

TOURISME

*Bas-Saint-Laurent*

# Rapport d'activité 2010-2011

# Plan d'action 2011-2012



# SOMMAIRE

Mots du président et du directeur général	2
Conseil d'administration 2010-2011/Organigramme 2011-2012	3
Rapport de la direction générale	4
Administration	4
Développement de l'offre	5
Promotion et marketing	5
Édition	6
Communication	6
Accueil et renseignements touristiques	7
Plan d'action 2011-2012	8
Administration	8
Développement de l'offre	9
Promotion et marketing	9
Édition	10
Accueil et renseignements touristiques	10
Communication	10
Statistiques	11

## PRINCIPAUX PARTENAIRES

Nous tenons à remercier nos principaux collaborateurs et partenaires financiers.

- Ministère du Tourisme
- ATR associées du Québec
- Conférence régionale des élus du Bas-Saint-Laurent
- Développement économique Canada
- Conseil de la culture
- Conseil québécois des ressources humaines en tourisme
- Les MRC, OTC, CLD et SADC du territoire
- Ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale
- Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine
- Ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire
- Ministère des Ressources naturelles et de la Faune
- Ministère des Transports
- Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent
- Le Québec maritime
- Société des établissements de plein air du Québec (SÉPAQ)

## MOT DU PRÉSIDENT



Avec l'assemblée générale se termine ma première année à la présidence de l'ATR du Bas-Saint-Laurent. Ces douze mois m'auront permis de me familiariser avec les principaux dossiers marquant le développement de l'industrie touristique au Bas-Saint-Laurent et au Québec.

Déjà, je suis convaincu que les prochains développements de l'industrie touristique reposeront sur la participation de tous les acteurs impliqués et leur capacité à se projeter au-delà de leurs attentes personnelles pour le mieux-être du positionnement régional. Bien sûr, chacun doit d'abord développer son entreprise, sa localité, sa MRC, mais en gardant en mémoire l'ensemble du Bas-Saint-Laurent. Un exercice difficile qui supportera notre réflexion vers une nouvelle stratégie de développement de l'offre touristique au Bas-Saint-Laurent en 2011. Le succès de cette stratégie nécessitera la mise en commun de nos ressources humaines, matérielles et financières.

C'est d'ailleurs avec beaucoup d'optimisme que j'entrevois l'avenir de notre région en constatant le développement majeur qui s'effectue dans « l'arrière-pays », et qui, par conséquent, deviendra une zone touristique tout aussi importante que celle bordant le fleuve. Je me réjouis de ce développement global de notre territoire qui, pour le futur, ne fera que renforcer notre destination touristique, autant à l'échelle québécoise, canadienne, qu'internationale. Essayons de garder en mémoire que chacune de nos cinq MRC ressortira plus forte si elles sont étroitement liées et qu'elles travaillent en concertation pour le développement du Bas-Saint-Laurent.

En terminant, je dois remercier les membres du conseil d'administration et des différents comités de travail, ainsi que le personnel pour leur implication dans les divers dossiers traités dans la dernière année.

Le président,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'H. Massey'.

Hugues Massey

## MOT DU DIRECTEUR GÉNÉRAL



Depuis la création des Associations touristiques régionales (ATR) en 1978, les réalités de nos organisations ont énormément évolué. L'année 2010-2011 nous a permis d'analyser nos mandats et de nous situer sur l'échiquier du développement régional.

Cette réflexion nous permet de confirmer la pertinence de notre implication dans nos mandats habituels, soit le développement de l'offre, la promotion et l'accueil. Une nouvelle réalité se démarque depuis quelques années, l'importance de la concertation avec les multiples acteurs locaux, régionaux et nationaux. L'ATR joue un rôle de chef d'orchestre et d'expertise dans le développement touristique du Bas-Saint-Laurent. Elle est devenue le maître d'œuvre de la région.

Nos secteurs prioritaires (tourisme maritime, tourisme culturel, tourisme en milieu naturel) sont à maturité, mais nécessiteront dans les prochaines années des efforts d'organisation et de structuration du produit afin de répondre aux exigences des clientèles touristiques. Un défi collectif à relever.

À la suite de cette année fructueuse, nous désirons souligner l'implication constante du personnel, des membres et de nos partenaires dans l'atteinte de nos objectifs régionaux.

Merci à vous tous!

Le directeur général,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pierre Laplante'.

Pierre Laplante

# CONSEIL D'ADMINISTRATION 2010-2011

## Président

Huques Massey  
Auberge du Chemin Faisant

## Secrétaire-trésorier

Charles Labrecque  
Auberge de la Pointe

## Vice-président développement

Jacques Desrosiers  
Tourisme Rimouski

## Vice-présidente marketing

Denise Rioux  
CLD des Basques

## Administrateurs

Chantal Landry  
CLD du Kamouraska

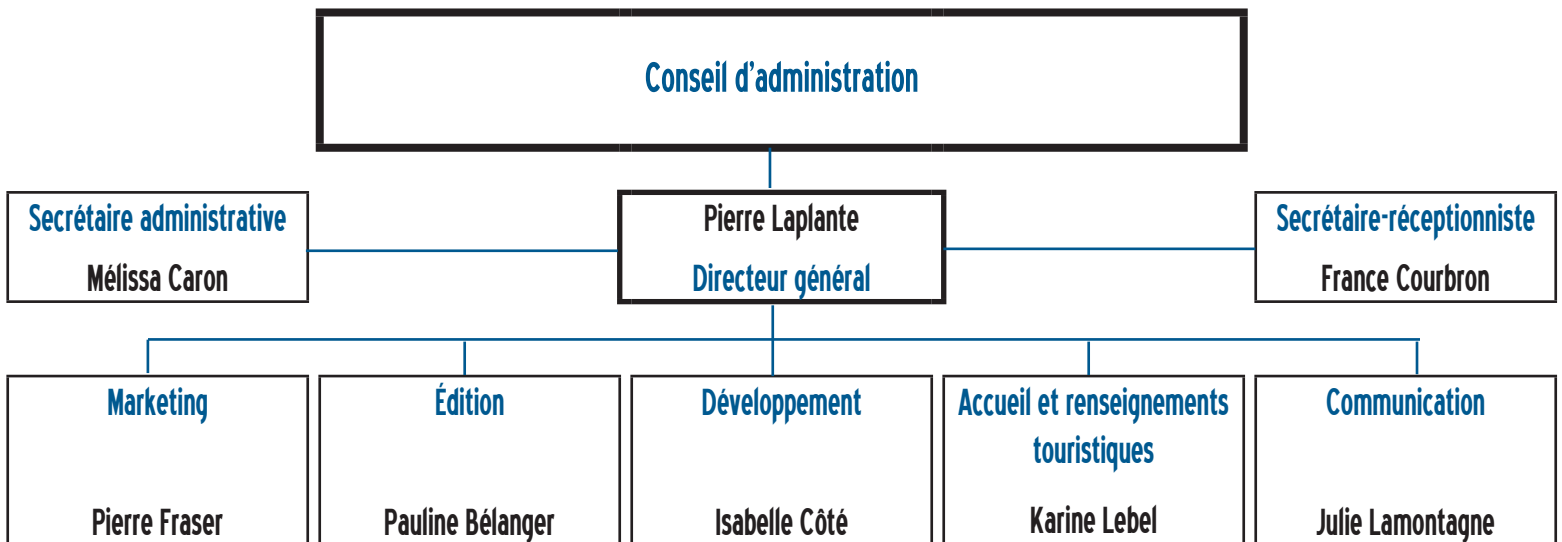
Marc Germain  
Hôtel Rimouski

Pierre Bélanger  
Tourisme Rivière-du-Loup

Claude Bourgoïn  
Président de la Corporation  
du Sentier national au  
Bas-Saint-Laurent

Représentant d'un secteur d'activité (secteur récréotouristique)  
Pierre Lemire, Société d'écologie de la batture du Kamouraska

## ORGANIGRAMME 2011-2012



### FINANCES

#### 1. Questions financières

##### Subvention de base

- Une nouvelle entente de trois années a été conclue avec le ministère du Tourisme.

##### Contrat de la direction générale

- Le contrat de la direction générale a été renouvelé jusqu'en décembre 2013.

##### Convention collective

- Une nouvelle convention collective de cinq ans a été signée avec le syndicat. Elle se terminera le 31 mars 2016.

##### Politique de crédits

- La politique de crédits est appliquée dans sa totalité depuis septembre 2010.

##### Contrôle financier

- Les ATR associées du Québec ont développé des indicateurs (ratios) et un cahier de charges afin de maximiser le processus de reddition de comptes et d'assurer ainsi un meilleur suivi avec ce dernier.
- L'ATR a finalisé l'analyse des données de la taxe spécifique. Les états financiers auront une nouvelle présentation adaptée.

#### 2. Taxe spécifique sur l'hébergement

- La négociation pour le renouvellement de notre protocole d'entente sur la gestion de la taxe avec le ministère du Tourisme a été retardée après la signature de la nouvelle entente avec le ministère du Tourisme.

### DÉVELOPPEMENT

#### 1. Entente de partenariat régional en tourisme

- Une analyse des ATR associées du Québec a permis d'évaluer les problématiques reliées à la gestion et d'établir les objectifs pour la prochaine entente de partenariat régional en tourisme avec le ministère du Tourisme, la Conférence régionale des élus du Bas-Saint-Laurent et les autres partenaires (avril 2012).

#### 2. Développement des ressources humaines

- Nous avons complété notre Plan de valorisation de l'industrie touristique, des métiers et des formations en tourisme au Bas-Saint-Laurent. Une table avec les partenaires a été mise en place et ceux-ci travaillent à réaliser le plan d'action pour 2011-2012.
- La stratégie de développement de valorisation de l'industrie touristique comporte trois plans d'action distincts : Plan régional de développement des ressources humaines, Plan de développement d'une charte de Qualité régionale, Plan de valorisation de l'industrie touristique, des métiers et des formations en tourisme. Elle est réalisée et nous sommes en recherche de financement. Un comité régional de valorisation de l'industrie touristique et de la formation du tourisme a été mis en place et deux rencontres ont eu lieu depuis janvier 2011.

#### 3. Politique de développement durable

- La stratégie de développement durable a été réalisée et adoptée par le conseil d'administration.

#### 4. Amélioration des connaissances

- Le projet de réalisation de deux sondages avec la firme BBR a été suspendu. Nous analysons d'autres formules avec l'ATRAQ et le ministère.
- La promotion du réseau de veille de la Chaire de tourisme Transat de l'UQAM (clientèles, secteurs, produits, etc.) se fait sur une base régulière.
- Le service de réseau d'indicateurs du Québec maritime (clientèles hors Québec) est en analyse.
- Faisant suite aux résultats de nos sondages de l'été 2010, l'analyse de la prise de données sur les saisons touristiques auprès de nos entreprises est en cours.
- Un projet d'indicateurs est en développement par les ATR associées du Québec et le réseau de veille de la Chaire de tourisme.

### CONCERTATION

#### 1. Concertation régionale

- Le président et le directeur général ont participé à plusieurs rencontres des organisations ciblées :
  - Table d'harmonisation du parc national du Bic ;
  - Table d'harmonisation du parc national du Lac-Témiscouata ;
  - Comité de coordination du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent ;
  - Comité accueil, marketing et signalisation du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent ;
  - Conseil d'administration de PARC Bas-Saint-Laurent ;
  - Conseil des partenaires du marché du travail du Bas-Saint-Laurent ;
  - Comité pour la valorisation des formations professionnelles et techniques au Bas-Saint-Laurent ;
  - Conseil d'administration d'ATR associées du Québec ;
  - Table régionale de concertation sur les véhicules hors route ;
  - Table régionale sur les paysages ;
  - Autres comités et tables régionales et nationales sur des sujets de développement de l'industrie touristique.

#### Le Québec maritime

- Le président et le directeur général ont participé aux rencontres régulières du conseil d'administration du Québec maritime et de la table des directeurs.
- L'analyse des liens entre l'ATR du Bas-Saint-Laurent et Le Québec maritime (membership, actions marketing, etc.) est en cours et devrait se conclure en 2011.

#### ATR associées du Québec

- Plusieurs rencontres du conseil d'administration et de la table des directeurs généraux d'ATR associées du Québec se sont tenues. La négociation de la nouvelle entente a demandé un suivi plus important en 2010.
- La production d'un plan d'affaires des régions touristiques est en cours de réalisation par les ATR associées du Québec.
- Une réflexion stratégique sur les mandats des ATR, les relations avec le ministère du Tourisme et les autres partenaires (sectoriels, Développement économique Canada, etc.) est en cours de réalisation par les ATR associées du Québec.
- L'élaboration d'un plan marketing réseau (ATR) est en cours de réalisation par les ATR associées du Québec.

## 1. Plan d'action pour le développement de l'offre touristique au Bas-Saint-Laurent

- Le bilan des actions du plan 2007-2010 est réalisé et sera présenté lors du Rendez-vous touristique au Bas-Saint-Laurent.
- L'analyse et la recherche de financement pour la production du plan 2011-20XX ont été reportées après le Rendez-vous touristique 2011.
- Le Rendez-vous touristique 2011 aura pour thème « Les défis de la prochaine décennie ». Il aura lieu les 3 et 4 mai à l'Auberge de la Pointe de Rivière-du-Loup. En plus de présenter le bilan du Plan stratégique de développement 2004-2010, des ateliers pour définir les actions prioritaires se dérouleront ainsi que quatre conférences.

## 2. Taxe spécifique sur l'hébergement

- Dans le cadre du Fonds de développement, l'enveloppe 2010-2011 ayant entièrement été dépensée lors de la rencontre du 30 mars 2010, les membres du comité d'analyse se sont rencontrés le 23 février 2011 pour la sélection des projets 2011-2012. Lors de cette rencontre, sept projets ont été analysés et retenus.

## 3. Dossiers spécifiques de développement régional

- L'ATR a donné des avis sur certains dossiers spécifiques. Parmi ceux-ci, mentionnons :
  - Tourisme Bas-Saint-Laurent a émis une lettre d'appui au projet de moratoire de l'exploration gazière dans le Golf.
  - Tourisme Bas-Saint-Laurent participe à une réflexion régionale et à la réalisation du Rendez-vous de l'énergie.
  - Tourisme Bas-Saint-Laurent a appuyé une demande de reconnaissance du fleuve Saint-Laurent comme élément du patrimoine naturel du Québec.

## 4. Dossiers d'entreprises

- Tourisme Bas-Saint-Laurent a émis une dizaine d'avis et lettres d'appui sur des projets d'entreprises.
- Nous assumons un suivi régulier dans les projets déposés au Fonds de développement (participation à des rencontres de travail, visites-terrain, suivi avec le ministère du Tourisme et autres partenaires financiers, etc.).

## 5. Développement des ressources humaines

- En 2010, nous avons diffusé les ateliers de perfectionnement en approche client du Conseil québécois de ressources humaines en tourisme (CQRHT). Nous avons offert la formation « Client plus, le défi quotidien en approche client » à Rimouski (13 personnes) et à Rivière-du-Loup (17 personnes). Le calendrier des formations 2011 est diffusé régulièrement dans Le Potineur, en plus d'être sur notre site Web et sur celui du CQRHT.

## 1. Plan d'action marketing 2010-2011

- Le plan de promotion/an 2, mettant de l'avant l'image de marque Réserve mondiale de bon temps, a été réalisé tel que déposé au comité marketing et aux membres. Les principaux éléments étaient : affichage routier et dans les trains de banlieue, publicités télévisées (30 secondes et 15 secondes concours), présence Web accrue, publicités dans les journaux Voir et magazines féminins influents... La campagne générique était également assortie de campagnes thématiques et spécifiques pour le produit vélo, le tourisme patrimonial et l'agrotourisme (encartage de la brochure Saveurs et gourmandises - journal Voir de Québec et campagne Web sur Voir.ca). En tout, près de 500 000 \$ ont été investis.
- La campagne motoneige 2011 a également été déposée au comité marketing. Les principales actions ont été : placements publicitaires de deux pages chacun dans les magazines Motoneige Québec et Sports Motorisés, une campagne radio jumelée de tirages de forfaits, le développement d'une section motoneige dans notre site Internet, une participation à la campagne motoneige du Québec maritime et le tournage d'images vidéo hiver 2011. Un investissement de plus de 60 000 \$.

## 2. Mise en marché hors Québec

### Le Québec maritime

- Nous avons participé sur une base régulière au développement des stratégies et au plan d'action du Québec maritime. Voir le document *Commercialisation hors Québec, actions réalisées 2010-2011* du Québec maritime.

### Projets Tourisme Bas-Saint-Laurent et autres ATR

- Aucune promotion spécifique concertée avec les autres ATR du Québec n'a été réalisée en 2010.

## 3. Salons promotionnels

- Nous avons supporté nos entreprises dans leur participation aux salons suivants :
  - Pour les événements Festival Plein air et voyage, des représentants de la SEBKA, de la Route bleue, du Sentier national et Les Aventuriers de la Chasse Galerie étaient présents à Montréal (deux kiosques). Pour l'édition de Québec (un kiosque), la SEBKA et la Route bleue étaient présentes. Un premier salon a eu lieu à Montréal les 14, 15 et 16 mai 2010, attirant environ 32 000 personnes, un second s'est tenu à Québec les 28, 29 et 30 mai 2010 et celui-ci a été visité par environ 11 000 personnes.
  - Le Salon des sports récréatifs motorisés de Québec s'est tenu du 15 au 17 octobre 2010 au Centre de foires. Nous avons offert soutien et aide technique aux cinq entreprises et organismes de la région qui y ont participé. Plus de 21 000 personnes ont foulé le sol de ce salon.
  - Le Salon Info-Vélo de Québec s'est tenu les 11, 12 et 13 mars 2011 à l'Espace Dalhousie, en collaboration avec des représentants de la piste cyclable Petit Témis. Le CLD du Kamouraska et l'OTC de Rimouski étaient aussi présents à cet événement qui a accueilli plus de 12 000 personnes.
- Une nouvelle stratégie quant au retour et à la présence de l'ATR à certains salons spécialisés a été étudiée. Une présence de la région aux éditions 2011 des Festival plein air et voyage de Québec et de Montréal est confirmée.

## 4. Taxe spécifique sur l'hébergement

- Deux rencontres se sont tenues le 28 octobre 2010 et le 20 janvier 2011 pour évaluer les actions marketing 2011-2012, afin de déposer le plan marketing et le budget annuel de promotion aux membres du comité.

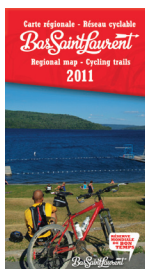
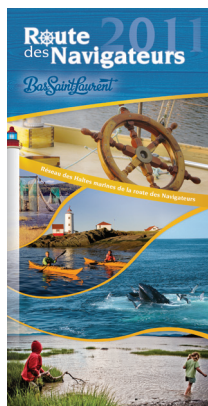
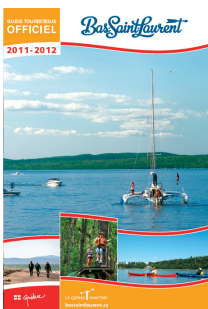
## 1. La collection d'outils 2011/2012

En 2010, Tourisme Bas-Saint-Laurent a édité une série de documents promotionnels destinés aux clientèles touristiques, elle se détaille comme suit :

- La carte motoneige 2011 est parue à la fin du mois d'août 2010. Le nombre total d'exemplaires bilingues est de 30 000. Elle a été distribuée dans la revue Motoneige Québec - hors Québec, par l'envoi général annuel fait en collaboration avec des entreprises partenaires, par la poste et dans d'autres lieux habituels de distribution.
- La carte régionale - réseau cyclable 2011 est parue à la fin février 2011. Le nombre total d'exemplaires bilingues est de 35 000. Une partie des exemplaires (17 000) sera distribuée dans la revue Vélomag de juin. Le reste de la quantité sera distribué principalement par la poste et en région dans les lieux d'accueil.
- La carte Petit Témis est parue à la fin février 2011. Le nombre total d'exemplaires bilingues est de 15 000. Cette quantité servira pour les deux ou trois prochaines années. Une collaboration avec le sentier Petit Témis prévoit l'achat d'une quantité de cartes au prix coûtant, soit à l'un ou l'autre ou aux deux organismes qui s'occupent de la gestion du sentier.
- Le guide touristique officiel, édition 2011-2012, est paru le 22 mars 2011. Le nombre total d'exemplaires est de 133 000 dont 28 000 en anglais. Le plan de distribution demeure sensiblement le même. La vente d'espaces publicitaires a augmenté, donc nous avons ajouté huit pages.
- La brochure de la route des Navigateurs, produite en collaboration avec le Réseau d'observation des mammifères marins, est parue au début avril 2011. Le nombre total d'exemplaires bilingues est de 12 000. La distribution se fait par la poste et dans le réseau d'accueil.
- La brochure Événements et théâtres d'été 2011 et la brochure Saveurs et gourmandises 2011 seront disponibles plus tard, soit vers la fin mai 2011.

## 2. Documents administratifs

- L'édition 2011 du Guide des services aux membres a été réalisée en version papier et en version Web, laquelle est disponible dans la section des membres de notre site.
- Pour faire suite à la mise sur pied du comité interne de la Stratégie de développement durable, un premier plan d'action sera exécuté à l'automne 2011.



- Le plan d'action annuel des priorités de communication a été réalisé.
- Durant l'année 2010-2011, dix journalistes ont demandé des tournées de presse sur mesure, d'environ deux à six jours. Anne Pélouas est venue trois fois, ce qui a donné lieu à cinq fois deux feuillets dans le Voir. Ken Aiken, qui écrit pour des revues spécialisées en moto, a séjourné deux jours en juillet. Danielle Goyette a passé trois jours à Rimouski en novembre. Stéphanie Morin de La Presse a visité l'Onondaga en mai. Pierre-Jean Séguin de TVA Gatineau a également passé du temps dans notre région. Mariève Paradis a séjourné 14 jours afin de faire une mise à jour du guide Ulysse. Nathalie Richard, du magazine Destinations Via Rail, est venue également. Sylvie Ruel du Soleil a passé deux jours afin de visiter nos îles et Dany Coulombe de Géo Plein Air était dans la région. Christian Lemelin de SVD Mag a fait une tournée de vélo avec le club Randoloup lors de son passage.
- Pour faire suite à ces tournées, le Bas-Saint-Laurent a été présent à la télévision : Le Show du Matin « V », Suivons le fleuve, canal Evasion, Thalassa, TV5 ; à la radio : Chris Robinson Travel Show (CJAD Montréal) ; dans les journaux : Journal de Montréal, La Presse, Le Devoir, Le Soleil, Voir ; dans certaines revues : Espaces, Géo Plein Air, Camping Caravaning, Sports Motorisés, Saveurs (Floride), TV Hebdo ; ainsi que dans le Web : SDV Mag (vélo), Familles d'aujourd'hui, Sports Motorisés.
- Nous avons accompagné Le Québec maritime et nos partenaires lors de tournées de presse et de familiarisation.
- Nous avons participé aux Bourses des médias d'ATR associées du Québec été et hiver. Plus de 30 journalistes ont été rencontrés à ces occasions.
- Deux conférences de presse ont été organisées pour le lancement de la saison. À cette occasion, nous avons également lancé les activités de la route des Navigateurs conjointement avec le ROMM. Celles-ci ont eu lieu le 7 juin à Rivière-du-Loup, ainsi qu'à Rimouski. Une dizaine de médias régionaux y ont assisté. Les communiqués annonçant le lancement de la saison (été comme hiver) avec la liste des nouveautés ont été expédiés aux journalistes touristiques du Québec.
- Neuf communiqués de presse ont été acheminés aux médias pour les informer à propos des saisons estivale et hivernale, des Grands Prix du tourisme et des JAAT. Plusieurs entrevues ont suivi ces communiqués.

### Site Internet

- Une procédure de mise à jour de l'information a été mise sur pied.
- La section des membres a été bonifiée afin de répondre aux besoins.

#### Site Internet bassaintlaurent.ca

	Visiteurs	Visites	Pages
2009	115 832	143 314	884 203 (6.17 pages/visite)
2010	161 782	134 515	896 860 (5.54 pages/visite)

### Grands Prix du tourisme québécois

- Un comité régional a participé à l'évaluation de la formule des Grands Prix régionaux. Un comité national s'est penché sur une refonte des GPTQ et une nouvelle formule pour 2011-2012.
- Les GPTQ ont été suspendus tant au niveau régional que national.

### Le Potineur

- Le Potineur a été publié en mai, septembre, décembre 2010 et mars 2011. L'envoi par courriel nous a révélé que 48 % des membres en ont pris connaissance. Une cinquantaine d'exemplaires ont été acheminés par la poste à ceux ne possédant pas de courriel.
- Des chroniques pour promouvoir le tourisme durable et la valorisation des ressources humaines auprès de nos membres et partenaires sont désormais incluses dans le bulletin.

## 1. Réseau d'accueil et de renseignements touristiques

- Les 20, 21 et 22 octobre 2010 ont eu lieu les Journées annuelles de l'accueil touristique (JAAT) à Rimouski sous le thème de « l'Évolution ».
- Les membres du comité régional des lieux d'accueil se sont rencontrés le 16 novembre 2010 afin de discuter des fusions municipales (Le Bic/Rimouski et Cabano/Notre-Dame-du-Lac), du plan d'action de la politique d'accueil du comité national et de l'élaboration d'une stratégie régionale.
- Une rencontre s'est tenue le 28 janvier dernier avec les principaux acteurs touristiques de la MRC du Témiscouata afin de discuter du réseau d'accueil témiscouatain. Un sous-comité a été formé afin de mettre en pratique des solutions réalistes pour la prochaine saison.
- La rencontre annuelle des gestionnaires s'est tenue le 27 mai 2010 et dix gestionnaires sur treize étaient présents. La politique régionale des lieux d'accueil, la prise des statistiques, la distribution des documents d'information et la formation ont été les principaux sujets de cette rencontre.
- Deux journées de formation ont été offertes aux préposés à l'information, soit le samedi 11 juin et le jeudi 17 juin 2010 à l'Auberge Saint-Patrice de Rivière-du-Loup. Trente-deux agents d'information ont assisté à cette formation de sept heures.
- Douze de ces agents d'information ont suivi la formation « Client plus, le défi quotidien en approche client » donnée par le CQRHT en juin dernier afin de les munir d'outils pour offrir un service par excellence aux visiteurs.

- La cueillette des dépliants promotionnels des membres pour la distribution s'est déroulée du 17 au 21 mai 2010. Cent trente-quatre entreprises ont distribué leurs dépliants dans les lieux d'accueil de la région.
- Dans les 11 lieux d'accueil du Bas-Saint-Laurent, 16 636 guides touristiques en français et 2 689 guides touristiques en anglais ont été distribués.
- Un total de 157 cartes motoneige a été acheminé par la poste.

## 3. Présentoirs et signalisation

- Tourisme Bas-Saint-Laurent reçoit les demandes d'information à propos de la signalisation touristique et les fait suivre aux ATR associées du Québec depuis avril 2008.
- Tourisme Québec a mis sur pied une grille de sélection avec quatre critères que nous utilisons déjà. Nous avons décidé d'adhérer à cette grille et de laisser le ministère appliquer la sélection des entreprises.
- Nous avons effectué 63 locations d'espaces dans les centres Infotouriste® de la province, dont 32 au centre de Dégelis, 16 au centre de Québec et 11 au centre de Montréal pour la saison estivale 2010.
- Dix événements ont bénéficié d'un espace gratuit dans les centres Infotouriste® de leur choix, soit un mois avant et pendant leurs festivités.
- Les centres Infotouriste® de Rigaud et Rivière-Beaudette ont vécu leur première saison hivernale et ont donné la chance aux entreprises de distribuer gratuitement leurs dépliants. Cinq entreprises se sont prévaluées de cette opportunité.

## 4. Routes touristiques

- Nous suivons et soutenons les travaux de développement des routes touristiques (route des Navigateurs et route des Frontières).
- La route des Navigateurs a remporté un prix Azimut bronze lors des JAAT 2010, ce qui démontre son innovation et son leadership auprès de l'accueil des clientèles par l'offre d'un nouveau service.
- Le plan de mise en valeur de la route des Navigateurs a été mis en place dès juin 2010. Ce sont 23 entreprises qui ont été rattachées à la thématique maritime selon leur principale vocation. Dix-huit identifications à la thématique (les voiles) ont été installées et une brochure unique à la route a été produite et distribuée en 12 000 exemplaires. Le réseau des Haltes marines s'est intégré à la route des Navigateurs.
- Les capsules de baladodiffusion sont en cours de réalisation et seront en ligne dès la saison 2011. Deux codes QR seront rattachés aux capsules « Légendes » et « Historique ».
- La route des Frontières s'est mérité des prix lors du gala du Patrimoine du Témiscouata 2010, catégorie « Interprétation » et lors du gala Entreprise du Témiscouata 2010, catégorie « Tourisme Durable ».

## ACTES D'INFORMATION DANS LES LIEUX D'ACCUEIL

	2008	2009	2010
<b>Total</b>	37 627 pour 2,3 personnes/ demande	43 385 pour 2,32 personnes/ demande	43 695 pour 2,3 personnes/ demande

## 2. Information touristique

- Pour l'année 2010, 7 386 envois ont été effectués. Les demandes nous sont parvenues majoritairement via notre site Web. Voir détails dans le tableau.
- De plus, 9 384 inscriptions ont été comptabilisées pour le concours « Gagnez une semaine de bon temps sur la route des Navigateurs ». On remarque que les sites Web, les bandeaux et autres publicités Internet sont efficaces. Le canal spécialisé Évasion est toujours aussi populaire et les outils de l'ATR sont de bons diffuseurs.

## ENVOIS POSTAUX/INSCRIPTIONS AU CONCOURS

Inscriptions/envois postaux	Année 2010 (2009)
Total inscriptions concours été	9 384 (9 665)
Inscriptions sans envoi postal	4 750 (3 853)
Inscriptions avec envoi postal	4 634 (5 812)
Autres demandes avec envoi postal	2 752 (5 807)
Total des envois postaux	7 386 (11 619)



Le fonctionnement de Tourisme Bas-Saint-Laurent repose sur la recherche d'un financement stable, un service aux membres de première qualité, l'excellence de nos ressources humaines et une meilleure connaissance de nos clientèles.

Tourisme Bas-Saint-Laurent est reconnu par le ministère du Tourisme et par la Conférence régionale des élus comme le leader de l'accueil, du développement et de la promotion touristique au Bas-Saint-Laurent.

### 1. Questions financières

- ◆ Gérer la mise en place de la nouvelle entente avec le ministère du Tourisme (2011-2014).
- ◆ Négocier une nouvelle entente sur le tourisme culturel avec la Conférence régionale des élus du Bas-Saint-Laurent.
- ◆ Compléter le financement de la stratégie de valorisation de l'industrie touristique avec la Conférence régionale des élus du Bas-Saint-Laurent et Emploi-Québec.
- ◆ Négocier une entente de soutien à la démarche Qualité avec Développement économique Canada.
- ◆ Négocier la prochaine entente de partenariat régional en tourisme avec le ministère du Tourisme, la Conférence régionale des élus du Bas-Saint-Laurent et les autres partenaires (à compter du 1<sup>er</sup> avril 2012).

### 2. Taxe spécifique sur l'hébergement

- ◆ Finaliser la négociation de notre protocole d'entente sur la gestion de la taxe avec le ministère du Tourisme.

### 3. Développement de l'offre touristique au Bas-Saint-Laurent

- ◆ Compléter la recherche de financement pour la production du plan 2011-20XX.

Les membres sont au centre du fonctionnement de Tourisme Bas-Saint-Laurent et nous souhaitons poursuivre notre effort d'amélioration des services offerts.

### 1. Service aux membres

- ◆ Transmettre de l'information par la section des membres de notre site Internet et par le biais du bulletin Le Potineur.
- ◆ Véhiculer le Guide des services auprès des membres.

### 2. Amélioration des connaissances

- ◆ Réaliser des sondages clientèles.
- ◆ Promouvoir le réseau de veille de la Chaire de tourisme Transat de l'UQAM (clientèles, secteurs, produits, etc.).
- ◆ Supporter le réseau d'indicateurs du Québec maritime (clientèles hors Québec).
- ◆ Compléter notre analyse de prise de données sur les saisons touristiques auprès de nos entreprises.
- ◆ Collaborer avec les ATR associées du Québec et la Chaire de tourisme à doter l'industrie d'indicateurs de performance.
- ◆ Réaliser un portrait régional de l'apport économique de l'industrie touristique au Bas-Saint-Laurent.
- ◆ Produire un diagnostic régional des besoins en formation et main-d'œuvre incluant une enquête des entreprises au Bas-Saint-Laurent.
- ◆ Diffuser les résultats de l'enquête postséjour 2011 du Québec maritime sur les clientèles hors Québec.

### 1. Concertation

Nous siégeons à plusieurs instances régionales :

- ◆ Table d'harmonisation du parc national du Bic;
- ◆ Table d'harmonisation du parc national du Lac-Témiscouata;
- ◆ Comité de coordination du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent;
- ◆ Comité accueil, marketing et signalisation du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent;
- ◆ Conseil d'administration de PARC Bas-Saint-Laurent;
- ◆ Conseil des partenaires du marché du travail du Bas-Saint-Laurent;
- ◆ Comité pour la valorisation des formations professionnelles et techniques au Bas-Saint-Laurent;
- ◆ Table régionale de concertation sur les véhicules hors route;
- ◆ Table régionale sur les paysages;
- ◆ Autres comités et tables régionales et nationales sur des sujets de développement de l'industrie touristique.

### ATR associées du Québec

- ◆ Assister au conseil d'administration et à la table des directeurs généraux d'ATR associées du Québec.
- ◆ Diffuser la stratégie d'un plan d'affaires des régions touristiques.
- ◆ Prendre part à la réalisation d'un plan marketing réseau des ATR du Québec.

### Le Québec maritime

- ◆ Assister au conseil d'administration et à la table des directeurs généraux du Québec maritime.
- ◆ Compléter l'analyse des liens entre l'ATR du Bas-Saint-Laurent et Le Québec maritime (membership, actions marketing, etc.).
- ◆ Organiser une rencontre régionale sur les stratégies du Québec maritime et la place du Bas-Saint-Laurent dans ce regroupement.

### 2. Dossiers spécifiques de développement régional

- ◆ Donner des avis sur certains dossiers spécifiques. Pour l'année 2011-2012, la priorité portera entre autres sur les dossiers suivants : l'éolien, les autoroutes 20 et 85 et l'exploitation du gaz dans l'Estuaire.

### 3. Hébergement

- ◆ Réaliser une stratégie visant à contrer l'hébergement clandestin au Bas-Saint-Laurent.

Dans le cadre de ses activités régulières et du Fonds de développement de l'offre touristique au Bas-Saint-Laurent, Tourisme Bas-Saint-Laurent appuie le développement des entreprises membres.

### 1. Plan d'action pour le développement de l'offre touristique au Bas-Saint-Laurent

- ✦ Réaliser une nouvelle stratégie de développement au Bas-Saint-Laurent.
- ✦ Préparer l'organisation d'une rencontre sur le développement de l'offre touristique au Bas-Saint-Laurent pour présenter la nouvelle stratégie aux membres et partenaires de Tourisme Bas-Saint-Laurent.

### 2. Dossiers d'entreprises

- ✦ Participer à l'implantation et au développement de projets touristiques structurants.
- ✦ Émettre des avis et des lettres d'appui sur les projets touristiques supportant notre stratégie de développement.
- ✦ Suivre et supporter les dossiers prioritaires du plan de développement de l'offre touristique au Bas-Saint-Laurent.

### 3. Gestion du Fonds de développement

- ✦ Dans le cadre de la taxe spécifique sur l'hébergement, tenir un minimum de deux rencontres du comité de gestion du Fonds de développement afin d'analyser les dossiers déposés dans le cadre du Fonds de développement de l'offre touristique au Bas-Saint-Laurent.

Les impacts des différentes problématiques du secteur de l'emploi et de l'importance d'une bonne gestion des ressources humaines sur le développement de notre industrie sont prioritaires pour Tourisme Bas-Saint-Laurent.

### 1. Développement des ressources humaines

- ✦ Réaliser la stratégie de développement et de valorisation des ressources humaines comportant trois plans d'action distincts :
- ✦ Plan régional de développement des ressources humaines;
- ✦ Plan de développement d'une charte de Qualité régionale;
- ✦ Plan de valorisation de l'industrie touristique, des métiers et des formations en tourisme.
- ✦ Diffuser les ateliers de perfectionnement en approche client du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme.

L'application du plan stratégique de marketing 2009-2012 et l'accomplissement des actions du plan 2011-2012 se fait en collaboration avec le comité de gestion de la taxe spécifique sur l'hébergement.

### 1. Taxe spécifique sur l'hébergement

- ✦ Tenir un minimum de deux rencontres du comité de gestion de la taxe afin de planifier et analyser les stratégies et les actions régionales de marketing.

### 2. Plan d'action marketing 2011-2012

- ✦ Campagne été-automne 2011-2012 : poursuivre notre campagne nationale sous le thème Réserve mondiale de bon temps;
- ✦ Campagne hiver (motoneige et multiactivité);
- ✦ Campagnes thématiques sur nos produits prioritaires (vélo, plein air, patrimoine et culture).

### 3. Mise en marché hors Québec

#### Le Québec maritime

- ✦ Supporter le positionnement de la région auprès des clientèles de groupes et individuelles sur les marchés hors Québec dans le regroupement Le Québec maritime.

#### Projets Tourisme Bas-Saint-Laurent et autres ATR

- ✦ Analyser les offres de promotion concertée avec les autres ATR du Québec.
- ✦ Étudier le projet de la mototourisme avec la Gaspésie.
- ✦ Évaluer le projet des îles du Bas-Saint-Laurent avec les ATR de l'Est du Québec.
- ✦ Prolonger la route des Navigateurs avec l'ATR de Chaudière-Appalaches et du Centre-du-Québec.

### 4. Salons promotionnels

#### Supporter nos entreprises dans leur participation aux salons suivants :

- ✦ Salon Info-Vélo de Montréal et Québec;
- ✦ Salon Festival Plein air et voyage (Montréal et Québec);
- ✦ Salon des Sports récréatifs motorisés (motoneige et quad).

Tourisme Bas-Saint-Laurent édite une série de documents destinés aux clientèles touristiques en lien avec les campagnes promotionnelles.

### 1. Collection 2012-2013 des outils promotionnels

- ✦ Pour la prochaine collection, nous prévoyons produire les outils suivants : guide touristique officiel, carte régionale réseau cyclable, carte régionale sentiers de motoneige, brochures thématiques, etc.

Tourisme Bas-Saint-Laurent édite divers documents destinés à ses membres.

### 2. Autre document

- ✦ Mettre à jour le Guide des services aux membres.

Tourisme Bas-Saint-Laurent se préoccupe de l'environnement.

### 3. Politique de gestion durable

- ✦ Réaliser le plan d'action de la nouvelle stratégie de Tourisme Bas-Saint-Laurent (adoptée par le conseil d'administration le 17 mai 2011).

Le réseau d'accueil et de renseignements touristiques est constamment évalué afin de répondre aux attentes des visiteurs avant, durant et après leur séjour.

### 1. Politique d'accueil et de renseignements touristiques

- ✦ Réviser la politique et le plan de localisation régional en accord avec la politique nationale et nos objectifs.
- ✦ Concerter et appuyer les gestionnaires des lieux d'accueil afin d'améliorer les services offerts.
- ✦ Organiser des formations spécifiques pour les préposés des lieux d'accueil touristique.

### 2. Information touristique

- ✦ Administrer les demandes d'information (Internet, courrier, téléphone).
- ✦ Coordonner la distribution des outils promotionnels dans les lieux d'accueil touristique.

### 3. Présentoirs et signalisation

- ✦ Répondre aux demandes d'information sur le programme de signalisation touristique.
- ✦ Gérer et promouvoir la location d'espaces dans les présentoirs du ministère du Tourisme auprès des entreprises du Bas-Saint-Laurent.

### 4. Routes touristiques

- ✦ Soutenir le développement des routes touristiques (route des Navigateurs et route des Frontières).
- ✦ Compléter le plan de valorisation de la route des Navigateurs.
- ✦ Analyser le potentiel d'une nouvelle route touristique dans l'axe 230-232-234.

Les communications et les relations de presse permettent de rejoindre nos partenaires et les clientèles touristiques de façon efficace et peu coûteuse.

### 1. Relations de presse

- ✦ Mettre sur pied des tournées de familiarisation selon les opportunités et les demandes.
- ✦ Développer de bonnes relations avec les membres de la presse et différents médias et planifier des tournées de journalistes selon les besoins.
- ✦ Accompagner Le Québec maritime et nos partenaires lors de tournées de presse et de familiarisation.
- ✦ Participer aux Bourses des médias (été et hiver) organisées par ATR associées du Québec.
- ✦ Préparer des conférences et points de presse lors des lancements et bilans des saisons estivale et hivernale et assurer le suivi auprès des médias.
- ✦ Produire des communiqués de presse et transmettre l'information pertinente aux médias.

Tourisme Bas-Saint-Laurent est fier de souligner l'excellence de ses membres.

### 1. Grands Prix du tourisme québécois

- ✦ Relancer les Grands Prix suite à une année de suspension.
- ✦ Gérer et promouvoir le concours des Grands Prix du tourisme.
- ✦ Organiser le gala régional des Grands Prix du tourisme.
- ✦ Supporter la réalisation du gala national.

Tourisme Bas-Saint-Laurent informe ses membres et ses visiteurs.

### 1. Site Internet

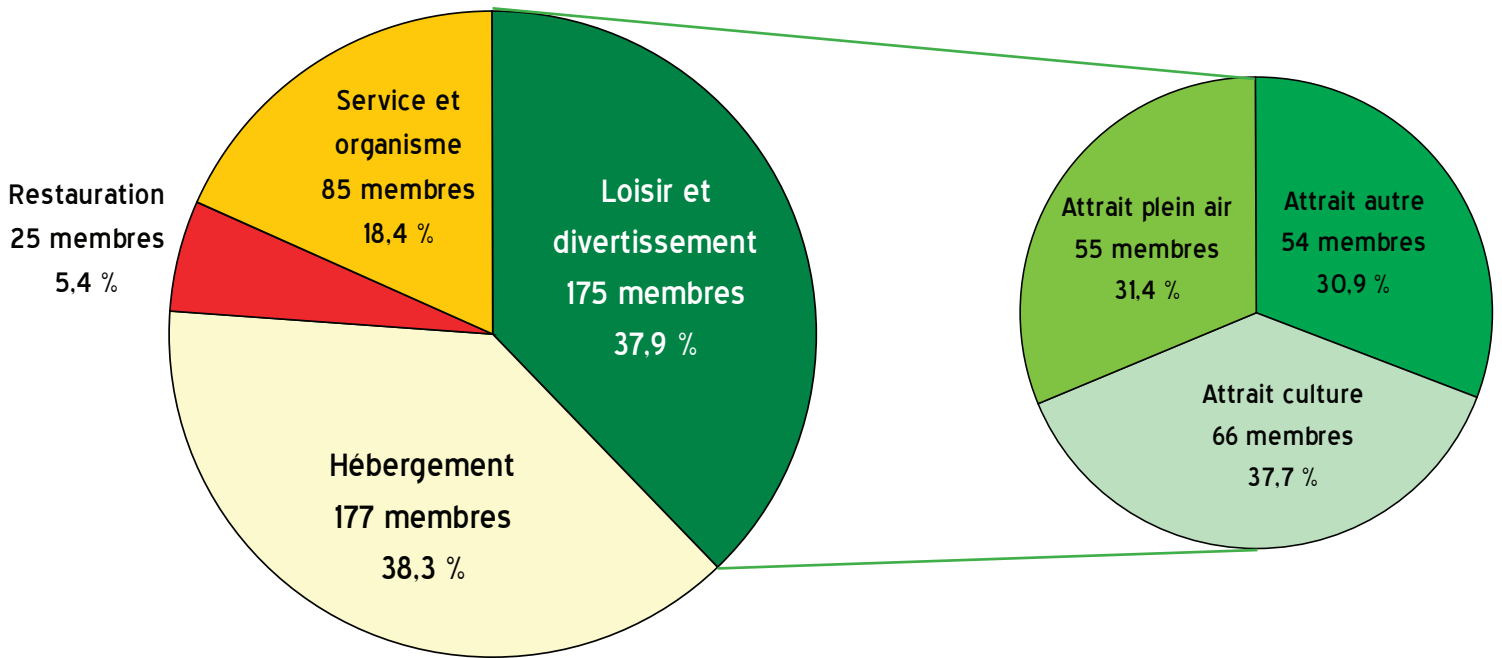
- ✦ Mettre à jour et bonifier le site Internet.
- ✦ Mettre à jour et bonifier la section des membres.

### 2. Communication aux membres

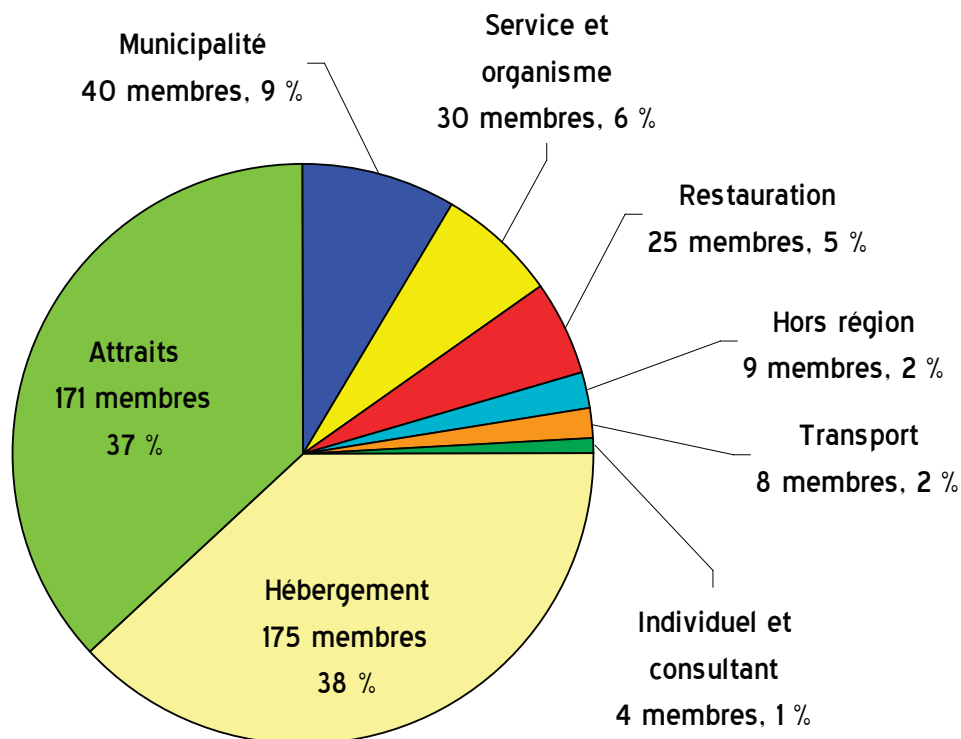
- ✦ Diffuser le bulletin Le Potineur au moins quatre fois durant l'année.

# STATISTIQUES

## RÉPARTITION DES 462 MEMBRES SELON LES SECTEURS DE L'INDUSTRIE

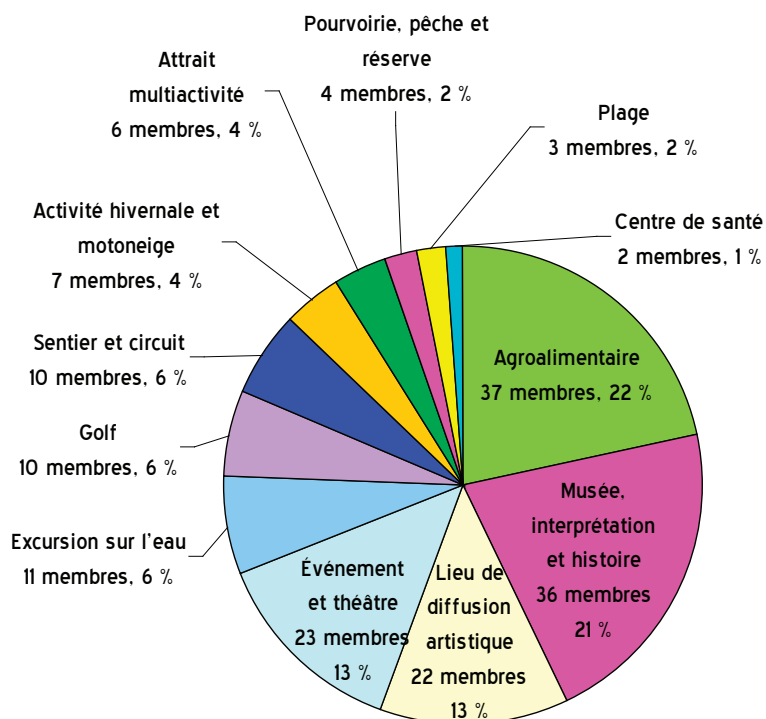


## RÉPARTITION SELON NOS SECTEURS MAJEURS

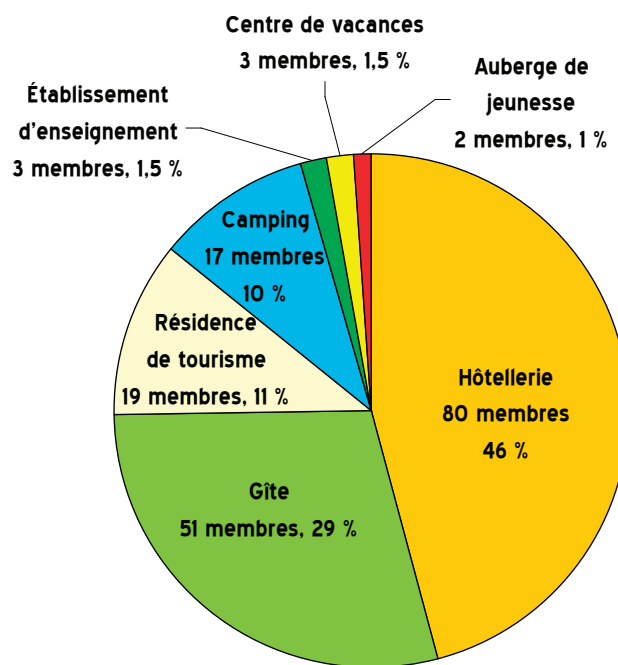


# NOS SECTEURS MAJEURS EN DÉTAIL

## RÉPARTITION DES 171 ATTRAITS



## RÉPARTITION DES 175 ÉTABLISSEMENTS CLASSIFIÉS

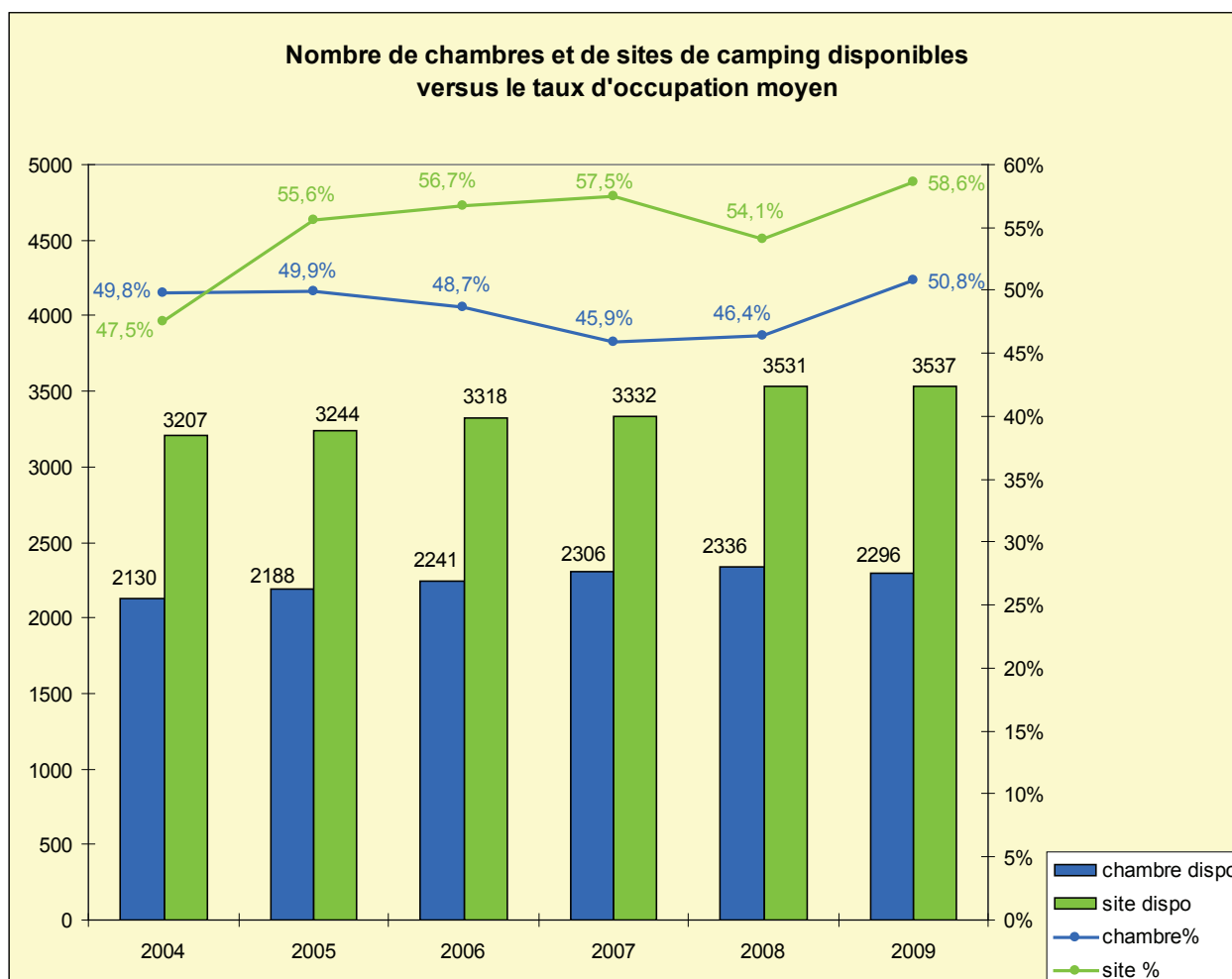


## LES INSCRIPTIONS SUPPLÉMENTAIRES

119 inscriptions supplémentaires

Catégories	Inscriptions	Catégories	Inscriptions	Catégories	Inscriptions	Catégories	Inscriptions
Restauration	32	Centre de santé	7	Hôtellerie	3	Agroalimentaire	1
Camping	16	Attrait multiactivité	6	Lieu de diffusion artistique	3	Gîte	1
Histoire et interprétation	14	Sentier et circuit	5	Plage	2		
Événement et théâtre	10	Résidence de tourisme	4	Activité hivernale et motoneige	2		
Salle de réunion	8	Autre hébergement	4	Centre de vacances	1		

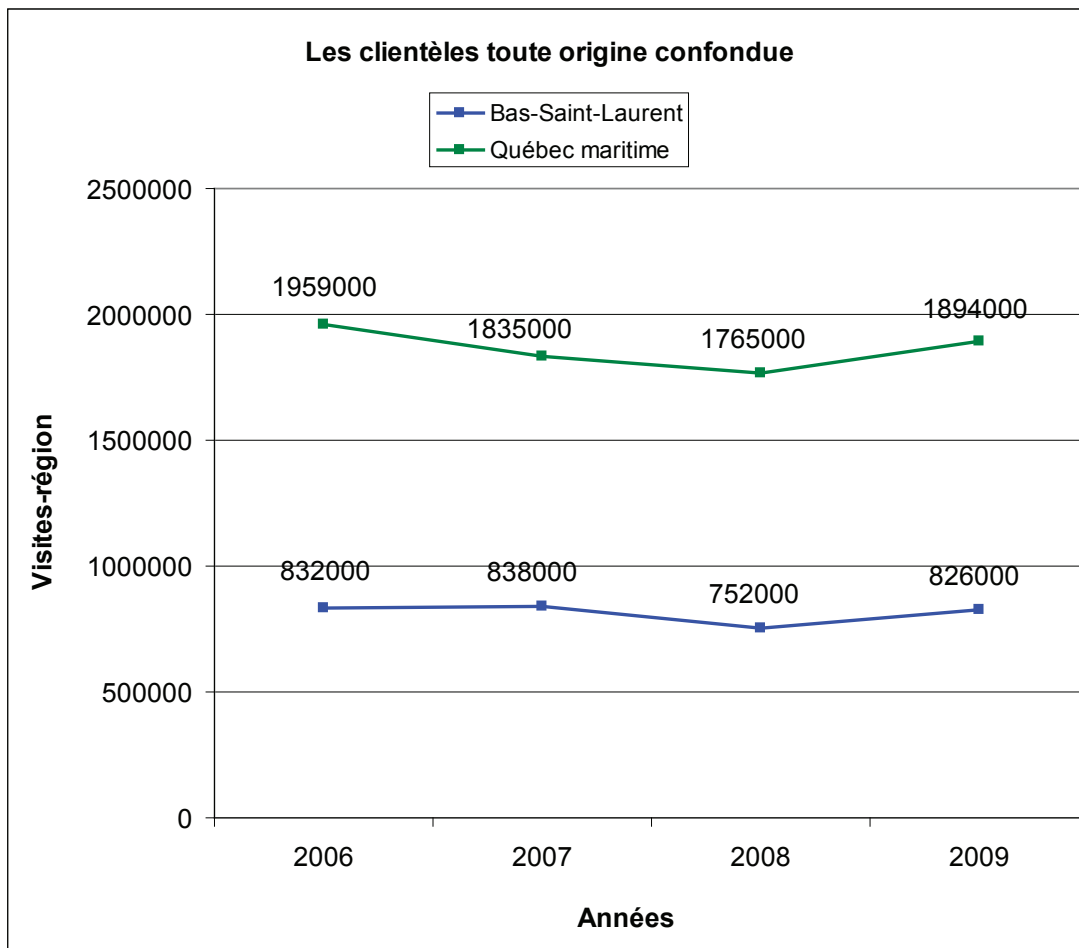
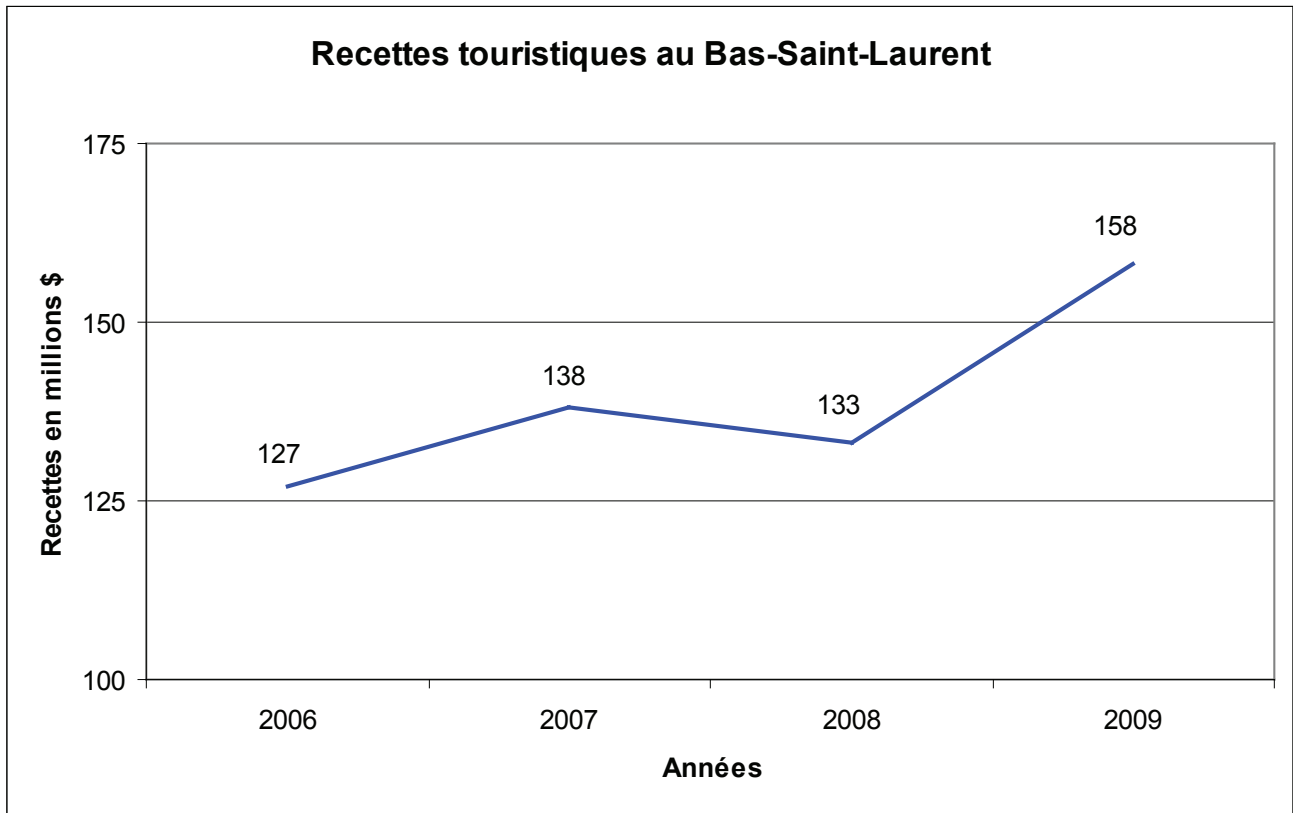
# INDUSTRIE TOURISTIQUE



## LA CLASSIFICATION DES HÉBERGEMENTS

	2004						2007						2010					
	Total : 268 établissements						Total : 290 établissements						Total : 285 établissements					
Établissement hôtelier, résidence tourisme, établissement d'enseignement, centre de vacances, auberge de jeunesse	185 établissements						207 établissements						209 établissements					
	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★
	5	43	87	42	8	0	0	31	93	70	12	0	0	22	85	84	18	0
Gîtes	83 établissements						83 établissements						76 établissements					
	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★
	0	0	11	55	17	0	0	0	7	48	26	1	0	0	7	41	27	1

# INDUSTRIE TOURISTIQUE



**Le rapport annuel de Tourisme Bas-Saint-Laurent est imprimé sur un papier Cascades fabriqué au Québec à partir d'énergie biogaz et certifié Éco-Logo : Enviro100 (100 % de fibres recyclées postconsommation).**

## **RÉALISATION DU RAPPORT 2010-2011**

**L'équipe de Tourisme Bas-Saint-Laurent  
148, rue Fraser  
Rivière-du-Loup (Québec) G5R 1C8  
Téléphone : 418 867-1272 ou 1 800 563-5268  
Télécopieur : 418 867-3245  
info@bassaintlaurent.ca  
bassaintlaurent.ca**