

RAPPORT ANNUEL 2024-2025



ENTRE NATURE
ET DÉMESURE!

TABLE DES MATIÈRES

Mot de la directrice et du président	3
Membres du conseil d'administration	4
Équipe permanente	5
L'organisation	6
Services aux membres	7
Contexte touristique	8
Planification stratégique	10
Campagnes marketing	12
Réseaux sociaux	14
Développement de contenu	16
Site web	17
Commercialisation Québec Maritime	18
Développement	21
Services aux visiteurs	25

En couverture

KRIST SIEB



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 2024-2025. En tant que président et directrice générale, c'est avec fierté que nous vous transmettons le bilan d'une année déterminante. Tourisme Côte-Nord a franchi une étape importante en consolidant ses bases et en amorçant avec rigueur la mise en œuvre de ses chantiers structurants. Ce virage stratégique a été rendu possible grâce à l'engagement indéfectible de notre équipe et à la collaboration de nos partenaires à travers la région.

Deux mots résument l'année : consolidation et rayonnement. La saison touristique 2024 a connu une hausse de l'achalandage, un taux d'occupation moyen de 73 % et une portée numérique ayant dépassé 1,7 million de personnes. Ces résultats confirment l'intérêt croissant pour la Côte-Nord et l'efficacité de nos efforts de promotion.

L'été 2024 a aussi été marqué par le tournage d'une nouvelle campagne publicitaire, qui est déployée en 2025-2026. Cette production met en valeur l'identité nord-côtière et renforce notre positionnement comme destination authentique et distinctive. En parallèle, la tournée de concertation menée sur l'ensemble du territoire, incluant la Basse-Côte-Nord, a permis de nourrir notre planification stratégique et de susciter la création d'initiatives locales concrètes.

Dans la continuité du diagnostic réalisé en 2023, nous avons lancé le Plan de développement touristique Côte-Nord. Ce plan structurant cible l'accessibilité, l'innovation, les projets porteurs et le développement responsable, en misant sur la mobilisation des acteurs régionaux. Ce virage s'est aussi reflété à l'interne avec l'arrivée de nouvelles ressources, l'amélioration des services aux membres et l'intégration d'outils de gestion favorisant un climat de travail collaboratif et axé sur les résultats.

Le plan d'accueil a été actualisé et appuyé par des actions de mobilisation du réseau. Les premiers jalons du rehaussement de notre stratégie d'accueil par l'expérience numérique ont été posés en vue d'un déploiement complet dès 2025-2026. Le plan marketing 2024-2028 a, quant à lui, connu une première année prometteuse, orientée vers la notoriété, l'achalandage, la prolongation des séjours et un accès simplifié à l'information touristique.

Nous abordons la prochaine année avec confiance, portés par une équipe solide et un réseau mobilisé. Nos priorités incluent le développement de niches stratégiques, le virage numérique en matière d'accueil, et l'ancrage du tourisme durable. Merci à tous ceux et celles qui contribuent à faire rayonner la Côte-Nord. Ensemble, poursuivons cette transformation vers une destination quatre-saisons, accueillante et d'envergure.



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



L'ORGANISATION

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 résultat, 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



SERVICES AUX MEMBRES

CONSEILLÈRE AUX MEMBRES

Afin d'améliorer les services destinés aux membres de Tourisme Côte-Nord, une nouvelle ressource a été recrutée en janvier 2024 et demeure en fonction pour assurer un accompagnement de qualité. Elle offre un suivi personnalisé auprès des entreprises et organisations touristiques de la région.

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, celle-ci reste constamment informée des dernières nouveautés dans la région et les partage. L'objectif est d'établir une relation de confiance afin que chaque membre se sente réellement soutenu et entendu au sein de son association touristique régionale.

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 ».

Des propositions de visibilité et de partenariat personnalisées sont offertes aux membres afin de mettre en valeur l'offre touristique de la région.

L'événement Lancement de la saison touristique 2025, organisé par Tourisme Côte-Nord, a accueilli 40 personnes, incluant les employés de l'ATR, des membres du conseil d'administration, des représentants d'entreprises membres ainsi que des partenaires financiers. Cet événement de réseautage est l'occasion de partager les projets pour la saison à venir et échanger sur les perspectives de développement touristique de notre belle région.

Une nouvelle initiative est en place depuis l'automne 2024, permettant aux nouvelles entreprises de bénéficier gratuitement de l'adhésion à Tourisme Côte-Nord pour leur première année. Cette mesure offre une visibilité accrue, aidant ainsi les entreprises en démarrage à se faire connaître et à promouvoir leurs services plus efficacement.

MOUVEMENT DES MEMBRES

Au cours de la dernière année, 20 nouveaux membres ont rejoint Tourisme Côte-Nord, dont 16 ont profité de la gratuité offerte pour une première année d'adhésion. Parallèlement, 25 organisations ont mis fin à leur affiliation, en raison notamment du non-paiement des frais, de la vente ou de la fermeture de l'entreprise, ou encore d'un manque perçus de pertinence de l'adhésion.

CONTEXTE TOURISTIQUE

PROLONGER LA SAISON ESTIVALE, C'EST GAGNANT

La saison estivale 2024-2025 en Côte-Nord s'est déroulée dans un contexte singulier, marqué par des enjeux d'accessibilité et une météo exceptionnellement sèche. La région a connu un été chaud, avec des précipitations bien en deçà des normales, favorisant l'éclosion de feux de forêt, notamment dans la MRC de Caniapiscau. La fermeture temporaire de la route 389 vers Fermont, ainsi que les incendies au Labrador près de Labrador City, ont limité les déplacements dans l'est et affecté la fréquentation de plusieurs pourvoiries. Le circuit Expédition 51 a directement subi ces perturbations, ralentissant son développement malgré l'intérêt grandissant qu'il suscite.

Des interruptions répétées à la traverse Matane–Baie-Comeau–Godbout, causées par des grèves à la Société des traversiers du Québec, ont également complexifié l'arrivée des visiteurs durant la haute saison, générant des impacts sur plusieurs entreprises locales. Malgré ces défis, la Côte-Nord a fait preuve de résilience. Les mois d'août et septembre ont été particulièrement forts, et l'achalandage s'est maintenu jusqu'en octobre, confirmant un engouement croissant pour la région en saison automnale.

Les données d'accueil révèlent que 45% des visiteurs en 2024 n'en étaient pas à leur premier séjour, signe d'un attachement croissant au territoire. On observe également une tendance à explorer plus loin vers l'est, avec une fréquentation accrue à Natashquan et Manitou, en cohérence avec la campagne Road Trip Côte-Nord.

Le camping s'est confirmé comme le mode d'hébergement privilégié, représentant 42,2% des séjours. Les taux d'occupation en camping de passage ont augmenté de 12,7% (vs 2,7% pour la province), en plus d'avoir vu une augmentation des emplacements disponibles. Les taux d'occupation des autres types d'hébergement ont quant à eux progressé de 13,4%, comparativement à la moyenne provinciale de 3,8%. Cette progression reflète l'attractivité grandissante de notre région et cette hausse est beaucoup plus marquée dans l'est de la Côte-Nord. L'objectif du voyage devient de plus en plus la fin de la route 138, illustrant une évolution vers un tourisme plus lent, plus enraciné, et mieux réparti sur l'ensemble du territoire nord-côtier.

Le tourisme en Côte-Nord continue de se structurer autour de l'expérience et de la découverte. Les visiteurs sont de plus en plus nombreux à passer plusieurs jours dans la région, à explorer les parcs nationaux et les réserves naturelles, et à découvrir les richesses culturelles et gastronomiques de la région. Cette tendance s'inscrit dans une vision plus durable du tourisme, où l'impact économique est accompagné d'un respect pour l'environnement et les communautés locales.

En conclusion, la saison estivale 2024-2025 en Côte-Nord a été marquée par des défis, mais aussi par des opportunités. Malgré les perturbations, la région a su maintenir un niveau élevé de fréquentation, confirmant son potentiel touristique et sa capacité à attirer des visiteurs de plus en plus nombreux.

Cette analyse met en évidence l'importance de continuer à travailler à l'amélioration de l'accessibilité et à la promotion de la région, afin de maximiser les bénéfices du tourisme pour la Côte-Nord.

Enfin, il est essentiel de maintenir une communication transparente avec les visiteurs, afin de leur offrir la meilleure expérience possible et de leur faire découvrir les atouts de la Côte-Nord.

© MATTHIEU DUPUIS

PÉRIODE HIVERNALE

Bien que la saison ait débuté un peu plus tard qu'à l'habitude, la Côte-Nord s'est une fois de plus distinguée en étant la région où l'hiver s'est prolongé le plus longtemps. Les derniers sentiers fédérés (FCMQ) ont officiellement fermé le 21 avril, témoignant de conditions favorables et d'un enneigement durable. La Route Blanche, reliant Kegaska à Blanc-Sablon, a également été complètement ouverte pour une période d'environ trois semaines, une première ouverture depuis 3 ans, consolidant le rôle unique de la Côte-Nord dans l'offre de motoneige hivernale au Québec.



Par ailleurs, l'augmentation de l'offre d'hébergement et de restauration durant la saison froide, ainsi que l'ajout de nouveaux relais motoneige reconnus, contribue activement au développement d'un réseau structuré en Haute-Côte-Nord. Ces avancées soutiennent non seulement la pratique sécuritaire et agréable de la motoneige, mais renforcent aussi l'attractivité de la région comme destination hivernale incontournable.



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.

CAMPAGNES MARKETING

Le 26 mars 2025, la nouvelle campagne estivale « Laissez-vous surprendre », dans laquelle nous suivons un marin norvégien qui, en vantant son pays dans sa langue natale, traverse des paysages grandioses... avant de réaliser qu'il est en réalité sur la Côte-Nord, au Canada, a été lancée !

CONTENU

- Vidéo 60 secondes (EN/FR)
- Vidéo 30 secondes (EN/FR)
- 27 capsules partenaires
- 1 concours

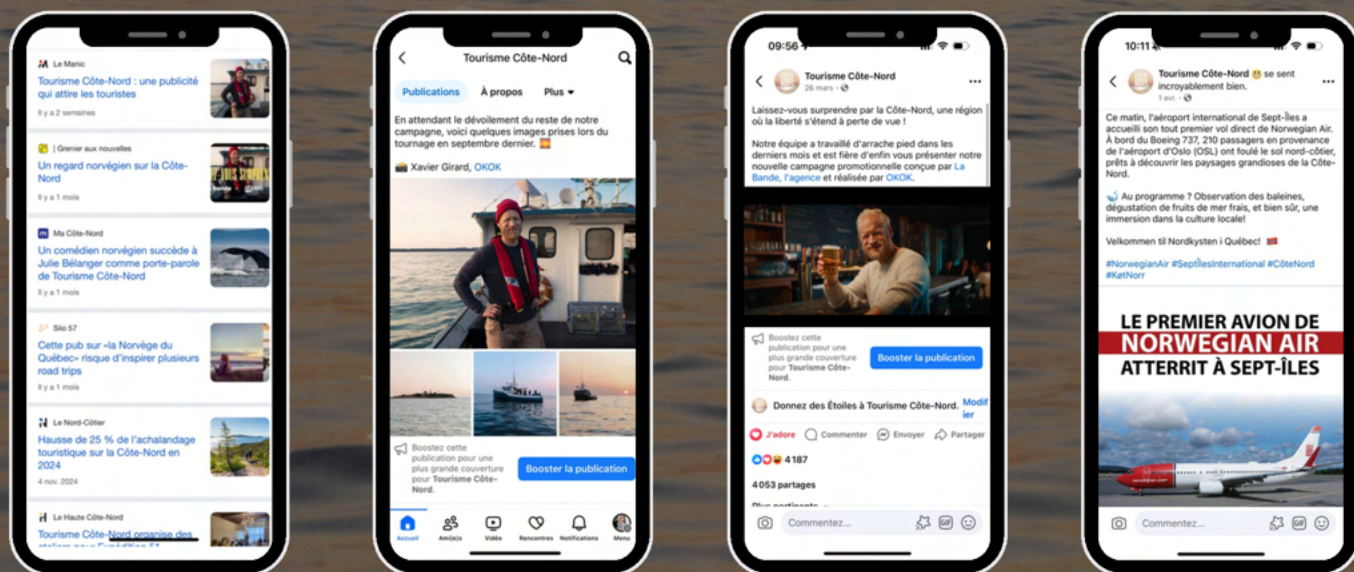
STATISTIQUES DE LANCEMENT

Cette campagne est un franc succès au Québec et a fait parler de la Côte-Nord à l'international! Plus d'une trentaine de médias locaux et canadiens ont parlé de la campagne à la radio, à la télévision et dans les journaux.

En 24h, la vidéo 60 secondes a accumulé plus de 250 000 vues, 9 000 interactions et 3 000 partages sur nos différentes plateformes. 1 mois après son lancement, elle a obtenu plus de 1,5 millions de vues, 19 000 interactions et 5 600 partages. Le concept élargi a quant à lui obtenu 2,3 millions de vues, et 28 700 heures de visionnements, sur l'ensemble des capsules vidéos de la campagne.

POISSON D'AVRIL

Comme le poisson d'avril avait lieu quelques jours après le lancement de notre campagne, nous avons surfé sur le concept pour élaborer notre stratégie. En combinant les résultats Facebook et Instagram, la publication a généré 132 947 impressions, 2 761 réactions, 320 commentaires, 256 partages et 50 enregistrements.



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 \$ en 2024, 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 2023)
- Sessions sur le microsite : 410 730 (Québec et Ontario) (363 067 en 2023)
- Pages vues : 467 000 (287 320 EN, 179 810 FR)
- Temps passé sur la page : 4:00 minutes (4:31 en 2023)
- Impressions obtenues : 63 003 337

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

Troisième et dernière année de la campagne de notoriété et de positionnement avec Julie Bélanger sous la thématique du Road Trip. Cette campagne impliquait 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.
- Un haut taux d'engagement 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.

ROAD TRIP GOURMAND

Lors de sa troisième année, cette campagne a atteint un auditoire de 4 millions de personnes grâce à 43 articles publiés, après l'envoi de 30 boîtes de produits régionaux aux médias québécois. De plus, une nouvelle section du site web a vu le jour « Le Road Trip Gourmand ». Cette section propose des circuits agrotouristiques et gourmands, ainsi qu'une liste des entreprises œuvrant dans ce secteur d'activités.

POURVOIRIES CÔTE-NORD

Le plan marketing élaboré l'an dernier commence à être mis en œuvre. Plusieurs rencontres ont été menées avec le comité marketing de l'Association des Pourvoiries de la Côte-Nord, pour comprendre leurs enjeux et s'adapter à leurs besoins.

RÉSEAUX SOCIAUX

La stratégie de médias sociaux mise en place à l'hiver 2024 a été révisée par notre Gestionnaire de contenu web et des médias sociaux à l'hiver 2025. Grâce à l'expertise et aux conseils de notre Directeur marketing par intérim, certains éléments de la stratégie ont été peaufinés. Une réflexion sur la stratégie de développement de contenu a débuté. Celle-ci nous permettra de diffuser davantage de contenu original, sans augmenter la charge de travail de l'équipe.

L'ensemble de nos plateformes ont obtenu d'excellents résultats au courant de la dernière année.



La page Facebook a **1 673 nouveaux abonnés**, atteignant 65 505 abonnés.

2 533 939 utilisateurs atteints (+ 29,9%)
87 042 interactions avec le contenu
93 012 clics sur les liens.

La page Youtube a **235 nouveaux abonnés**, atteignant 1484 abonnés.

2 505 000 vues des vidéos, pour un total de 32 176.8 heures de visionnement.



La page Instagram est maintenant à **21 007 abonnés (+2 699)**.



La page Tiktok est maintenant à **2 072 abonnés (+837)**.



La page LinkedIn est maintenant à **1 248 abonnés (+398)**.

INFORMER ET RASSURER

Pour informer les visiteurs de l'état des feux de forêt et les rassurer, plusieurs publications ont été diffusées de la fin juin au début juillet.

Au total, les 4 publications « Si c'est pour vous rassurer... » ont touché 45 599 comptes, généré 1 155 réactions, 54 commentaires, 1 787 clics, 117 partages et 17 enregistrements.

Au total, les 5 publications « État de la situation » ont touché 160 223 comptes, généré 1 920 réactions, 152 commentaires, 6 414 clics, 335 partages et 14 enregistrements.



PUBLICATIONS MÉDIAS SOCIAUX

Plusieurs publications ont suscité de nombreuses réactions auprès de l'auditoire de Tourisme Côte-Nord. Voici celles qui se sont démarquées.

LA ROUTE DES BALEINES

Une publication présentant rapidement la Route des baleines a suscité 68 344 impressions, 463 interactions, 696 réactions, 44 commentaires et 236 partages. 1 125 personnes ont cliqué sur le lien pour découvrir le circuit.

JOUR DE LA TERRE

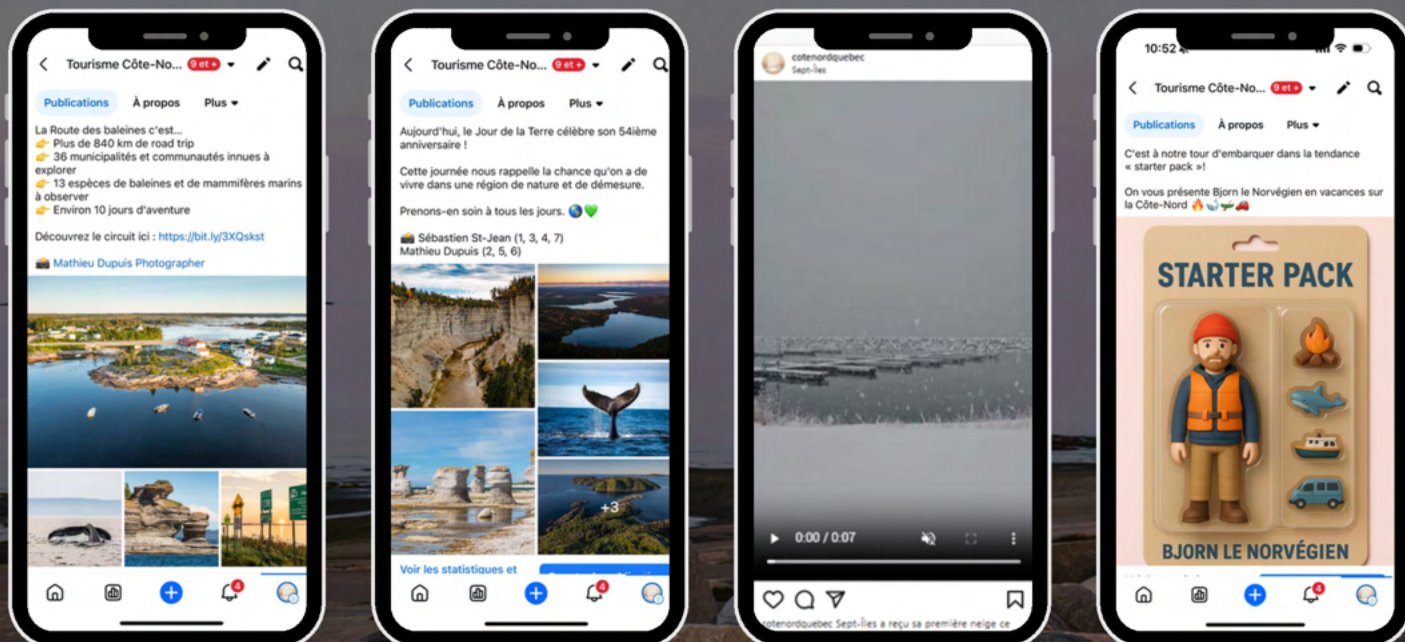
Le Jour de la Terre est toujours une belle occasion pour partager des images de la région. Cette année, la publication a généré 19 673 impressions, 401 réactions, 20 commentaires, 98 partages et 7 enregistrements.

PREMIÈRE NEIGE

Lorsque la première neige est tombée à Sept-Îles, nous avons publié une courte vidéo sur Instagram. La publication spontanée a eu 12 778 vues 610 interactions, 755 réactions, 20 commentaires, 96 partages et 4 enregistrements.

STARTER PACK

La tendance du « starter pack » créé à l'aide de l'intelligence artificielle a envahi les réseaux sociaux en avril. Notre version a obtenu 883 réactions, 57 commentaires et 26 partages.



DÉVELOPPEMENT DE CONTENU

COMMUNICATIONS

En 2024-2025, Tourisme Côte-Nord a organisé **15 tournées journalistiques**, dont 1 au courant de l'hiver 2024, et un tournage de campagne estivale.

Tourisme Côte-Nord a également diffusé **6 communiqués de presse** et a répondu à **60 demandes d'entrevue**.

TOURNAGES

En 2024-2025, Tourisme Côte-Nord a effectué 4 tournages

- pourvoirie GreenPoint avec QVO à l'été en basse-côte-nord
- Chicks and Machines, Sept-îles, Baie-Comeau et Fermont, en été
- Motoneige.tv, en haute-côte-nord, en hiver
- Alexis le Randonneur au printemps, Baie-Comeau / Manicouagan

SALONS

- Salon du VR de Québec, 31 octobre au 3 novembre 2025, 17 498 visiteurs
- Salon de la Motoneige et du quad de Québec, 8 au 10 novembre 2024
- Salon de la moto de Québec, 7 au 9 février 2025
- Salon de la moto de Montréal, 28 février au 2 mars 2025
- Salon du VR de Montréal, 6 au 9 mars 2025, 26 639 visiteurs
- Salon Aventure et Plein Air de Montréal, 22-23 mars 2025, 16 600 visiteurs
- Foire du VR de Québec, 3 au 6 avril 2025, 11 262 visiteurs

ARTICLES DE BLOGUES LES PLUS CONSULTÉS 2024

138 activités et attraits à visiter sur la Côte-Nord

5 randonnées à faire près de Tadoussac

Le Festival Innu Nikamu

La pêche miraculeuse des Nord-Côtier - Le capelan

Cancún du Nord - Les plus belles plages de la Côte-Nord

6 randonnées à découvrir sur la Côte-Nord

Les cartes des sentiers de randonnée prêts-à-partir

Le paradis de la pêche est chez nous

Expédition 51 - Le road trip à travers le Québec et Labrador

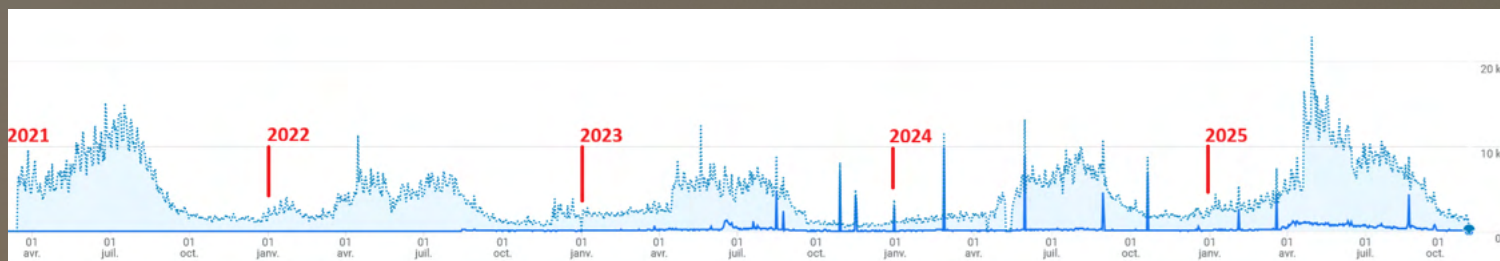
À la découverte des villages méconnus de la Côte-Nord

SITE WEB

Le site web de Tourisme Côte-Nord connaît une croissance soutenue de sa fréquentation. Le nombre d'utilisateurs a augmenté de 67 %, celui des sessions de 56 %, tandis que les pages vues ont progressé de 66 % et la durée moyenne de consultation de 9 %. L'ensemble de ces indicateurs témoigne d'un intérêt toujours croissant pour la destination Côte-Nord.

Les pages les plus consultées sont : Concours (15,5 %), Accueil (7,6 %), Hébergements (2,4 %), Incontournables (2,1 %), Camping (1,44 %), Croisières aux baleines (1,22 %), Activités (1,12 %) et Demande de publication (1,06 %).

FRÉQUENTATION DU SITE WEB	2025	2024	VARIATION % 2024
Nombre d'utilisateurs	503 694	300 904	+67.39%
Nouveaux utilisateurs	465 156	282 432	+64.70%
Nombre de sessions	789 436	505 481	+56.18%
Pages Vues	1 893 012	1 137 721	+66.38%
Durée moyenne	01:45	01:36	+9.39%



STATISTIQUES CONCOURS	VUES	INSCRIPTIONS
Concours Laissez-vous surprendre	294 739	48 177
Concours Coup de coeur hiver	6 300	232

REFONTE DU SITE WEB

Tourisme Côte-Nord a débuté un processus de refonte du site Web avec l'agence Kffein, dans le but de se doter d'un site plus performant, plus concis et plus fonctionnel. La mise en ligne est prévue pour la fin du printemps 2026.

COMMERCIALISATION



FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE

- Investissements de plus de 1,2 M\$ en campagnes ciblant les voyageurs de la France, de l'Europe francophone, de l'Ontario et des états limitrophes américains, en partenariat avec Bonjour Québec et d'autres partenaires publicitaires.
- Maintien de notre collaboration avec nos partenaires majeurs, Parcs Canada, la Sépaq et PAL Airlines, ainsi que 34 entreprises associées sur la Côte-Nord.
- Les revenus totaux en hébergement pour les régions du Québec maritime ont bondi de 5,82 %, passant de 206 016 816 \$ en 2023 à 218 007 118 \$ en 2024.

ACTIONS DE COMMERCIALISATION RÉALISÉES EN 2023-2024

- **Marché de l'Europe francophone** : Événements Bonjour Québec à Paris, Bourse média IMM à Paris, Webinaire TUI France présentation conjointe avec La Route des Explorateurs, Formation chez Kuoni France
- **Marché des États-Unis** : Événement Bonjour Québec à New-York et Bourse média IMM à New York
- **Marché du Canada (hors Québec)** : Événements Bonjour Québec à Toronto, TMAC à St. John's, Formation Anderson à Edmonton, Formation Jonview Canada en ligne
- **Multimarchés** : Rendez-vous Canada à Edmonton, Bienvenue Québec à Québec, Canada Showcase Europe à Paris
- **Marché de l'Allemagne** : Webinaire Bonjour Québec, présentation conjointe avec Air Canada

TOURNÉES DE VOYAGISTES

17 tournées de voyagistes ont été réalisées dans les régions du Québec maritime, représentant 70 voyagistes actifs sur de multiples marchés internationaux et nationaux.



TOURNÉES DE JOURNALISTES

Québec Maritime a accueilli 30 tournées médias. Cela représente 61 journalistes, blogueurs, créateurs de contenu et photographes des médias imprimés, électroniques et télévisuels. Notons la venue de journalistes et de blogueurs français, canadiens et américains. La valeur médiatique de la revue de presse d'avril 2023 à mars 2024 s'élève à 102 534 546 \$ pour un total de 964 reportages, tous marchés confondus. Une revue de presse complète est disponible sur demande.



REPORTAGE DIGNE DE MENTION POUR LA CÔTE-NORD

La nomination d'Anticosti au patrimoine mondial de l'UNESCO en septembre 2023 a suscité beaucoup d'intérêt des médias à travers le monde dont Ouest France, The Globe and Mail, Dreamscapes Magazine, USA Today, Wanderlust et Sunday Mail. On dénombre 238 articles, dont 106 publiés au Canada, pour un total de 231 millions d'impressions et une valeur média totale de 8.8 M\$.

ACTIONS AUX CONSOMMATEURS

Marché de l'Europe francophone

La Côte-Nord a bénéficié d'investissements de plus de 500 000 \$ 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

Compte tenu de l'incertitude causée par les changements climatiques qui influencent la pratique des sports d'hiver au Québec, la stratégie 2024-2025 intègre des tactiques permettant de s'adapter aux conditions météorologiques changeantes et de déclencher la diffusion des publicités selon les prévisions d'enneigement. 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 : Meta, Google, régies publicitaires et infolettres à nos abonnés, ainsi qu'un partenariat avec Bonjour Québec. L'ensemble de ces actions a nécessité des investissements de près de 130 000 \$.



Marchés ontarien et américain

Fort de son succès en 2024, la campagne « En route to... Québec by the Sea » a été reconduite en 2025. Lancée à la fin mars auprès des voyageurs de l'Ontario et des États limitrophes, la campagne met en valeur les trois piliers de la destination : l'omniprésence du Saint-Laurent, les vacances en nature et les découvertes culturelles. Cette campagne dispose d'un budget de plus de 600 000 \$, qui inclut un investissement dans la campagne Whales of Québec en appui à la région, au parc marin du Saguenay-Saint-Laurent et à nos partenaires concernés par le produit.

ACTIONS EN STRUCTURATION DE L'OFFRE

- La diffusion de cinq webinaires portant sur diverses thématiques, en plus des conférences, des rencontres, et des contacts personnalisés réalisés tout au long de l'année;
- L'accompagnement de nos entreprises associées et de nos partenaires dans la commercialisation de leurs produits sur les marchés hors Québec;
- La tenue des Rendez-vous du Québec maritime, rassemblant plus de 120 intervenants de l'industrie touristique;
- La réalisation d'un diagnostic de l'utilisation des plateformes de réservation en ligne par les entreprises touristiques de nos régions avec la collaboration des ATR et de la firme Alpha Premium.

Nous remercions l'équipe de Tourisme Côte-Nord et les membres de son 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 de Québec Maritime, et à madame Joannie Francoeur-Côté, administratrice de Québec Maritime.

Le rapport d'activités complet est disponible sur le site Web www.quebecmaritime.ca.

DÉVELOPPEMENT

Une volonté de propulser davantage le développement et la structuration de l'offre touristique a généré plusieurs dossiers pour l'année 2024-2025. 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 poursuivi le déploiement de la structuration de l'offre de son département. Madame Léa Hupé-Mongeon s'est jointe à l'équipe à titre de conseillère en développement et structuration de l'offre en octobre 2024.

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 2024-2025 est la troisième et dernière pour le déploiement de cette entente. L'organisation a effectué quatre appels de projets et tenu quatre 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 six fois supérieures.

EPRTNT 2024-2025 Côte-Nord

Nombre de projets soutenus : 24

Aide annoncée : 608 249 \$

Coût total des projets : 3 534 818 \$

POLITIQUE DE 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.

ATTESTATIONS

Conseiller.ere.s en innovation du Québec - Niveau 1

Léa et Guy ont suivi ce programme de formation rigoureux composé de 10 leçons et de multiples ateliers pratiques virtuels qui leur a permis de bien comprendre les projets d'innovations, les différentes ressources et les programmes de financements.

Parcours DD en tourisme

Joannie, Léa et Guy ont suivi ce parcours composé de 14 capsules de formation, animées par des experts dans divers domaines liés au tourisme durable, afin d'acquérir les outils nécessaires à la rédaction d'un plan d'action.

COLLABORATIONS

EPRTNT collectif – Québec maritime – Connectivité des entreprises touristiques pour l'attractivité de la Destination

En partenariat avec le Québec maritime et les 3 autres ATR, nous avons reçu le rapport final du diagnostic de l'utilisation des plateformes de réservation en ligne dans nos régions. Nous poursuivons avec un dépôt de projet dans le volet 2 de l'EPRTNT collectif.

Incubateur-accélérateur nordique

Cohorte 4 : 12 entreprises incubées / 15 sont sur la Côte-Nord

- Participation aux rencontres du comité de mise en œuvre et au sous-comité d'investissement pour le commissaire touristique.
- Participation aux rencontres du comité directeur et au sous-comité communications marketing pour la direction générale.

Mutualisation d'une ressource en transition climatique spécialisée en tourisme

Le MTO nous propose un programme pour financer une ressource qui se spécialisera à ce niveau. En collaboration avec Environnement Côte-Nord, nous partagerons cette nouvelle ressource qui aura principalement comme rôle de répertorier les actions et les enjeux liés à la transition climatique sur le territoire afin de proposer des solutions.



STRUCTURATION DE L'OFFRE

Tourisme nomade (vanlife)

- Participation à un projet d'étude sur le portrait et l'accueil des voyageurs en véhicules aménagés avec l'Alliance de l'industrie touristique et Touriscope.
- Réalisation du portrait des emplacements de camping membre de Tourisme Côte-Nord, afin de connaître la capacité d'accueil
- Concertation avec nos membres avec un webinaire *Accueillir plus, autrement : transformer les espaces sous-utilisés en solutions pour les voyageurs*
- Élaboration d'un guide pour les bureaux d'informations touristiques
- Stratégie de communication et de sensibilisation avec Go-Van

Tourisme du patrimoine humain

- Élaboration d'une route où les visiteurs rencontreraient les citoyens afin de vivre des expériences traditionnelles nord-côtières, en partenariat avec Culture Côte-Nord. Une rencontre a eu lieu en mai afin de créer un échéancier pour ce projet.

Tourisme gourmand

- Réalisation d'une cartographie de tous les attraits agrotouristiques (Restaurants, boutiques locales, producteurs, poissonneries, etc.)
- Création de circuits à venir qui seront publiés dans la section Road Trip de notre site web.
- Rencontre avec la Table bioalimentaire de la Côte-Nord a été réalisée.

Création de parcs régionaux récréotouristiques

Des rencontres de présentation des étapes de mise en place d'un parc régional récréotouristique sont en cours auprès de trois MRC, municipalités et communautés autochtones impliquées : Haute-Côte-Nord, Caniapiscau, Golfe-du-Saint-Laurent.

Projet mobilisation et concertation

Accompagné de Mangrove, depuis la mi-février, Tourisme Côte-Nord a entamé un projet de mobilisation des écosystèmes entrepreneuriaux et touristiques par MRC. À la suite de plusieurs entrevues avec les acteurs du territoire, un atelier de co-création d'intelligence collective sera créé dans chaque MRC. Les entrevues ont été réalisées dans la MRC de la Haute-Côte-Nord et nous entamons celles de la MRC de la Minganie.

PARTENARIATS

ITHQ

Trois étudiants en technique de tourisme de l'ITHQ avaient comme projet la création de circuits (culturels/autochtones, gourmands et d'aventures) sur la Côte-Nord. Ces circuits seront analysés et affichés dans notre section Road Trip.

Fédération des pourvoiries du Québec

Des rencontres de travail ont lieu avec des pourvoiries de la Haute-Côte-Nord et des Monts-Valin afin de mettre en place un circuit touristique hivernal axé sur la pratique de la motoneige en formule tout inclus (hébergement, restauration, service de guidage, etc.). Ce projet étoffé et ambitieux devrait être réalisé en 2026.

Association des Réceptifs et Forfaitistes du Québec (ARF-Québec)

Nous sommes à la deuxième phase du projet de mise en place d'une solution de transport collectif (projet pilote à Sept-Îles), c'est-à-dire l'envoi d'un sondage auprès des grands donneurs d'ordres qui utilisent l'Aéroport de Sept-Îles.

PARTICIPATION ÉVÈNEMENTIELLE EN DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les Grands Remous, le sommet du tourisme durable et innovant

Animation d'un atelier, *Le Tourisme durable et les milieux naturels: une question d'équilibre* en collaboration avec la Région de biosphère Manicouagan Uapishka.

Uapishka et au-delà: Perspectives de tourisme responsable et durable

Présentation des actions entreprises par les départements de Tourisme Côte-Nord en lien avec le développement durable.

Forum des croisières internationales 2025 à Havre-Saint-Pierre

Participation à un panel de discussion sur le développement durable afin de mettre en lumière nos différentes actions environnementales chez Tourisme Côte-Nord.

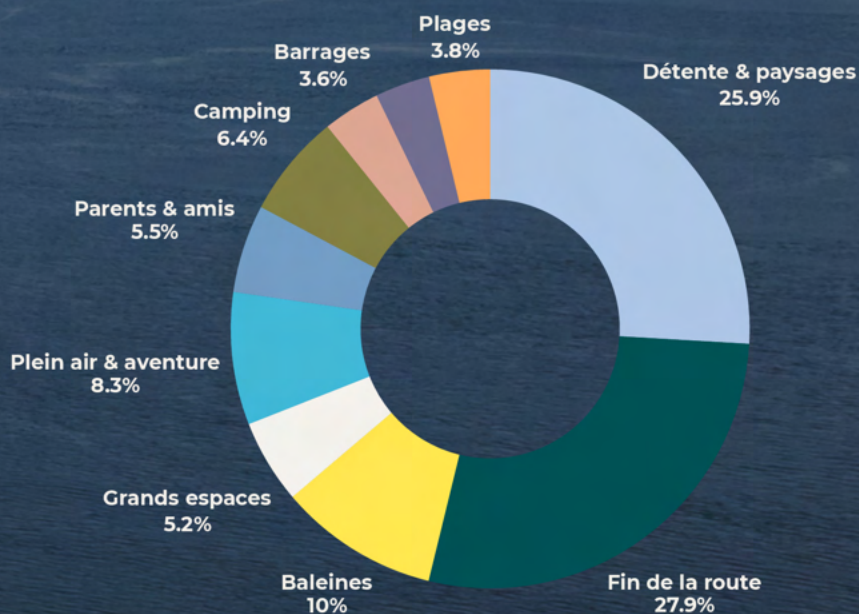
24

ACHALANDAGE

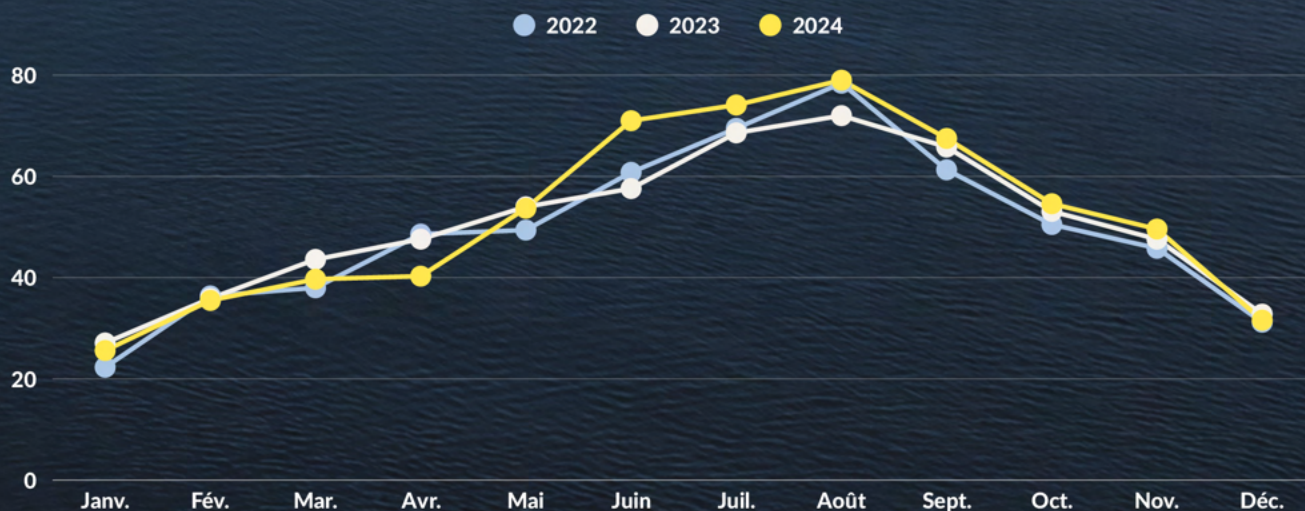
La fréquentation des 20 bureaux d'information touristique a bondi de **19.36 % entre mai et septembre**, et a atteint 89 299 visiteurs. Également, nous pouvons constater un élargissement remarquable de la saison, s'étendant de mai jusqu'en octobre.

À noter toutefois que ces résultats pourraient être en réalité encore plus élevés, puisque les données d'un bureau n'ont pas pu être comptabilisées. Malgré cette absence partielle, une forte hausse de l'achalandage a tout de même été enregistrée, laissant supposer que la fréquentation réelle a été sous-estimée.

RAISON DE LA VISITE



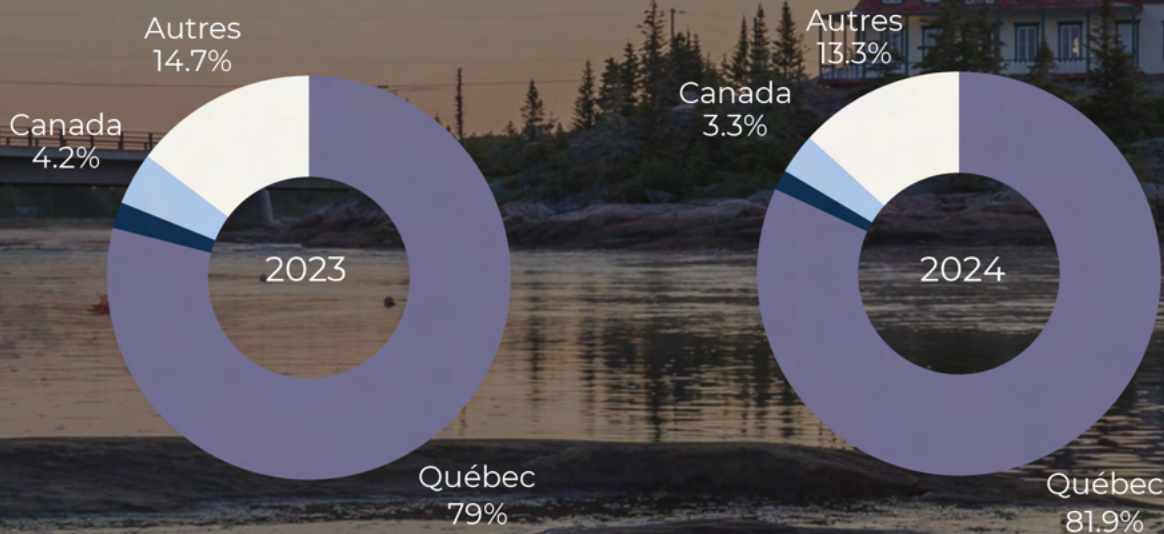
TAUX D'OCCUPATION DES HÉBERGEMENTS



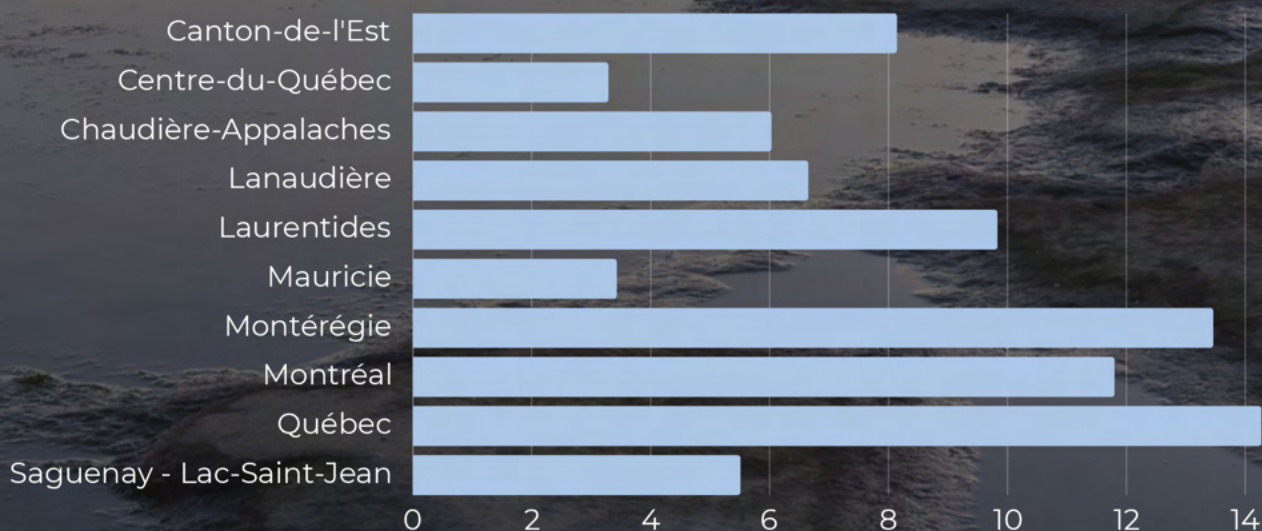
PROVENANCE DES VISITEURS

En 2024, la proportion de visiteurs en provenance de l'étranger, à l'exception des États-Unis (catégorie « Autres » ci-dessous), a connu une légère diminution, passant de **14,7 % en 2023 à 13,30 % cette année.**

Près de 10 800 visiteurs sont originaires de la France (9,32 %), de l'Allemagne (0,96 %), de la Suisse (0,78 %), de la Belgique (0,68 %) et de l'Italie (0,41 %). Au total, des visiteurs provenant de plus de 64 pays différents ont découvert la région en 2024.

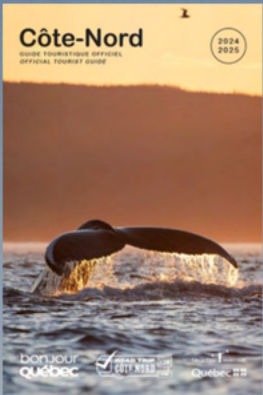


PROVENANCES DES VISITEURS PAR RÉGION ADMINISTRATIVES



DISTRIBUTION DE LA DOCUMENTATION CÔTE-NORD

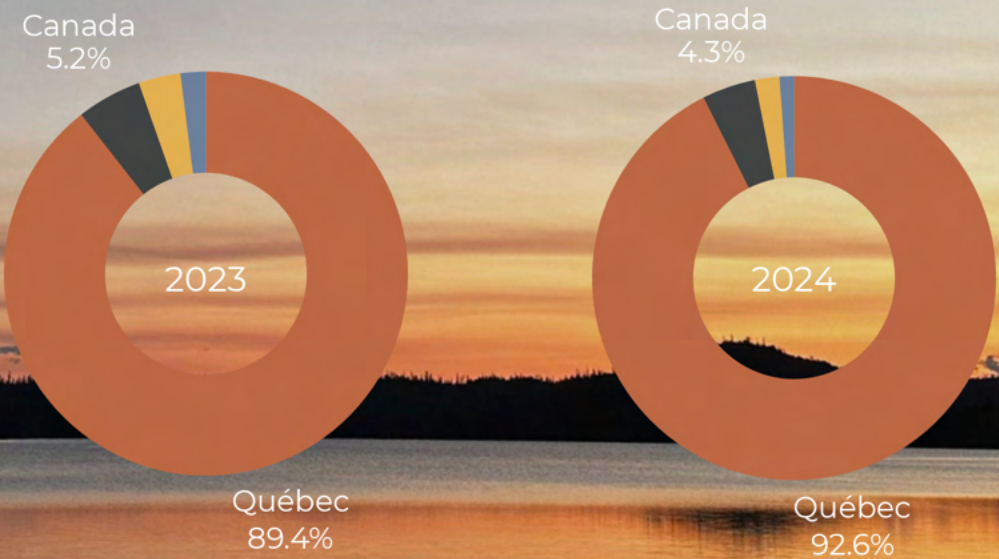
ENVOIS DE MAI 2024 À AVRIL 2025	GUIDE TOURISTIQUE	CARTE VÉLO
Lieux d'accueil de la Côte-Nord	12 802	1 042
Envois aux visiteurs	6 035	1 101
Envois aux membres	16 818	3 365
Salons	4 080	
Distribution par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec dans les autres ATR de la province	10 690	
Québec maritime	600	
CAA Québec	400	
Centre infotouristique du Ministère du Tourisme	8 060	



DESTINATION DES ENVOIS AUX VISITEURS

En 2024, le nombre d'envois aux visiteurs a légèrement augmenté pour atteindre 6 035, comparativement à 5 961 en 2023, soit une **hausse d'environ 1,24 %**.

À noter que les envois à l'international ont été interrompus à partir du 1er avril 2024, à la suite de la conclusion de l'entente avec Québec Maritime.



MERCI !



**ENTRE NATURE
ET DEMÉSURE !**

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