



# PLANIFICATION STRATÉGIQUE RESPONSABLE ET DURABLE

2024-2027



# TABLE DES MATIÈRES

## 1. Introduction

- 1.1 Remerciements
- 1.2 Notre mandat
- 1.3 Nos membres
- 1.4 Tourisme Côte-Nord, déjà en action

## 2. Contexte de réalisation de la PSD

- 2.1 Le tourisme responsable et durable - TRD
- 2.2 Tourisme Côte-Nord, déjà en action
- 2.3 Démarche stratégique en TRD

## 3. Diagnostic stratégique

- 3.1 Portrait de la destination
- 3.2 Portrait du visiteur
- 3.3 Enjeux structurels du territoire
- 3.4 Tournée des acteurs stratégiques
- 3.5 Sondage des membres
- 3.6 Analyse FFOM

## 4. Planification stratégique

- 4.1 Vision, mission
- 4.2 Valeurs
- 4.3 Principes directeurs
- 4.4 Plan stratégique de la Côte-Nord
  - a) *Fédérer l'écosystème régional de façon innovante et exercer un leadership vers une vision régénérative*
  - b) *Stimuler l'offre en faveur du territoire*
  - c) *Développer le rayonnement et l'attractivité de la destination*
  - d) *Renforcer et aider au développement des infrastructures*

## 5. Plan d'action

## 6. Annexes (éventuellement)



# INTRODUCTION

La Côte-Nord est la deuxième plus grande région touristique du Québec après le Nord du Québec. Jusqu'à tout récemment, elle comptait deux associations touristiques régionales (ATR) : Manicouagan et Duplessis. Depuis peu, nous avons assisté à la fusion de ces deux ATR pour former **Tourisme Côte-Nord**.

Au cours de la dernière année, nous avons effectué une grande tournée de nos partenaires 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 de nous aider à jeter les balises de notre planification stratégique de la destination Côte-Nord.

Avec plusieurs 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**, nous vous présentons le fruit d'une vaste consultation régionale en tourisme durable et responsable.



# REMERCIEMENTS

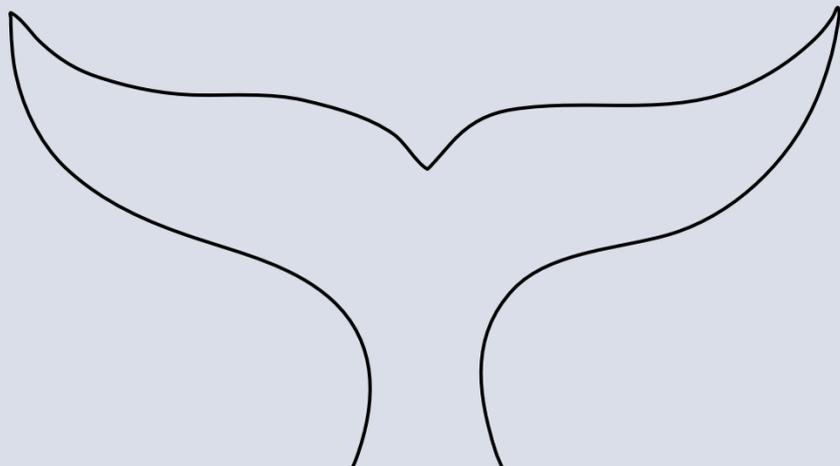
Tourisme Côte-Nord tient à remercier l'ensemble des acteurs de son territoire ainsi que son équipe qui ont contribué à la réalisation de cette planification stratégique.

Plus particulièrement, avec le support et la mobilisation de partenaires tels que **Environnement Côte-Nord**, **Ellio** et **Versant Est**.



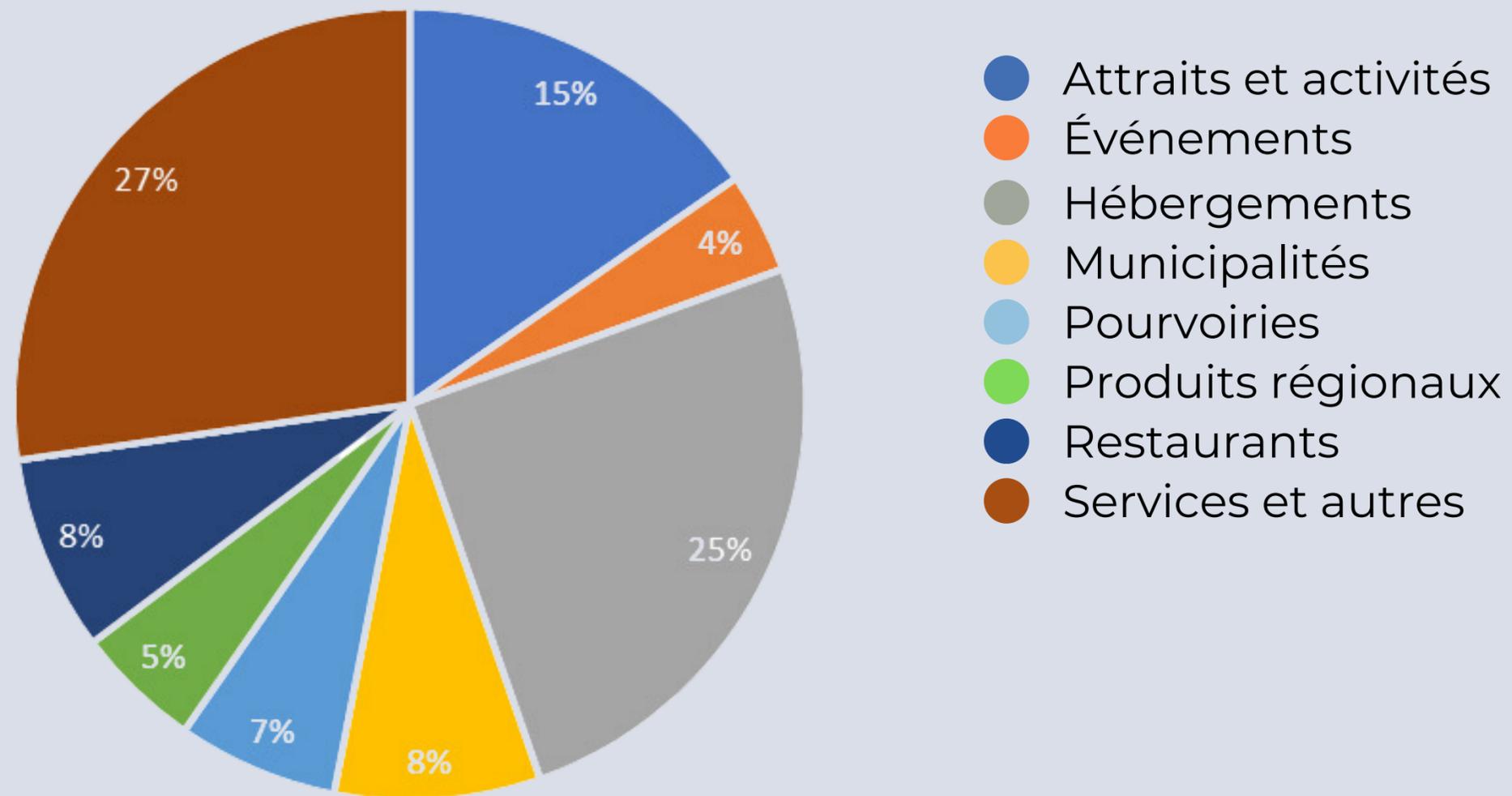
# NOTRE MANDAT

- Concertation régionale
- Développement de l'offre touristique
- Promotion
- Accueil et information touristique



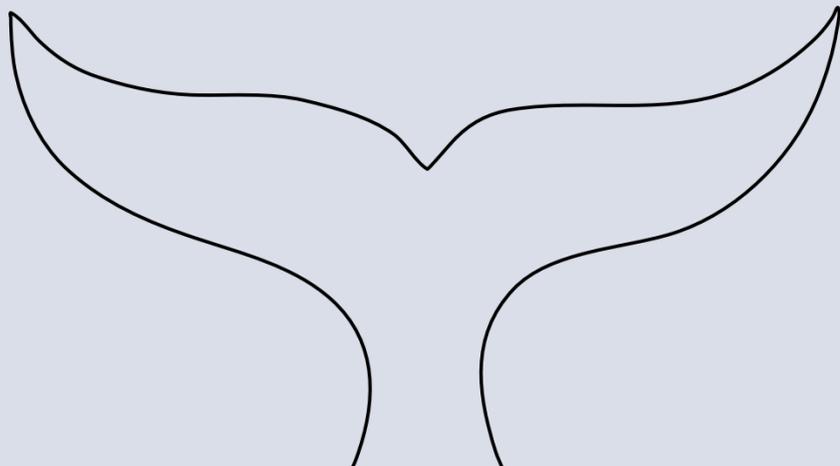
# MEMBRES DE TCN

PLUS DE 500 ENTREPRISES\*



\*Membres actuels depuis la fusion des deux ATR

**CONTEXTE DE RÉALISATION  
DE LA PLANIFICATION  
STRATÉGIQUE RESPONSABLE ET  
DURABLE**



# LE TOURISME RESPONSABLE ET DURABLE - TRD

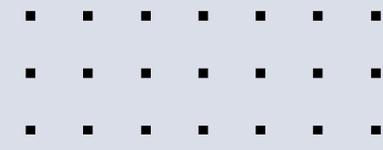
La Côte-Nord est riche en milieux naturels de grande qualité. Ces espaces offrent des paysages et des lieux de détente et d'exploration aux citoyens et aux visiteurs.

Parallèlement, l'accroissement de la demande touristique pour ces milieux amène une pression de plus en plus grande sur ces derniers.

La demande des visiteurs envers des pratiques écoresponsables au sein des entreprises leur offrant des services tout au long de leur séjour est également plus palpable dans la région.

La protection de l'environnement devient donc aujourd'hui un **enjeu central** afin d'assurer un réel développement responsable de l'industrie touristique régionale.





# TOURISME CÔTE-NORD, DÉJÀ EN ACTION

Tourisme Côte-Nord veut être un leader dans la mise en place d'un tourisme responsable et durable. Depuis mai 2023, nous avons entamé un vaste chantier afin d'orienter l'ensemble de nos 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.

## Projets et chantiers entamés:

- ▶ Élaboration d'un diagnostic de l'offre touristique et d'un plan d'action avec « Versant Est »
- ▶ Campagne attractivité « Visitez et Habitez la Côte-Nord »
- ▶ Gala et conférence touristiques sur le TRD (19 octobre dernier)
- ▶ Partenariat régional avec Environnement Côte-Nord
- ▶ Intégration de critères d'écoresponsabilité dans les programmes de financement



# DÉMARCHE STRATÉGIQUE EN TRD

## APPROPRIATION DES THÉMATIQUES EN TRD

Participation au Parcours développement durable proposé par l'Association de l'industrie touristique du Québec

- Capsules de formation en tourisme responsable et durable
- Ateliers sur l'adaptation aux changements climatiques d'Ouranos

## DIAGNOSTIC EN TRD

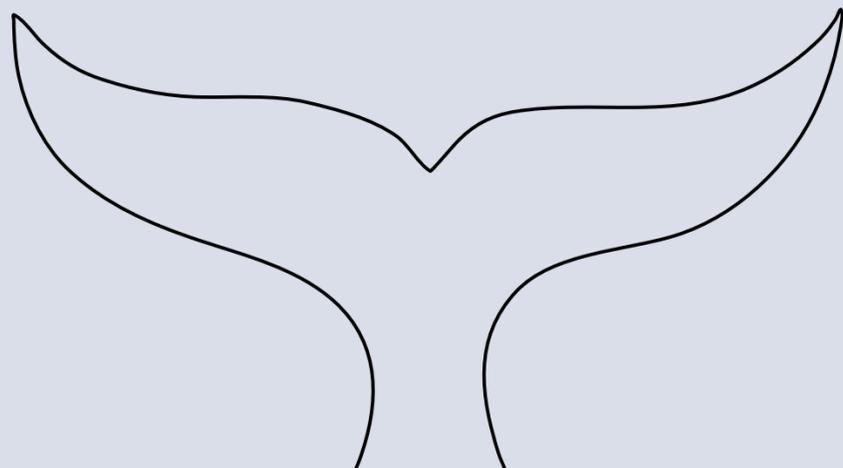
Consultation des parties prenantes et acteurs régionaux stratégiques en collaboration avec Environnement Côte-Nord et dans une démarche parallèle avec Versant Est

## PLANIFICATION STRATÉGIQUE EN TRD

Accompagnement personnalisé par la firme Ellio dans l'élaboration d'une planification stratégique responsable et durable



# DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE

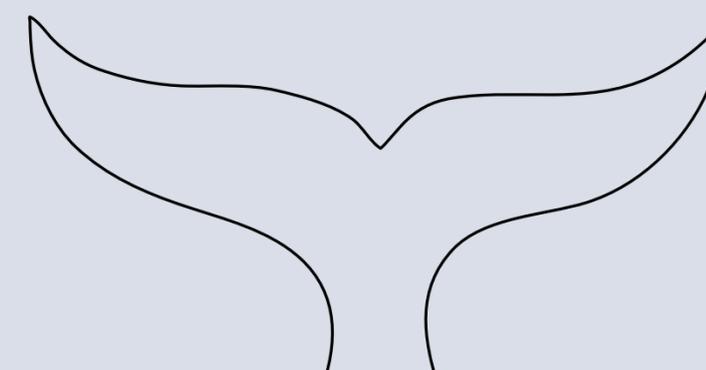


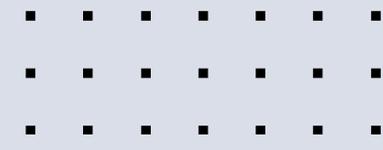
# PORTRAIT DE LA DESTINATION



# ATTRAITES PHARES

- La 138 et ses nombreux attraits
- Les baleines et les mammifères marins
- Les Archipels et les îles
- Les expériences autochtones
- Les plages et bords de mer
- L'Île d'Anticosti, ajoutée au Patrimoine mondiale Unesco en 2023
- Circuit Expédition 51 (Nordicité)
- Le plein air et les milieux sauvages
- Les aurores et la forêt boréale
- Les pourvoiries, la chasse et la pêche
- Les produits du terroir et les fruits de mer
- La motoneige et les sentiers
- La Basse-Côte-Nord





# ACTIVITÉS DE PLEIN AIR

- Randonnée pédestre
- Observation mammifères marins
- Kayak de mer
- Cyclotourisme
- Vélo de montagne
- Chasse et Pêche
- VTT
- Surf
- Planche à pagaie
- Cueillette de petits fruits
- Parc d'hébertisme
- Raquette / Ski (hiver)
- Motoneige (hiver)
- ...



# ACTIVITÉS CULTURELLES

- Festivals et événements
- Musées, écomusée, centres d'interprétation
- Barrages hydroélectriques / Visites industrielles
- Activités à saveur autochtone
- Tourisme gourmand
- Galeries d'art

*La demande pour ce type d'activité est de plus en plus présente partout sur le territoire.*

# QUELQUES STATISTIQUES

Type d'hébergement le plus choisi : **Hôtel (32%), camping (26%), maison ou chalet de location (20%)**

*Source : Portrait du tourisme dans les régions de Côte-Nord et Charlevoix - Été 2022 - Enquête Callosum*

Taux d'occupation moyen (2022) (%): **Juin (60,8%), Juillet (69.5%), Août (78,4%), Septembre (61.3%)**

*Source : Enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement du Québec réalisée par l'Institut de la statistique du Québec*

Volume de touristes (2019) : **458 000**

Dépenses des touristes (2019) : **182 millions**

Dépenses moyennes par séjour (2019) : **396\$**

Durée moyenne du séjour (2019) : **2,4 jours**

*Sources pour 2019 : Statistique Canada et ministère du Tourisme*

# QUELQUES STATISTIQUES

## Revenus de la taxe sur l'hébergement

2019 = 1 621 845 \$

2020 = 1 226 195 \$

2021 = 1 857 971 \$

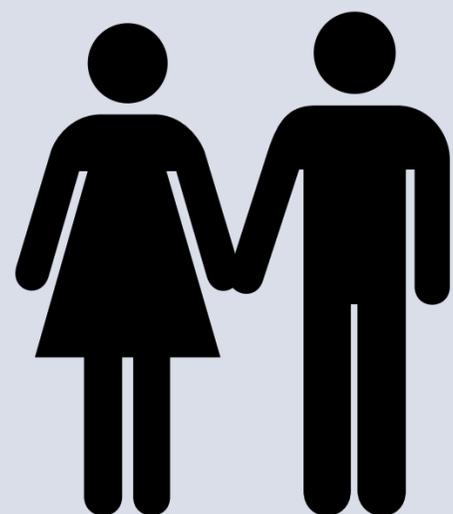
2022 = 2 006 157 \$

2023 = Pour les 2 premiers quarts, nous constatons une augmentation de 15% par rapport à 2022

*Sources: Revenu Québec*

*L'augmentation est attribuable à 3 facteurs : augmentation du nombre d'hébergements touristiques, du taux d'occupation et du prix moyen.*

# PORTRAIT DES VISITEURS



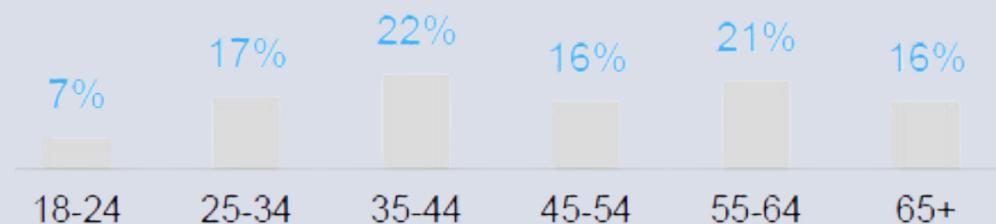
**Homme - 37%**  
**Femme - 62%**



**47,6 ans**



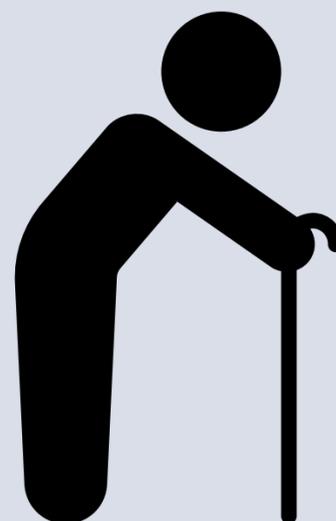
**Complété université**  
**57%**



# PORTRAIT DES VISITEURS



**Travailleurs temps  
plein ou partiel**  
**71%**

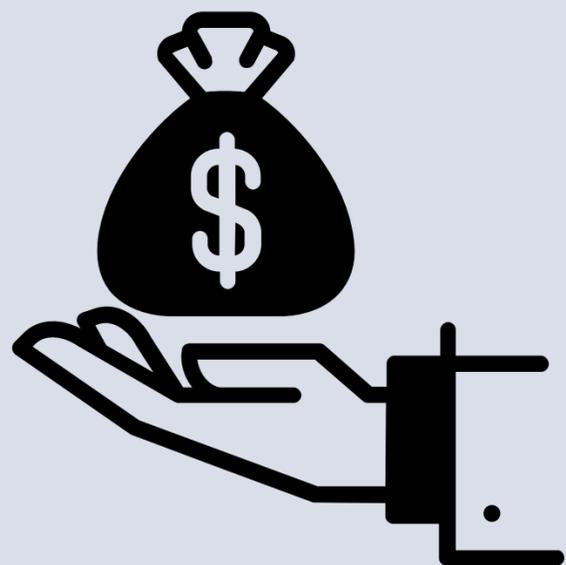


**Retraités**  
**23%**



**Français**  
**92%**

# PORTRAIT DES VISITEURS



**Revenus du ménage**  
**101K**



**Provenance**  
**Canada - 79%**  
**États-Unis - 1%**  
**France - 16%**  
**Allemagne - 2%**



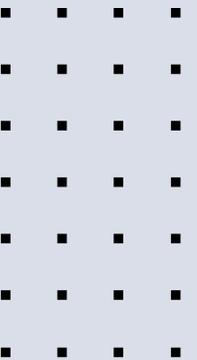
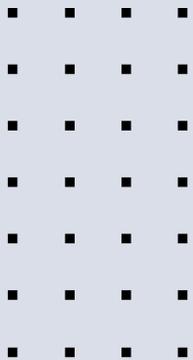
# RAISON DE LEUR VISITE

La beauté des paysages (66%)

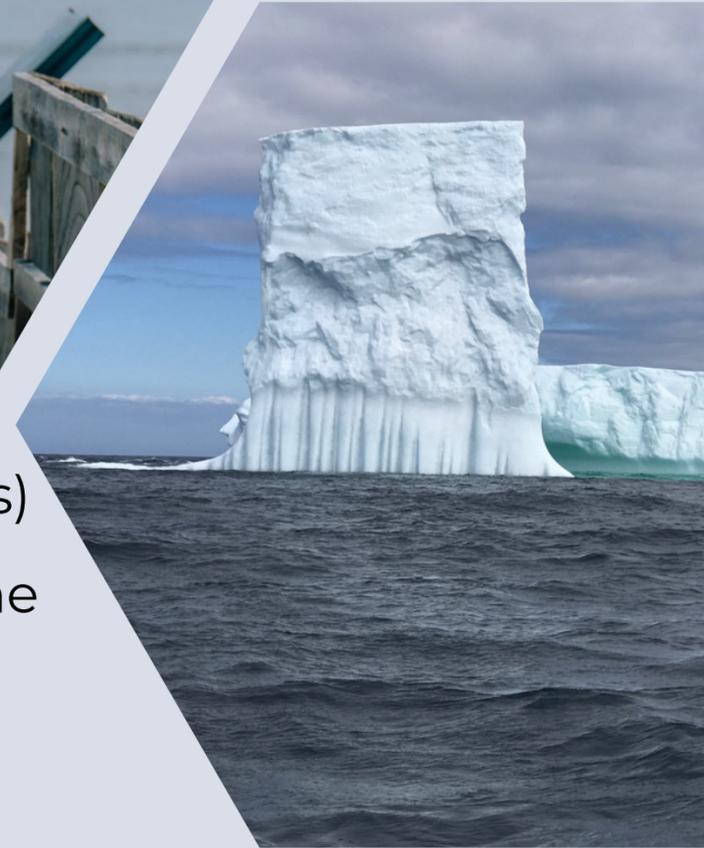
Observation des baleines (54%)

Activités plein air (47%)

Parce que j'ai déjà visité/aimé la région (31%)



# ENJEUX STRUCTURELS/ DIAGNOSTIC DE DÉMARRAGE



- Accessibilité du territoire (région “enclavée”)
- Distance à parcourir (Tadoussac à Kegaska: 834 kms | Baie-Comeau à Fermont: 565 kms)
- Une seule route (rupture de services par la neige, un accident, une catastrophe naturelle...)
- Immensité du territoire (sauvage) et la sécurité des visiteurs
- Transport aérien (lacunes, peu de choix)
- Difficulté d'accès aux terres publiques pour le développement
- Saison touristique incertaine en 2023 (feux de forêts, pont Touzel)
- Difficulté d'avoir du réseau cellulaire en tout temps sur la 138 pour la sécurité
- Manque d'infrastructures touristiques primaires sur le territoire (gestion des déchets, tables de pique-nique et abris)

# TOURNÉE DES ACTEURS STRATÉGIQUES

En collaboration avec Environnement Côte-Nord et Versant Est, nous avons effectué des rencontres de travail avec l'ensemble des acteurs touristiques de notre territoire ainsi que des partenaires provinciaux tels que des associations touristiques sectorielles pertinentes.

Ces rencontres visaient à connaître leur vision d'un tourisme responsable et durable de la destination ainsi que les enjeux auxquels ils sont confrontés, ainsi que de faire le lien entre le Plan d'action pour un tourisme responsable et durable 2020-2025 du gouvernement du Québec et les mandats de l'association touristique régionale.

Acteurs stratégiques rencontrés:

- MRC : Haute-Côte-Nord, Manicouagan, Caniapiscau, Minganie et Golfe-du-St-Laurent
- ATS : Aventure Écotourisme Qc, Association des pourvoiries du Qc et Tourisme Autochtone Qc
- Autres : Culture Côte-Nord, Environnement Côte-Nord, Croisières AML, Tourisme Baie-Comeau, Tourisme Port-Cartier, Tourisme Sept-Îles et plusieurs entreprises touristiques et municipalités du territoire.

# SONDAGE DES MEMBRES

Le 19 octobre 2023, en marge du Gala du mérite touristique, s'est tenue la Grande Conférence en Tourisme durable. Plusieurs associations touristiques sectorielles (ATS) et entreprises leaders ont présenté leurs services, projets et actions inspirantes qui vont assurément contribuer au développement du tourisme responsable et durable de la destination.

L'occasion était idéale pour sonder et faire participer les membres. Un atelier participatif avait pour but de connaître les besoins des membres, les mobiliser pour leur mise en action et identifier les rôles envisagés pour TCN.

Ainsi, l'ATR va pouvoir réinventer son rôle au-delà de ses mandats associatif et promotionnel, identifier les services aux membres qui pourraient être mutualisés et mieux les accompagner pour la mise en action. Voici les deux questions qui ont guidé la discussion autour des huit tables rassemblant chacune une dizaine de participants:

- Quel rôle supplémentaire pourrait jouer TCN afin de vous soutenir dans vos activités et aspirations touristiques?
- Qu'est-ce que cela vous permettrait d'accomplir de plus ou de mieux?



# SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

## PROMOTION ET COMMUNICATION

SUGGESTIONS POUR TCN	POINTS À AMÉLIORER
<ul style="list-style-type: none"><li>• Mettre l'emphase sur des circuits/itinéraires thématiques;</li><li>• Faire rayonner davantage les produits locaux;</li><li>• Faire rayonner les entreprises situées sur la route 389;</li><li>• Améliorer l'offre hivernale;</li><li>• Mettre en valeur les lieux moins connus du territoire;</li><li>• Promouvoir davantage le service aux membres;</li><li>• Ajouter le Tourisme Durable dans les communications;</li><li>• Réservation en ligne sur le site web de TCN</li><li>• Promouvoir davantage le tourisme autochtone</li><li>• Participer aux campagnes lors d'événements majeurs;</li><li>• Consulter les membres pour mieux refléter l'offre touristique;</li><li>• Promouvoir les entreprises selon leur domaine d'expertise;</li><li>• Utiliser des ambassadeurs régionaux pour promouvoir.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Promouvoir davantage le patrimoine vivant;</li><li>• Stratégies pour allonger les séjours;</li><li>• Stratégies pour allonger les saisons;</li><li>• Installer des bornes d'informations dans les municipalités;</li><li>• Augmenter le nombre de membres;</li><li>• Faire davantage de partenariats et de maillages;</li><li>• Limiter l'impact des événements majeurs;</li><li>• Promouvoir davantage la réalité de l'offre.</li></ul>

# SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

## VIE ASSOCIATIVE ET RÉSEAUTAGE

SUGGESTIONS POUR TCN	POINTS À AMÉLIORER
<ul style="list-style-type: none"><li>• Concertation avec les membres et partenaires, mensuellement;</li><li>• Offrir de la formation au travail;</li><li>• Création de divers comités de travail;</li><li>• Réseautage par MRC;</li><li>• Représentations politiques;</li><li>• Concertation sectorielle;</li><li>• Communication directe avec les membres;</li><li>• Organisation d'événements pour les membres;</li><li>• Élaborer un portrait pour chacun des membres;</li><li>• Organisation de FAMTOUR pour mieux connaître le territoire.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Faciliter la distribution des produits locaux;</li><li>• Partage des bonnes pratiques, initiative et entraide;</li><li>• Élaborer une planification stratégique par secteur;</li><li>• Interpeller davantage d'acteurs, dont le MTQ;</li><li>• Meilleure vision de développement à long terme du milieu;</li><li>• Partenariats avec des acteurs non-touristiques.</li></ul>

# SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

## SERVICES AUX MEMBRES

SUGGESTIONS POUR TCN	POINTS À AMÉLIORER
<ul style="list-style-type: none"><li>• Concertation et mobilisation;</li><li>• Offrir du mentorat et des formations;</li><li>• Mieux soutenir les PME;</li><li>• Offrir davantage de financement, être mieux informé;</li><li>• Aide supplémentaire aux développement des attraits;</li><li>• Consulter les membres pour les plans marketing;</li><li>• Offrir certification en TD pour les membres;</li><li>• Former les entreprises aux attraits touristiques (passeport);</li><li>• Formation d'accueil disponible aux entreprises (pas uniquement au bureau d'information).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Meilleures pratiques et meilleures structures;</li><li>• Uniformiser la qualité des services offerts;</li><li>• Freiner l'exode des jeunes;</li><li>• Meilleure adhésion et mobilisation des membres;</li><li>• Formation et mentorat pour accélérer le développement;</li><li>• Simplifier l'accès à la formation.</li></ul>

# SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

## AUTRES

SUGGESTIONS POUR TCN	POINTS À AMÉLIORER
<ul style="list-style-type: none"><li>• Transport interrégional, rendre la région plus accessible;</li><li>• Service de partage de véhicule;</li><li>• augmenter l'offre en hébergement sur le territoire;</li><li>• Forfaitiser davantage;</li><li>• Intégrer les compensation GES dans les activités;</li><li>• Cartographier les membres;</li><li>• Obtenir le support politique aux projets ou enjeux identifiés;</li><li>• Promouvoir l'importance du tourisme auprès des communautés de la région;</li><li>• Obtenir davantage de statistiques (par secteur);</li><li>• Taux de création VS fermeture d'entreprise;</li><li>• Logo ou certification TD;</li><li>• Diversifier les formations.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Innover selon les réalités territoriales (ex: profiter de l'attente au traversier);</li><li>• Bornes informatives et interactives dans les haltes;</li><li>• Générer des projets crédibles et pertinent pour l'ensemble de la région;</li><li>• Adhésion des communautés;</li><li>• Infrastructures pour tous.</li></ul>

# ANALYSE FFOM - SYNTHÈSE

<b>FORCES</b>	<b>FAIBLESSES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Authenticité, diversité, unicité et qualité du territoire naturel.</li><li>• La culture nord-côtière et l'accueil des résidents.</li><li>• Présence d'activités traditionnelles, notamment autochtones.</li><li>• Circuit de bornes de recharge pour véhicules électriques bien développé sur la Côte-Nord.</li><li>• Acteurs expérimentés et dynamiques en TRD : Parcs Canada, SÉPAQ, communauté Essipit, entreprises leaders, certaines MRC.</li><li>• Projets structurants en TRD : Incubateur-Accélérateur Nordique, démarche Shipeku, Cohorte Carbone.</li><li>• « Force de frappe » en communication et expérience en campagne de promotion de TCN.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Le tourisme est un secteur d'activité secondaire dans la plupart des localités de la région.</li><li>• Dépendance à la route et à l'automobile, manque de transports en commun et alternatifs.</li><li>• Écart de perception entre la vision et les attraits naturels du territoire et le niveau de sensibilisation des visiteurs, résidents et entreprises touristiques.</li><li>• Les arts et la culture sont un produit touristique peu développé.</li><li>• Aménagements insuffisants pour la clientèle à mobilité réduite.</li></ul>

# ANALYSE FFOM - SYNTHÈSE

<b>OPPORTUNITÉS</b>	<b>MENACES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ressources naturelles, culturelles et industrielles peu exploitées encore</li><li>• Engouement pour la Côte-Nord, destination émergente, grandeur du territoire</li><li>• Leadership de Tourisme Côte-Nord</li><li>• Associations touristiques sectorielles dynamiques en TRD : AÉQ, FPQ, TAQ ...</li><li>• Projets de circuits touristiques : Route verte, Expédition 51, Patrimoine vivant ....</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Enjeux importants d'accessibilité à la région : transport aérien, portuaire</li><li>• Impacts des changements climatiques, notamment les feux de forêt et l'érosion des berges</li><li>• Déplacement/migration des mammifères marins</li><li>• Enjeu d'acceptabilité sociale de la Vanlife et des VR en général</li></ul>

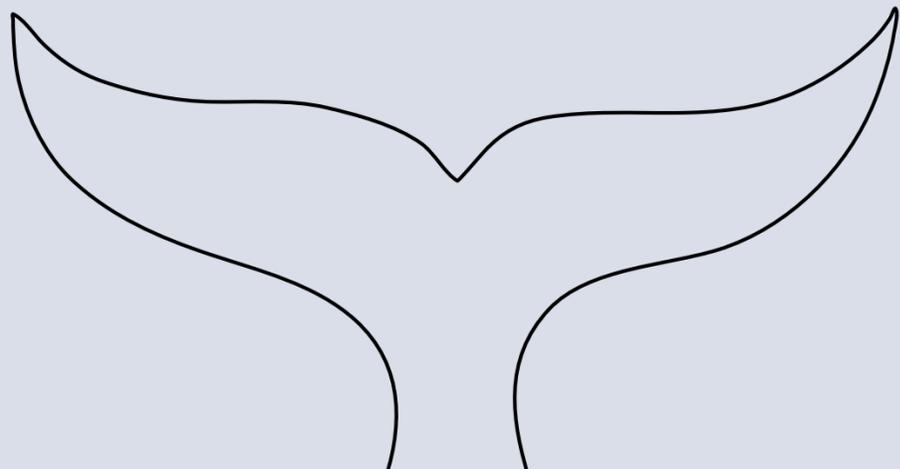
→ Document complet élaboré par Environnement Côte-Nord en annexe de la présentation.

# PLANIFICATION STRATÉGIQUE



# 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.



# MISSION DE L'ORGANISATION

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

# VALEURS DE L'ORGANISATION

**AUDACE** : Oser, se mettre en action, sortir de sa zone de confort pour se différencier

**ÉQUITÉ** : Envers les employés, les administrateurs, les membres, les partenaires et les visiteurs actuels ou futurs

**RESPECT ET AMOUR** : Envers les employés, les administrateurs, les membres, les partenaires, les visiteurs, le territoire, ses collectivités et son environnement

**CRÉATIVITÉ** : Innover, sortir des sentiers battus, surprendre, porter à réflexion, mettre en valeur

**AUTHENTICITÉ** : Respecter l'ADN et la culture des différentes communautés, des différents territoires

**COHÉSION** : La vision et les actions des différents acteurs impliqués sont unies, harmonisées

# PRINCIPES DIRECTEURS

## **INNOVATION ET CRÉATIVITÉ**

De l'innovation et de la créativité dans les façons de faire et dans les actions et services de Tourisme Côte-Nord

## **ACCOMPAGNEMENT INCLUSIF DES ENTREPRISES ET DES ORGANISATIONS**

De l'accompagnement aux entreprises et organisations touristiques afin de les supporter dans les défis auxquelles elles sont confrontées

## **TOURISME RESPONSABLE ET DURABLE**

Des actions qui favorisent et qui s'appuient sur les principes de développement durable et régénératif

## **ADAPTATION, AGILITÉ ET RÉSILIENCE**

Adaptation aux changements climatiques, écoute des tendances, évolution, entraide et solidarité



# PLAN STRATÉGIQUE DE LA 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.





## ORIENTATION 1

# Fédérer le milieu régional de façon innovante et exercer un leadership vers une vision régénérative

### Objectifs :

#### 1.1 Conforter notre identité de façon concertée

Concerter les différentes parties prenantes sur QUI elles sont, et QU'EST-CE qu'elles souhaitent pour le territoire (habitants, collectivités, acteurs du tourisme, employés, autres industries, santé, éducation, étudiants, activités, associations...)

#### 1.2 Rassembler et construire

Rassembler les acteurs du tourisme : événements de travail, tables de bonnes pratiques, valoriser la collaboration, sensibiliser au travail commun, sensibiliser et former au TRD et à l'ACC

#### 1.3 Culture d'innovation et numérique

Favoriser une culture d'innovation et soutenir le déploiement de projets et d'expériences touristiques orientées vers le TRD, au sein de l'ATR et des entreprises membres

#### 1.4 Fédérer le milieu régional

Créer des ponts avec toutes les activités et richesses du territoire et contribuer à faire évoluer des projets structurants pour la région, notamment en lien avec l'adaptation au changement climatique



## ORIENTATION 2

# Stimuler l'offre en faveur du territoire

### Objectifs :

#### 2.1 Soutenir les entreprises touristiques

Consolider et bonifier l'offre des entreprises existantes et soutenir le développement de l'offre des nouvelles entreprises, inciter à l'adoption de mesures en TRD et ACC

#### 2.2 Enrichir l'offre

Stimuler le développement de l'offre prolongeant la saison estivale, du tourisme hivernal, valoriser le tourisme culturel

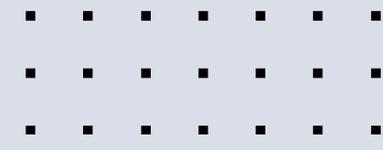
#### 2.3 Valoriser l'innovation ("le tourisme autrement")

Miser sur les forces touristiques du territoire pour développer des offres innovantes : les activités en nature, le tourisme lent, le tourisme d'aventure, l'authenticité des territoires

#### 2.4 Vers des escales écoresponsables

Définir et soutenir les entreprises touristiques dans la définition d'un cadre d'activités écoresponsables et régénératives pour animer les escales portuaires





## ORIENTATION 3

# Développer le rayonnement et l'attractivité de la destination

### Objectifs :

#### 3.1 Attirer et fidéliser les visiteurs

Miser sur la récurrence des visites et le prolongement des séjours

#### 3.2 Attirer et enraciner de nouveaux habitants

Miser le bien-être et le bien-vivre et sur les nouvelles possibilités de travail post pandémie

#### 3.3 Déployer une communication responsable

Adapter le marketing et la communication durable, de façon écoresponsable et régénérative, engager une attitude positive et responsable de la part des visiteurs, communiquer sur les enjeux en lien avec le changement climatique

#### 3.4 Promouvoir la Vanlife responsable et durable

Sensibiliser les décideurs sur les impacts positifs de ce type de clientèle touristique. Mobiliser les acteurs afin de structurer cette pratique de façon responsable et durable



## ORIENTATION 4

# Renforcer et aider au développement des infrastructures

### Objectifs :

#### 4.1 Accompagner la transformation physique et structurelle du territoire

Soutenir les projets d'amélioration des infrastructures dans une optique à la fois durable et touristique

#### 4.2 Financement durable

Établir des critères misant sur le tourisme responsable et durable, proposer et relayer des programmes de financement visant l'adoption de pratiques écoresponsables et l'adaptation au changement climatique

#### 4.3 Adaptation au changement climatique

Déployer une stratégie pour l'aménagement ou l'adaptation d'infrastructures résilientes au changement climatique, sensibiliser et soutenir les acteurs de l'industrie pour l'adaptation de leurs activités au changement climatique

#### 4.4 Transformation numérique et infrastructures touristiques

Soutenir l'évolution numérique de l'ATR, du secteur et des entreprises membres par l'acquisition, la communication et la mutualisation de données, aider à la forfaitisation en intégrant l'intelligence artificielle, favoriser l'adoption de nouveaux outils

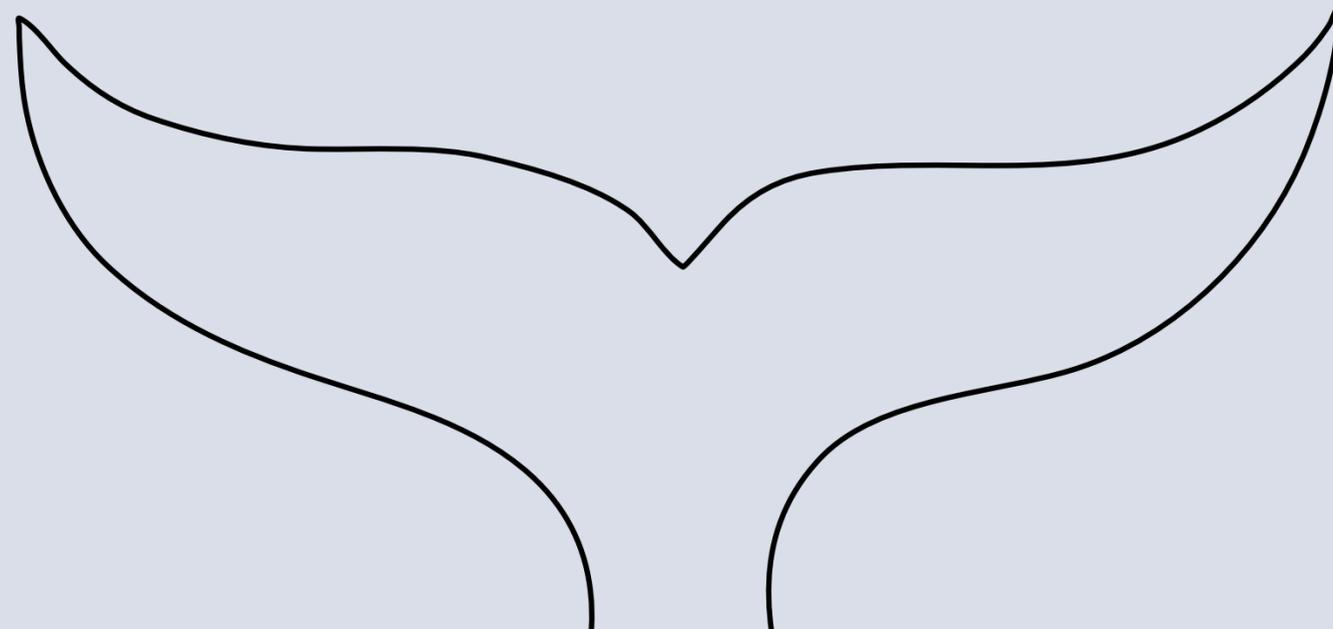
#### 4.5 Accessibilité et mobilité durable

Soutenir et promouvoir les solutions pour l'accessibilité à notre territoire et le développement de sa mobilité durable



# PLAN D'ACTION

Le plan d'action qui va suivre n'est pas achevé. Nous en sommes à lui apporter davantage de définition, et devrait être terminé pour la fin de l'année 2023. Il s'agira du fruit de toutes les chantiers que nous menons actuellement.



## Orientation 1 : Fédérer l'écosystème régional de façon innovante et exercer un leadership vers une vision régénérative

Objectifs		Actions/Moyens	
1.1	Conforter notre identité de façon concertée	1.1.1	Travailler sur l'identité collective : <ul style="list-style-type: none"> <li>• qui sommes-nous tous ensemble ?</li> <li>• narratif commun (notre territoire, notre histoire, notre ambition...)</li> </ul>
		1.1.2	Procéder à une tournée / concertation du territoire, par MRC, municipalités et entreprises touristiques afin de dresser un portrait diagnostique précis de l'offre touristique actuelle et déterminer les besoins de développement de l'offre touristique, en adéquation avec l'ADN des communautés impliquées
		1.1.3	Présentation du diagnostic de l'offre touristique et du plan d'action en développement de l'offre aux différents acteurs (MRC, municipalités) afin de modifier les alignements au besoin et assurer la mobilisation et la concertation dans les actions proposées : fin 2023 - début 2024
		1.1.4	Proposer une démarche concertée entre tous les acteurs pouvant contribuer au développement de l'offre touristique, alignée autour du plan d'action régional de TCN
1.2	Rassembler et construire	1.2.1	Transformer/consolider et participer à des rendez-vous UTILES et FRUCTUEUX réguliers, rassemblements, déplacements pour interroger et partager ce qui a été recueilli... pour inspirer, créer du maillage entre les acteurs et leurs offres, faire émerger des solutions...
		1.2.2	Prendre le leadership des rencontres et apprendre à tous à travailler ensemble
		1.2.3	Rassembler les acteurs du tourisme : événements de travail, tables de bonnes pratiques, valoriser la collaboration, sensibiliser au travail commun, sensibiliser et former au TRD et à l'ACC
1.3	Culture d'Innovation et numérique	1.3.1	Identifier les besoins, les partenaires, les financements et les différentes approches déjà existantes (ÉAQ, Mon succès numérique)
		1.3.2	Accompagner la transformation numérique des entreprises de l'industrie (réservation en ligne)
		1.3.3	Accompagner les agences de voyages et les entreprises touristiques dans la forfaitisation avec les différents partenaires (ÉAQ, Québec Maritime, ARF-Qc)
		1.3.4	Refonte et modernisation du site web de Tourisme Côte-Nord ; intégrer l'intelligence artificielle dans une perspective prédictive des besoins du voyageur
		1.3.5	Mutualiser les données numériques entre les intervenants touristiques
		1.3.6	Si nécessaire, identifier les besoins d'acquisitions de données en matière d'ACC
		1.3.7	Rassembler et consolider toutes les statistiques disponibles et les utiliser efficacement dans l'élaboration de nos stratégies
		1.3.8	Acquérir des données (études, portraits, etc)
1.4	Fédérer l'écosystème régional	1.4.1	Création de capsules informatives sur le tourisme durable et responsable
		1.4.2	Sensibiliser les acteurs du territoire à la vision régénérative, partager le diagnostic, les enjeux et les solutions (pédagogie, vulgarisation)
		1.4.3	Élaboration d'une politique environnementale pour TCN
		1.4.4	Participer avec d'autres acteurs à l'innovation en DD, inciter les acteurs touristiques à embarquer dans les communautés de pratique mises en place (CIRADD)
		1.4.5	Prendre le leadership de la campagne attractivité des MRC avec un plan partenaire visant à faire la promotion conjointe de Visitez / Habitez la Côte-Nord
		1.4.6	Identifier les partenaires stratégiques en TRD, et le cas échéant, formaliser un partenariat autour d'un projet ou d'un service aux entreprises. Ex: cohortes, incubateur/accélérateur

## Orientation 2 : Stimuler l'offre en faveur du territoire

Objectifs		Actions/Moyens	
2.1	Soutenir les entreprises touristiques	2.1.1	Sensibiliser et former les entreprises touristiques au tourisme durable et responsable
		2.1.2	Effectuer un diagnostic organisationnel auprès des entreprises et organisations membres
		2.1.3	Accompagner ou orienter les entreprises dans l'adoption de pratiques écoresponsables
		2.1.4	Proposer aux croisiéristes des activités attrayantes contribuant à la prospérité du territoire, mettre de l'emphase sur ces activités (idée : croisières d'hiver > nouveau marché où tout est à définir, de façon responsable et durable)
2.2	Enrichir l'offre :	2.2.1	Créer un écosystème d'entreprises engagées (+/- certification) : Former les entreprises aux nouvelles attentes des visiteurs
		2.2.2	Offrir des outils de formation pour les entreprises afin de connaître les nouvelles attentes
		2.2.3	Benchmark (pays scandinaves) sur les offres innovantes, attractives, interactives avec la communauté... et inspirer les entreprises
		2.2.4	Faire témoigner les acteurs, communication pair à pair...
		2.2.5	Concrétiser les regroupements d'acteurs pour des offres enrichies
2.3	Valoriser l'innovation ("le tourisme autrement")	2.3.1	Aventure, voyage tout électrique...
		2.3.2	Travailler l'offre été++ et hivernal basée sur les caractéristiques du lieu : Tourisme autochtone, visites industrielles... avec potentiel de sensibilisation à des grands enjeux de société
		2.3.3	Inventorier les éléments distinctifs pour chaque saison et générer des offres différenciées pour chaque saison
		2.3.4	Miser sur les nouvelles tendances touristiques (liste ATTA) : Lister les tendances d'avenir et les communiquer aux entreprises de la CN
		2.3.5	Développer d'une stratégie de développement / promotion de la Vanlife responsable en concertation avec les MRC / Municipalités - en relation avec l'accessibilité universelle
		2.3.6	Développer et promouvoir le circuit Expédition 51
		2.3.7	Valoriser l'offre de tourisme nature et d'aventure (voir avec pourvoiries, AÉQ...)
2.4	Vers des escales écoresponsables : Définir et soutenir les entreprises touristiques dans la définition d'un cadre d'activités écoresponsables pour animer les escales portuaires	2.4.1	Proposer aux croisiéristes des activités attrayantes contribuant à la prospérité du territoire, mettre de l'emphase sur ces activités (idée : croisières d'hiver > nouveau marché où tout est à définir, de façon responsable et durable)

### Orientation 3 : Développer le rayonnement et l'attractivité de la destination

Objectifs		Actions/Moyens	
3.1	Déterminer les nouvelles clientèles et consommateurs du tourisme : locaux, québécois (continentaux) et hors-Québec (canada, USA et international)	3.1.1	Documenter, inventorier et communiquer les différentes études reliées à cet aspect ainsi que les nouvelles attentes de ces touristes
		3.1.2	Offres discount, autocollants... Valoriser le fait de visiter en allant de plus en plus loin
		3.1.3	Générer une charte photographique de calibre mondial : Lister les offres de calibre mondial et générer du contenu photographique de très haute qualité avec celles-ci, pour diffusion dans les médiums hors-Québec
3.2	Adapter le marketing et la communication au durable, écoresponsable et régénératif	3.2.1	Authenticité, nature vierge, grands espaces, gentillesse des habitants, collectif...
		3.2.2	Communication à l'égard des changements climatiques, en matière d'impacts sur la région et le tourisme, mais aussi au niveau des actions. "Nous vivons avec des conséquences, mais nous sommes en action"
		3.2.3	Entretenir des relations avec la presse / TV / media QC hors moments de crise pour développer une relation de confiance
		3.2.4	Attirer les touristes possédant des compétences utiles, mettre en avant des lieux particuliers ou les traditions particulières (animations séjours à thème)
3.3	Sensibiliser les visiteurs aux comportements écoresponsables, à la sensibilité particulière du territoire, pacte avec le territoire	3.3.1	Charte du visiteur, communication
		3.3.2	Identifier les lieux et moments pour rejoindre les visiteurs: maisons d'accueil, kiosques, activités d'interprétation, réseaux sociaux... également dans l'offre elle-même (sensibilisation et formation des acteurs du tourisme pour un discours commun et intégré)
		3.3.3	Nouvelle grande campagne de TCN en 2 volets : Visitez la Côte-Nord / Habitez la Côte-Nord, en partenariat avec les 6 MRC qui ont un mandat d'attractivité territoriale.
		3.3.4	Partager les expériences authentiques et la qualité de vie : Relevé des multiples aspects attrayants et originaux du territoire (voir interactions avec autres orientations déjà vues)
		3.3.5	Favoriser l'accès des habitants aux ressources touristiques par une Gratuité ou offres spéciales des attraits
		3.3.6	Valoriser les retombées touristiques auprès des citoyens
3.4	Promouvoir la Vanlife responsable et durable	3.4.1	Sensibiliser les décideurs sur les impacts positifs de ce type de clientèle touristique
		3.4.2	Inciter les vanlifers à participer à des projets qui leur sont spécialement dédiés sur leur parcours (voir initiatives existantes à laquelle se rattacher éventuellement)

## Orientation 4 : Renforcer et aider au développement des infrastructures

Objectifs		Actions/Moyens	
4.1	Accompagner la transformation physique et structurelle du territoire	4.1.1	Dresser l'inventaire de l'existant et des besoins, prioriser
		4.1.2	Travailler un Design d'accueil : comment attirer et fidéliser ? Comment recevoir, animer, mettre en réseau ?
		4.1.3	Accompagner les lieux touristiques, et particulièrement Tadoussac, dans leur transformation vers un tourisme "adapté"
4.2	Financement durable	4.2.1	Aider les entreprises à se moderniser (frugalité harmonieuse)
		4.2.2	Introduire des paramètres de tourisme durable et responsable dans l'EPRTNT (bonifier)
		4.2.3	Accessibilité, en lien avec objectifs de la PSD, hospitalité chez l'habitant...
		4.2.4	Pousser des programmes finançables, en collaboration avec d'autres acteurs
		4.2.5	Impliquer les grands donneurs d'ordre dans le développement touristique par la création d'un fonds de structuration de l'offre touristique régionale
		4.2.6	Augmenter et diversifier l'offre d'hébergement touristique
4.3	Infrastructures et adaptation au changement climatique: Déployer une stratégie pour l'aménagement ou l'adaptation d'infrastructures résilientes au changement climatique	4.3.1	Adapter les infrastructures existantes, concevoir les nouvelles en fonction de l'ACC
		4.3.2	Partager la connaissance ACC avec les acteurs du territoire
		4.3.3	Dresser l'inventaire des risques de changements climatiques pour les sites fréquentés (touristes et population) avec les MRC
		4.3.4	Concevoir des solutions d'adaptation et planifier
4.4	Transformation numérique et infrastructures touristiques	4.4.1	Attirer les constructeurs innovants (mobilité, équipements, structures mobiles...) pour leur proposer des espaces pilotes d'expérimentation
		4.4.2	Partenariats avec la recherche / R&D
		4.4.3	Soutenir le développement du numérique haut débit
4.5	Accessibilité et mobilité durable	4.5.1	Aérien, location de véhicules, ...
		4.5.2	Garantir l'accessibilité en tout temps
		4.5.3	Faciliter la desserte aérienne
		4.5.4	Soutenir les MRC et partenaires touristiques dans leur effort de déploiement d'une mobilité durable, douce et active en y intégrant les écoles, les associations, la santé...
		4.5.5	Structurer un réseau d'accessibilité universelle de certaines plages tout le long du Fleuve Saint-Laurent en collaboration avec la Route Bleue, Kéroul et Environnement Côte-Nord
		4.5.6	Soutenir la continuité du déploiement de la stratégie d'implantation de bornes électriques

# ANNEXES

**Annexe 1** : Analyse FFOM TRD

**Annexe 2** : Portrait du tourisme dans les régions de Côte-Nord et Charlevoix été 2022

**Annexe 3** : Statistiques Côte-Nord Évolutif 2018-2022