de 1 à 2 publications par jour à 1 publication aux 2 jours. Les demandes de repartage de contenus provenant d'autres pages sont évalués pour s'assurer qu'ils soient pertinents pour son audience et pas seulement pour les entreprises qui souhaitent augmenter leur visibilité.

## INSTAGRAM

Avant la nouvelle stratégie, les publications faites sur cette plateforme étaient faites de manière sporadique puisque certains contenus publiés sur Facebook n'étaient pas adaptés. Maintenant, il y a 1 publication aux 2 jours, ce qui crée de la régularité. L'ensemble des stories qui identifient Tourisme Côte-Nord sont également repartagées.

## TIKTOK

Après avoir fait quelques tests sur cette plateforme, la conclusion était qu'il fallait prendre le temps de créer du contenu intéressant et original. Toute l'équipe de Tourisme Côte-Nord participe à la création de contenu vidéo, que ce soit en documentant son quotidien et ses déplacements ou en partageant leurs coups de coeur à la caméra.

## LINKEDIN

La fréquence de publication a augmenté sur LinkedIn afin de partager plus sur les réalisations de l'organisation et sur les besoins des membres.

Depuis que cette stratégie est placée, le taux d'engagement a augmenté sur l'ensemble des réseaux sociaux.



La page Facebook a **7 635 nouveaux abonnés**, atteignant 63 832 abonnés.

**2 109 093** utilisateurs atteints (+ 46,5%)

**70 453** interactions avec le contenu

**111 458** clics sur les liens



La page Instagram est maintenant à **18 308 abonnés (+1 776)**.



La page Tiktok est maintenant à **1 235 abonnés (+506)**.



La page LinkedIn est maintenant à **850 abonnés (+188)**.

# RÉSEAUX SOCIAUX

## PUBLICATIONS MÉDIAS SOCIAUX

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

### BLOGUE EXPÉDITION 51

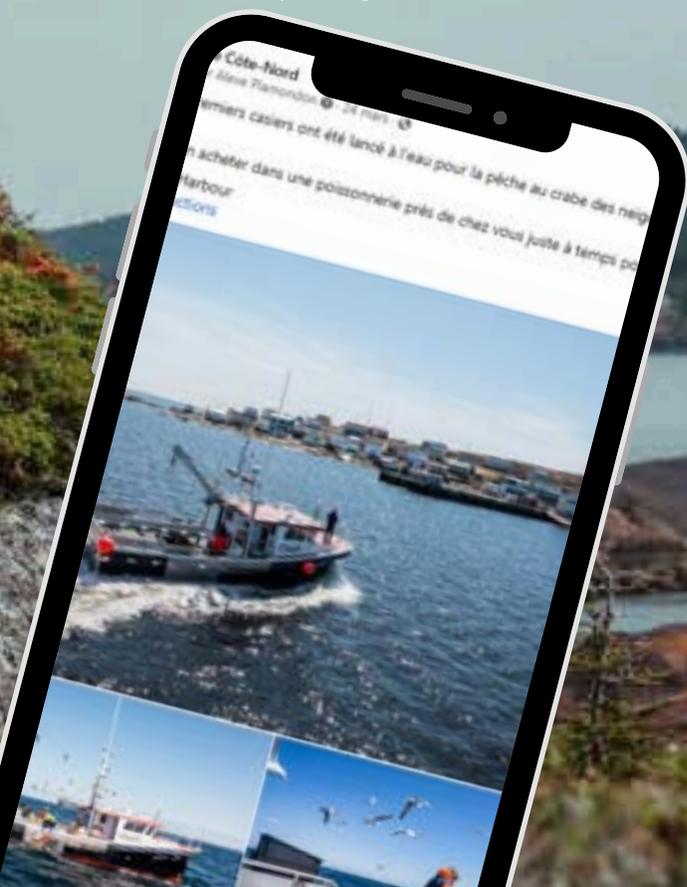
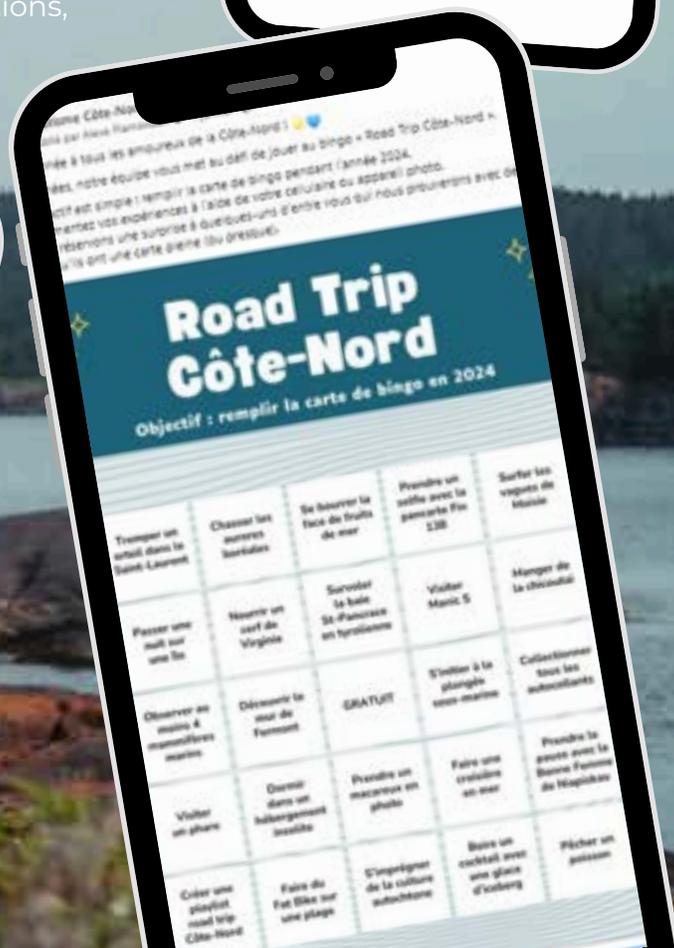
Le partage d'un article de blogue d'Au Québ a suscité 39 858 impressions, 463 interactions, 311 réactions, 59 commentaires et 94 partages. 1 542 personnes ont cliqué sur le lien pour voir l'article.

### BINGO ROAD TRIP

Tourisme Côte-Nord a souligné le Nouvel An de façon originale en mettant sa communauté au défi. La publication a généré 30 003 impressions, 355 interactions, 193 réactions, 45 commentaires, 120 partages et 8 enregistrements.

### LANCEMENT DE LA PÊCHE AU CRABE

Les contenus en lien avec la pêche au crabe suscitent toujours l'intérêt de notre audience. Cette année, il y a eu 44 997 impressions, 610 interactions, 448 réactions, 52 commentaires et 115 partages.



# RÉSEAUX SOCIAUX

## FACEBOOK ET INSTAGRAM

### SI C'EST POUR VOUS RASSURER...

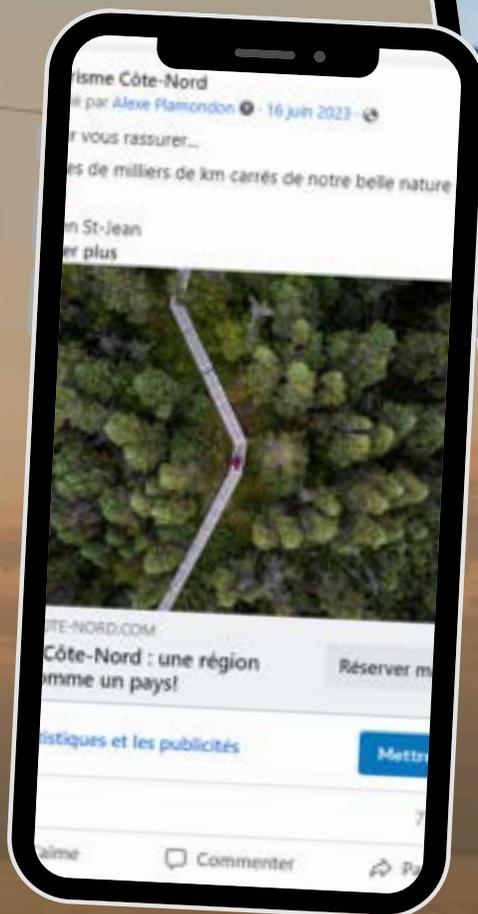
Pour aider à relancer le tourisme après la fermeture du pont Touzel et les feux de forêt, Tourisme Côte-Nord a lancé rapidement une campagne avec le slogan « Si c'est pour vous rassurer... ».

Au total, 18 publications ont été faites de mi-juin à mi-juillet et elles ont généré 1 160 577 impressions, 4 280 interactions, 3 180 réactions, 361 commentaires, 585 partages et 4 752 clics.

### POISSON D'AVRIL

L'équipe de Tourisme Côte-Nord aime jouer des tours et cette année, avec l'aide de la Ferme Purmer, elle a organisé un « Beach Party » fictif sur l'île Grosse Boule à Sept-Îles.

La publication a généré 33 340 impressions, 622 interactions, 491 réactions, 68 commentaires, 59 partages, 4 enregistrements.



# DÉVELOPPEMENT DE CONTENU

## COMMUNICATIONS

En 2023-2024, Tourisme Côte-Nord a organisé **6 tournées journalistiques**, dont 1 au courant de l'hiver 2023. L'équipe de Tourisme Côte-Nord a aussi organisé l'itinéraire des gagnants des concours de 2022 et fait la promotion du circuit Expédition 51 en organisant une tournée média avec PRÊTS pour la Route.

Au courant de l'année 2023-2024, Tourisme Côte-Nord a diffusé **12 communiqués de presse** et a répondu à **52 demandes d'entrevue**.

## SITE WEB

Les statistiques du site web ont légèrement diminué dans la dernière année, mais les chiffres restent tout de même excellents. Les pages les plus fréquentées sont les suivantes : Concours (46%), Accueil (18%), Hébergements (10%), Pourvoiries Côte-Nord (8%), Incontournables (7%) et Camping (6%).

Plusieurs modifications ont été apportées au site web dans la dernière année pour le rendre plus convivial et nous poursuivons nos efforts en ce sens.

FRÉQUENTATION DU SITE WEB	2023-2024	VARIATION 2022-2023
Nombre d'utilisateurs	373 000	-8.4%
Nouveaux utilisateurs	366 283	-8.7%
Nombre de sessions	503 753	-6.1%
Pages Vues	1 130 553	-8.3%
Pages/Sessions	2,19	-4.8%
Durée moyenne	01:28	-36%
Taux de rebond	39,12%	-34%

STATISTIQUES CONCOURS	VUES	INSCRIPTIONS
Autocollants Côte-Nord 2023	16 085	998
Découvrez votre Côte-Nord 2023	208 018	13 607

# COMMERSIALISATION

## FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE

- Renouvellement de l'entente avec notre partenaire principal, Développement économique Canada, qui nous assure le soutien financier nécessaire pour les quatre prochaines années.
- Mise en place de la stratégie marketing 2023-2027 réalisée grâce à l'apport essentiel de nos partenaires et de nos entreprises.
- Maintien de notre collaboration avec nos partenaires majeurs, Parcs Canada, la Sépaq et PAL Airlines, ainsi que 34 entreprises associées sur la Côte-Nord.

## ACTIONS DE COMMERCIALISATION RÉALISÉES EN 2023-2024

- Marché de l'Europe francophone : Événements Bonjour Québec à Paris et Lille,
- Marché des États-Unis : Bourse média IMM à New York
- Marché du Canada (hors Québec) : Événements Bonjour Québec à Toronto et Vancouver, TMAC à Sudbury, Événement Bonjour Québec à Toronto
- Multimarchés : Bourse du Québec maritime à Montréal, Rendez-vous Canada à Québec, GoMedia Canada à Saskatoon,(médias), Bienvenue Québec à Trois-Rivières, Canada Showcase Europe à Hambourg
- Marché de l'Allemagne : Deux webinaires avec les Canada Specialist Program de Destination Canada, une formation B2B enregistrée au studio de FWV Medien GmbH et Bonjour Québec à Hambourg

## TOURNÉES DE VOYAGISTES

15 tournées de voyagistes ont été réalisées dans les régions du Québec maritime, représentant 61 voyagistes actifs sur de multiples marchés internationaux et nationaux.



## TOURNÉES DE JOURNALISTES

Nous avons accueilli 38 tournées médias. Cela représente 96 journalistes, blogueurs et photographes des médias imprimés, électroniques et télévisuels. Notons la venue de journalistes et de blogueurs français, belges, canadiens et américains. La valeur médiatique de la revue de presse d'avril 2022 à mars 2023 s'élève à 40 633 386 \$ pour un total de 459 reportages, tous marchés confondus. Une revue de presse complète est disponible sur demande.

## REPORTAGE DIGNE DE MENTION POUR LA CÔTE-NORD

La réserve de parc national de l'Archipel-de-Mingan figure au prestigieux palmarès « **52 Places to Go in 2024** » du New York Times. Soulignons que cette mention est le résultat direct d'une tournée de presse réalisée à l'initiative du Québec maritime et de Parcs Canada en juillet 2019, en collaboration avec Tourisme Côte-Nord et l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.



## ACTIONS AUX CONSOMMATEURS

### Marché de l'Europe francophone

La Côte-Nord a bénéficié d'investissements de plus de 400 000 \$ en promotion visant directement les voyageurs de la France et des autres pays d'Europe francophones sans compter la valeur média dont elle a pu profiter grâce à des partenariats avec Bonjour Québec et d'autres partenaires publicitaires.

### Motoneige

La campagne motoneige 2023-2024 a été lancée à la mi-novembre 2023 auprès des motoneigistes de l'Ontario et des états limitrophes américains. Cette année encore, la Côte-Nord a rejoint les purs et durs grâce à des investissements sur des plateformes numériques qui permettent un ciblage d'intérêt précis : Supertrax, Facebook, Instagram, Google, YouTube, autres régies publicitaires et infolettres à nos abonnés.



### Marchés ontarien et américain

La campagne « En route to... Québec by the Sea » 2024 a été lancée dès la fin de février avec pour objectif d'attirer dans nos régions encore plus de voyageurs et de voyageuses en provenance de l'Ontario et du nord-est des États-Unis. Cette campagne s'appuie sur un plan d'action 100 % numérique et dispose d'un budget de plus de 450 000 \$ auquel s'ajoutent des partenariats avec l'Alliance pour des investissements de plus de 1,3 M\$.

### **ACTIONS EN STRUCTURATION DE L'OFFRE**

- La tenue de huit webinaires portant sur diverses thématiques, en plus des conférences, des rencontres, et des contacts personnalisés réalisés tout au long de l'année;
- L'aide à la coordination d'un nouveau projet de communauté de pratique virtuelle en tourisme durable rassemblant des entreprises touristiques de nos quatre régions, avec la collaboration des ATR et du CIRADD.

Nous remercions l'équipe de Tourisme Côte-Nord et les membres du conseil d'administration pour leur engagement et leur soutien envers notre regroupement. Nous exprimons notre gratitude à monsieur Carl Beaulieu, président du conseil d'administration, et à madame Joannie Francoeur-Côté, administratrice.

Le rapport d'activités complet sera disponible sur le site Web [www.quebecmaritime.ca](http://www.quebecmaritime.ca) dès le mois de juin 2024.

# DÉVELOPPEMENT

Une volonté de propulser davantage le développement et la structuration de l'offre touristique a généré plusieurs dossiers pour l'année 2023-2024. La Côte-Nord est une région touristique en émergence qui attire de plus en plus de visiteurs. Lorsque l'on génère de la demande (promotion du territoire), un investissement dans l'offre (développement et structuration) doit venir l'appuyer afin de maintenir une attractivité sur l'ensemble du territoire.

Au cours de cette année, Tourisme Côte-Nord a mis en place divers programmes d'aide afin de venir appuyer les entreprises et les organisations touristiques. La deuxième année de l'entente de partenariat régionale et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT), la mise en place d'une Politique de dons et commandites, le déploiement du programme Initiatives de maximisation de projets touristiques régionaux en sont les leviers.

## EPRTNT 2022-2025

L'entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT) 2022-2025 a été annoncée pour le 1er avril 2022. L'année 2023-2024 est la deuxième pour le déploiement de cette entente. L'organisation a effectué trois appels de projets et tenu trois comités de gestion. Ce mandat octroyé par le ministère du Tourisme est bien connu des entreprises et organisations touristiques. Pour cette année, chaque dollar investi représente des retombées sept fois supérieures.

### EPRTNT 2023-2024 Côte-Nord

Nombre de projets soutenus : 11

Aide annoncée : 224 588 \$

Coût total des projets : 1 648 809 \$

# DÉVELOPPEMENT

## **POLITIQUE DE DONS ET COMMANDITES**

Tourisme Côte-Nord a contribué à 16 festivals et événements par le biais de notre Politique de dons et commandites. L'organisation reçoit des demandes en continu qui sont analysées de concert avec la direction générale. L'aide est sous forme monétaire en échange de visibilité dans un plan de visibilité fourni par le promoteur du festival et/ou de l'événement.

## **INITIATIVES DE MAXIMISATION DE PROJETS TOURISTIQUES RÉGIONAUX**

Ce programme possède trois objectifs principaux, soit ; de maximiser les projets touristiques régionaux de la Côte-Nord, d'offrir une aide monétaire spontanée et rapide pour la sauvegarde de services essentiels au milieu touristique et de soutenir des projets innovants. Un seul projet a été soutenu pour 2023-2024. Une campagne de promotion pour faire mieux connaître ce nouveau programme sera lancée à l'automne.

## **PARCOURS CULTUREL EXPÉRIENTIEL**

Afin de stimuler le développement du tourisme culturel, un comité de travail composé de Culture Côte-Nord, le Musée régional de la Côte-Nord, Tourisme Baie-Comeau et Tourisme Côte-Nord s'est réuni afin de réaliser une offre de services pour la mise en place d'un parcours culturel expérientiel. La sélection de la firme en muséologie viendra au courant de la prochaine année.



# DÉVELOPPEMENT

## **PLAN D'ACTION À LA STRUCTURATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE**

Une vaste campagne de concertation auprès des 6 MRC du territoire a été effectuée afin de recueillir les besoins et la vision des acteurs touristiques du territoire. De cette consultation, un mandat avait été octroyé à Versant EST pour rédiger un plan d'action à la structuration de l'offre touristique, à la fois axé sur des actions structurantes globales et adaptées à chacune des MRC de la Côte-Nord. Également, de nombreuses entrevues individuelles ont été réalisées pour détailler plus en profondeur certains sujets. Entreprises touristiques, Municipalité Régionale de Comté (MRC), municipalités, villes et organismes partenaires de l'ensemble du territoire ont été impliqués dans le processus afin de répondre aux enjeux par des solutions innovantes, concertées et concrètes. Ce plan d'action définit les axes d'interventions pour les prochaines années. Il est complété depuis peu et ce dossier très étoffé sera porté par plusieurs intervenants de Tourisme Côte-Nord.

## **PROJET DE ROUTE BLEUE INCLUSIVE**

Afin de promouvoir davantage les magnifiques plages de la Côte-Nord, Tourisme Côte-Nord s'est concertée auprès de divers partenaires (URLS-CN, Kéroul, l'ARLPH et Canot Kayak Québec) pour développer les plages accessibles et les mises à l'eau dans le cadre du projet de Route Bleue. Plusieurs projets-pilotes sont en cours dans la MRC de la Haute-Côte-Nord.

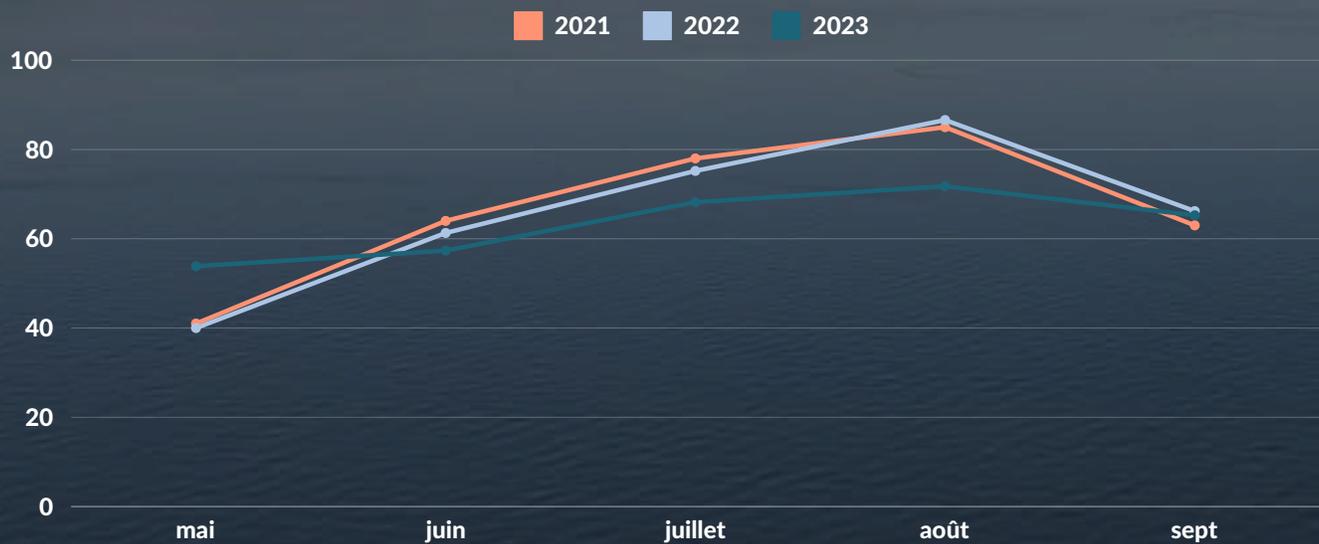
## **INCUBATEUR-ACCÉLÉRATEUR NORDIQUE**

À l'automne 2023, le commissaire touristique de l'organisation a intégré le comité de mise en œuvre au sein de l'incubateur-accélérateur nordique ainsi que le sous-comité investissement. La directrice générale à quant à elle intégré le comité directeur du programme. IA nordique dispose d'une expertise et de moyens importants pour propulser les entreprises touristiques dans l'axe Nature-Culture-Aventure au nord du 49e parallèle. Depuis les 3 dernières cohortes, près de 50% des entreprises accompagnées par IA nordique proviennent de la Côte-Nord. Tourisme Côte-Nord veut faire partie intégrante des orientations de cette initiative porteuse pour les entreprises touristiques nord-côtières.

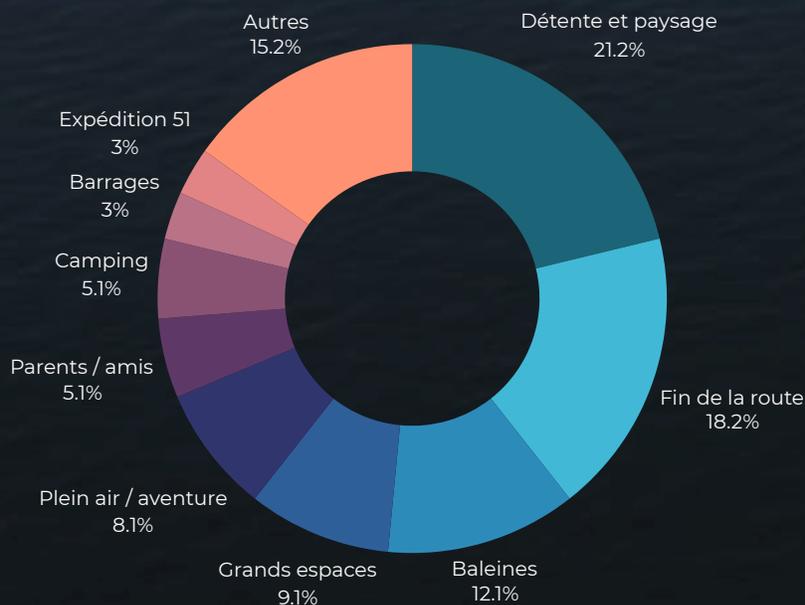
# ACCUEIL

L'achalandage 2023 aura été similaire à celui de 2022. Il faut noter que la prise de résultats a été faussée dû à une collecte de donnée déficiente dans le secteur est, ce qui porte les statistiques à la baisse. Cependant, nous pouvons constater un élargissement remarquable de la saison, s'étendant de mai jusqu'en octobre.

## TAUX D'OCCUPATION | HÉBERGEMENTS



## RAISON DE LA VISITE

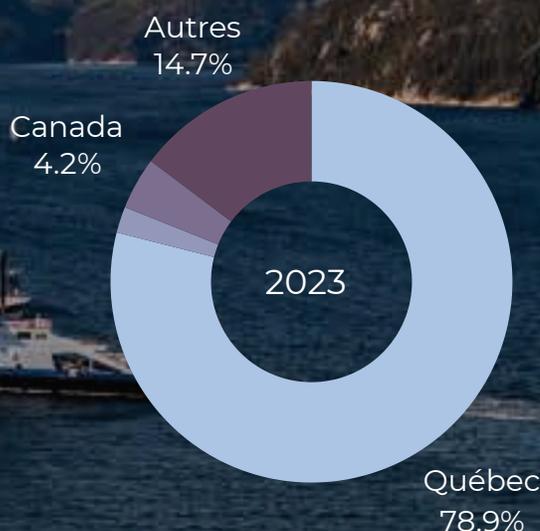
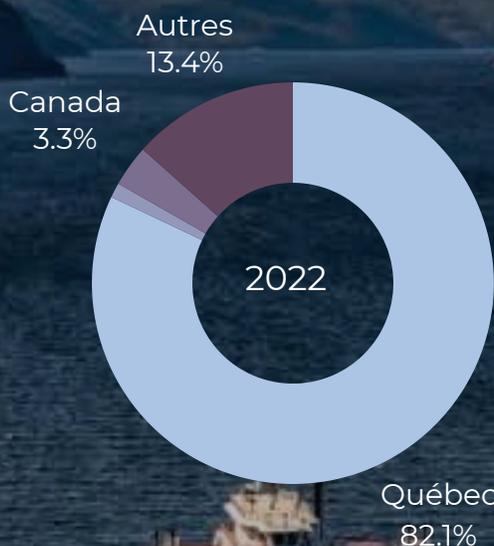


# ACCUEIL

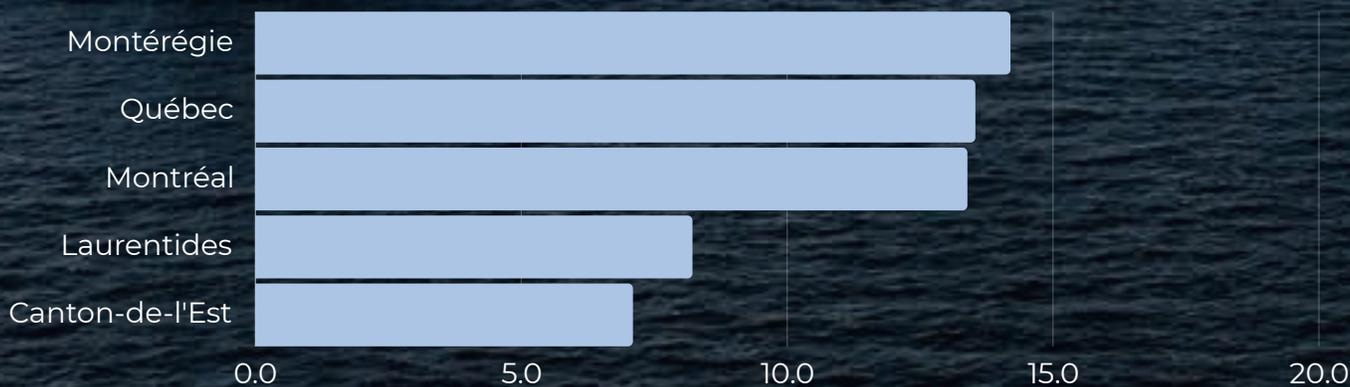
## PROVENANCE DES VISITEURS

En 2023, le taux de **visiteurs provenant de l'extérieur du pays**, sans compter les États-Unis (catégorie Autres ci-bas), a légèrement augmenté passant de **13,4 % en 2022 à 14,7% en 2023**.

La plupart d'entre eux (près de 8 000 visiteurs) viennent de la France (13%), suivi de l'Allemagne (1.3%), la Belgique (1.04%) et la Suisse (1.11%). En tout, ce sont des gens provenant de plus de 65 pays différents qui ont visité la région cette année.



## DÉTAIL PROVENANCE DU QUÉBEC PAR RÉGION ADMINISTRATIVES EN 2023



# 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. La collection d'autocollants s'est agrandie en 2023 avec l'ajout de 4 nouveaux et 2 nouveaux visuels. Ce sont 133 860 autocollants qui ont été distribués gratuitement dans la plupart des municipalité, bureaux d'accueil et d'information touristique. La région de Charlevoix a également développé 6 autocollants.

## ACHALANDAGE DES BUREAUX D'INFORMATION TOURISTIQUE

20 bureaux	2021	2022	2023
<b>DUPLESSIS</b>	42 344	35 081	29 101
<b>MANICOUAGAN</b>	54 133	59 769	52 400
<b>CÔTE-NORD</b>	96 477	94 850	81 736

## DISTRIBUTION DU GUIDE TOURISTIQUE 2022-2023

### ENVOIS DE MAI 2023 À AVRIL 2024

### BILINGUE

Lieux d'accueil de la Côte-Nord	11 900
Envois postaux aux particuliers	5 961
Envois aux membres	17 782
Salons	4 500
Distribution par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec dans les autres ATR de la province	20 251
Québec maritime	600
CAA Québec	280





---

**ENTRE NATURE  
ET DEMÈSURE !**

---

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