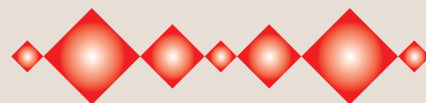
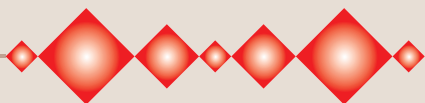
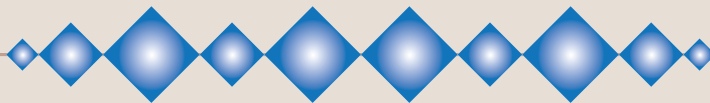
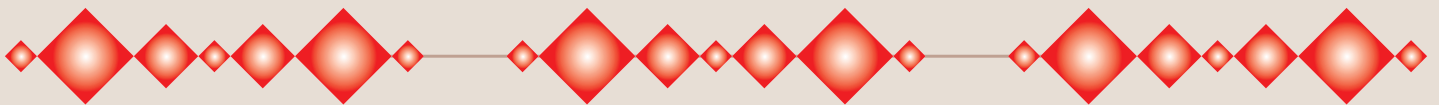


TOURISME

Bas-Saint-Laurent

*Rapport d'activité
2011-2012*

*Plan d'action
2012-2013*



Sommaire

Mot du président	2
Conseil d'administration 2011-2012/Organigramme 2012-2013	3
Mot du directeur général	4
Rapport de la direction générale	5
Administration	5
Développement de l'offre	7
Promotion et marketing	8
Édition	9
Communication	9
Accueil et renseignements touristiques	10
Plan d'action 2012-2013	11
Administration	11
Développement de l'offre	12
Promotion et marketing	12
Édition	13
Accueil et renseignements touristiques	14
Communication	14
Statistiques	15

Principaux partenaires

Nous tenons à remercier nos principaux collaborateurs et partenaires financiers.

Ministère du Tourisme
Conférence régionale des élus du Bas-Saint-Laurent
Ministère de l'Emploi et de la Solidarité sociale

Association touristique de Chaudière-Appalaches
Association touristique de la Gaspésie
Association touristique du Centre-du-Québec
ATR associées du Québec
Cégep de Matane
Cégep de Rivière-du-Loup
Commission scolaire de Kamouraska - Rivière-du-Loup
Commission scolaire du Fleuve-et-des-Lacs
Conseil de la culture
Conseil québécois des ressources humaines en tourisme
Développement économique Canada
Le Québec maritime
Les MRC, OTC, CLD et SADC du territoire
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
Société des établissements de plein air du Québec (SÉPAQ)

Mot du président



Ma deuxième année à la présidence de l'ATR du Bas-Saint-Laurent aura été l'occasion de m'impliquer dans les principaux dossiers régionaux et nationaux.

Le développement touristique du Québec doit s'adapter à de nouvelles réalités et à de nouveaux défis. Certains ont été soulevés par les membres du comité de performance et son président, monsieur Gilbert Rozon. Le ministère du Tourisme s'appuiera sur ces recommandations afin de déposer une nouvelle politique du tourisme. L'objectif commun de l'industrie est d'améliorer la qualité du produit et la performance du Québec et de devenir une destination touristique internationale.

Au Bas-Saint-Laurent, nous devons également revoir nos façons de faire afin d'améliorer notre positionnement auprès des clientèles québécoises et hors Québec. C'est en ce sens qu'en 2012, nous vous inviterons à participer à la réalisation de notre nouvelle stratégie de développement touristique au Bas-Saint-Laurent. Une réflexion qui s'appuiera sur l'exercice fait au Québec et qui visera à augmenter nos parts de marché, et ce, pour le bien de toutes nos entreprises.

En terminant, je souhaite remercier les membres du conseil d'administration et des différents comités de travail, ainsi que le personnel pour l'énergie déployée à la réalisation des divers dossiers en 2011-2012.

Le président,

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

Hugues Massey

Conseil d'administration 2011-2012

Président

Hugues 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

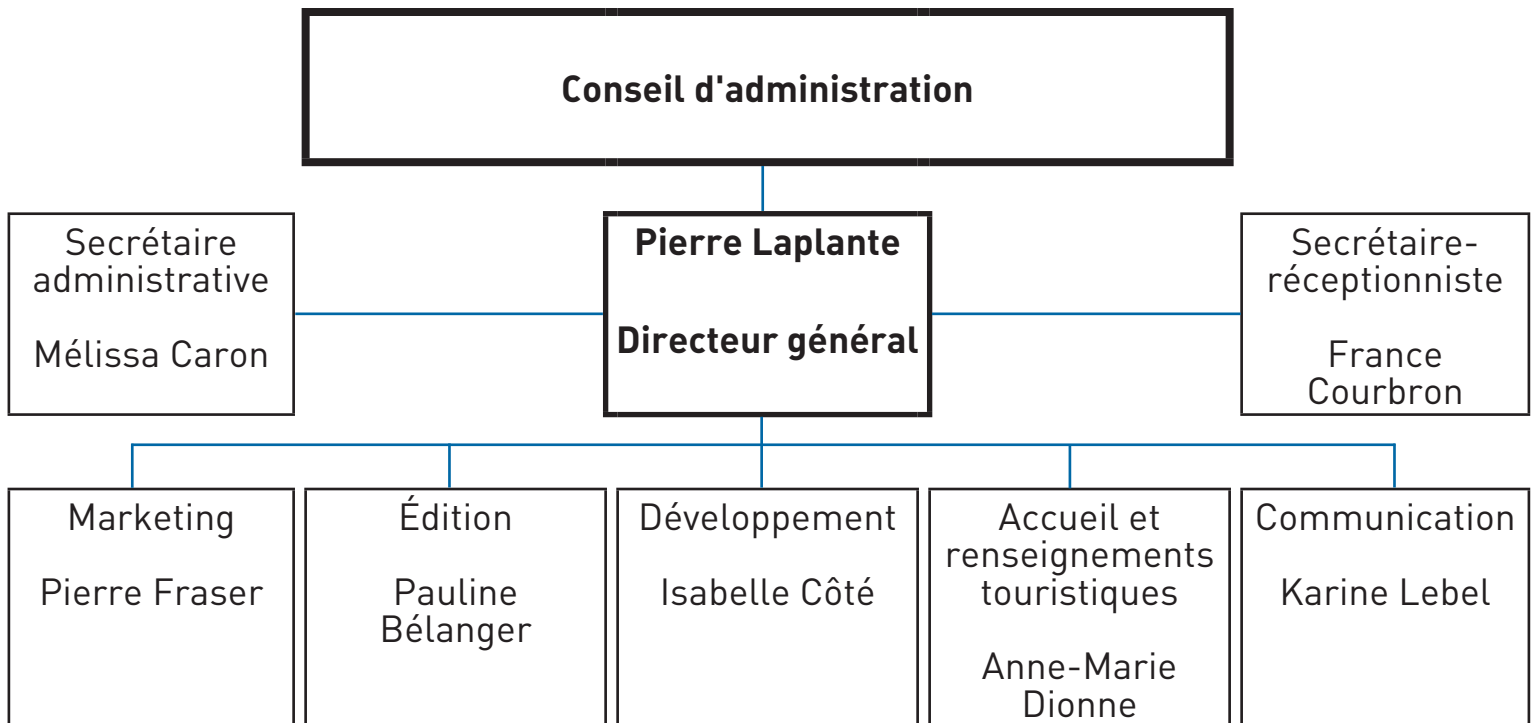
Monique Dionne
Tourisme Rivière-du-Loup

Marc Germain
Hôtel Rimouski

Claude Bourgoïn
Corporation du Sentier national au Bas-Saint-Laurent

Pierre Lemire
Société d'écologie de la batture du Kamouraska

Organigramme 2012-2013



Mot du directeur général



Pour l'ATR du Bas-Saint-Laurent, l'année 2011-2012 a permis la consolidation de notre rôle de « leader » de l'industrie touristique régionale. Notre implication dans divers comités régionaux et nationaux, discutant des problématiques reliées au tourisme et à d'autres secteurs d'activité, nous a donné la chance de renforcer notre notoriété comme acteur prioritaire du développement régional.

Parmi les défis à relever se trouve celui de la main-d'œuvre et de l'emploi. La mise en place d'une table régionale visant la valorisation de l'industrie touristique et des métiers du tourisme permettra de positionner nos entreprises et organisations comme des éléments positifs du développement régional. Cette concertation avec les organisateurs se préoccupant de développement régional, de main-d'œuvre et de formation est pour nous un gage de succès et d'avenir pour notre secteur.

Nous désirons souligner l'implication de tous, membres, partenaires, ainsi que le personnel qui, ensemble, permettent l'atteinte de nos objectifs régionaux.

Merci à tous.

Le directeur général,

A handwritten signature in black ink that reads "Pierre Laplante". The signature is written in a cursive, flowing style.

Pierre Laplante

Rapport de la direction générale

Administration

Finances

Subvention de base

La nouvelle entente est signée (2011-2014) et un suivi est assuré avec le ministère du Tourisme.

Entente sur le tourisme culturel

Une entente d'un an a été signée avec la Conférence régionale des élus du Bas-Saint-Laurent (CRÉ). Celle-ci a permis de soutenir huit projets pour un montant de 62 000 \$.

Entente concernant la Stratégie de valorisation de l'industrie touristique

Le financement de la stratégie est complété. Une entente de trois ans a été signée avec Emploi-Québec (25 000 \$/an), la CRÉ (25 000 \$/an) et divers partenaires (10 000 \$/an). Tourisme Bas-Saint-Laurent investira quant à lui 10 000 \$/an dans le projet.

Entente de soutien à la démarche Qualité

Les négociations sont en cours avec Développement économique Canada (DEC).

Entente de partenariat régional en tourisme

Le ministère du Tourisme a bonifié sa participation à la dernière année de l'entente actuelle de 100 000 \$. Le projet d'une nouvelle entente de trois ans avec le ministère du Tourisme, la CRÉ et les autres partenaires a été analysé.

1. Questions financières

2. Taxe spécifique sur l'hébergement

L'entente sur la gestion de la taxe spécifique sur l'hébergement avec le ministère du Tourisme est en attente de révision.

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

Des discussions sont en cours avec DEC afin de financer la production du plan de développement 2012-2017. Le conseil d'administration a prévu un montant au budget afin d'accompagner la démarche entreprise en 2012.

Service aux membres et amélioration des connaissances

1. Service aux membres

De l'information est transmise par la section des membres de notre site Internet et par le biais du bulletin Le Potineur de façon régulière.

Le guide des services et divers documents d'information sont disponibles dans la section des membres du site Internet ou sur demande. De plus, chaque nouveau membre reçoit un exemplaire du guide lors de son inscription.

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 et selon les opportunités.

Le soutien au réseau d'indicateurs du Québec maritime (clientèles hors Québec) se fait en continu et selon les opportunités.

La prise de données sur les saisons estivale et hivernale a été complétée auprès des entreprises.

Un comité national (ATRAQ, Réseau de veille et ministère du Tourisme) travaille actuellement à réaliser un groupe d'indicateurs de performance plus fiables, qui serviront au niveau national et aux régions.

Un diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre sur l'industrie touristique au Bas-Saint-Laurent est en cours de réalisation par la firme Zins Beauchesne et associés dans le cadre de la Stratégie de valorisation.

La production d'un diagnostic régional des besoins en formation et en main-d'œuvre incluant une enquête des entreprises au Bas-Saint-Laurent est prévue en 2012 dans le cadre de la Stratégie de valorisation.

Les résultats de l'enquête postséjour 2011 sur les clientèles hors Québec sont disponibles auprès du Québec maritime.

2. Amélioration des connaissances

Rapport de la direction générale

Administration

Accueil, développement et promotion

Le directeur général a participé à plusieurs rencontres des organisations suivantes :

- ☑ 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;
- ☑ Conseil d'administration de PARC Bas-Saint-Laurent;
- ☑ Comité pour la valorisation des formations professionnelles et techniques au Bas-Saint-Laurent;
- ☑ Table régionale sur les paysages;
- ☑ Conseil des partenaires du marché du travail du Bas-Saint-Laurent (à titre de vice-président);
- ☑ Table et comité régionaux de concertation sur les véhicules hors route (sentiers durables).

Le directeur général représente les ATR du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie sur la Commission régionale des ressources naturelles au Bas-Saint-Laurent.

Le comité accueil, marketing et signalisation du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent est en révision et reprendra ses activités en 2012.

1. Concertation

ATR associées du Québec

Le directeur général assiste aux rencontres de la table des directeurs généraux et le président siège au nouveau conseil d'administration. L'organisme a effectué un changement de gouvernance avec un conseil d'administration plus léger (11 membres au lieu de 42) et la nomination d'un PDG.

Un plan d'affaires des régions touristiques est en cours de réalisation par les ATR associées du Québec.

Le plan marketing réseau (ATR) est en cours de réalisation par les ATR associées du Québec.

Le Québec maritime

Le président et le directeur général ont participé aux rencontres régulières du conseil d'administration et de la table des directeurs généraux du Québec maritime.

L'analyse des liens entre Tourisme Bas-Saint-Laurent et Le Québec maritime (membership, actions marketing, etc.) est en cours et se précise avec le nouveau plan stratégique du Québec maritime.

L'organisation d'une rencontre régionale sur les stratégies du Québec maritime et la place du Bas-Saint-Laurent dans ce regroupement a été reportée suite aux nouvelles orientations du Québec maritime et à la réalisation d'une nouvelle stratégie de développement à Tourisme Bas-Saint-Laurent.

2. Dossiers spécifiques de développement régional

Tourisme Bas-Saint-Laurent a appuyé une dizaine de dossiers d'entreprises en plus de donner des avis sur les dossiers prioritaires (éolien, autoroutes 20 et 85, exploitation du gaz dans l'Estuaire et fermeture du centre des communications et du trafic maritime de la garde côtière).

3. Hébergement

La stratégie visant à contrer l'hébergement clandestin au Bas-Saint-Laurent a été acceptée lors du conseil d'administration du 20 septembre 2011 et sa mise en place est en cours.

Rapport de la direction générale

Développement de l'offre

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

La nouvelle stratégie de développement au Bas-Saint-Laurent est en cours de réalisation (recherche de financement, échéancier, procédure).

Par le biais du Fonds de développement, nous avons soutenu, dans le cadre de l'enveloppe budgétaire 2011-2012, 14 projets touristiques pour un montant total de 354 000 \$.

2. Dossiers d'entreprises

Quelques avis et une dizaine de lettres d'appui ont été réalisés sur les projets touristiques soutenant notre stratégie de développement.

Nous assumons un suivi régulier de l'avancement des 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.).

3. Gestion du Fonds de développement

Une première rencontre du comité de gestion du Fonds de développement a eu lieu au printemps 2011 pour l'analyse des projets dans l'enveloppe 2011-2012 et deux comités spéciaux ont eu lieu au cours de l'été. Pour faire suite à l'ajout de 100 000 \$ de Tourisme Québec dans cette même enveloppe, un comité d'analyse a eu lieu le 29 novembre durant lequel cinq projets supplémentaires ont été retenus.

La stratégie de développement et de valorisation des ressources humaines a été acceptée par le conseil d'administration le 20 septembre 2011. Celle-ci comporte deux plans d'action distincts, soit le Plan régional de développement des ressources humaines et le Plan de valorisation de l'industrie touristique, des métiers et des formations en tourisme.

Un comité régional de valorisation de l'industrie touristique, des métiers et des formations en tourisme, animé par Tourisme Bas-Saint-Laurent, a été mis en place. Quatre rencontres du comité régional et trois rencontres du comité restreint, ce dernier travaillant plus spécifiquement à la mise en place de la campagne de valorisation, ont eu lieu. Une firme de communication œuvre à l'élaboration d'une signature et d'une image promotionnelle.

4. Développement des ressources humaines

Le calendrier des ateliers de perfectionnement en approche client du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT) a été diffusé dans Le Potineur, en plus d'être sur le site Web et sur celui du CQRHT. Vingt-cinq personnes ont suivi la formation « Client plus, le défi quotidien en approche client » en juin 2011.

Nous travaillons également à promouvoir le Programme d'apprentissage en milieu de travail (PAMT) produit par le CQRHT et, à cet effet, nous avons tenu deux rencontres d'information en septembre 2011.

Nous avons véhiculé l'offre de formation en tourisme sur le territoire. Nous avons donné en mai 2011 et en février 2012, en collaboration avec la Commission scolaire de Kamouraska-Rivière-du-Loup, une formation de service à la clientèle à vingt-deux participants provenant de l'industrie touristique. Une formation en classe d'anglais virtuel avec le groupe Collégia a aussi été dispensée sur le territoire. Quinze personnes du Bas-Saint-Laurent y ont participé.

Rapport de la direction générale

Promotion et marketing

1. Taxe spécifique sur l'hébergement

Une rencontre du comité de gestion de la taxe spécifique sur l'hébergement s'est tenue le 22 novembre 2011 avec le nouveau comité mis en place en septembre. Une rétrospective des actions de la dernière année et le dépôt des grandes orientations marketing pour l'exercice 2012-2013 de même que le budget pro forma étaient à l'ordre du jour et ont fait l'objet d'un suivi avec le comité.

2. Plan d'action marketing 2011-2012

La campagne été-automne 2011 : la région du Bas-Saint-Laurent a fait son entrée dans l'univers du Web 2.0. par la création d'un blogue, d'une page Facebook et l'ouverture de plusieurs comptes dans les médias sociaux. Une équipe de blogueurs a sillonné la région durant l'été, l'automne et l'hiver 2012 et a publié une vingtaine de textes sur différents sujets. Une campagne télévisée et de bannières sur les principaux réseaux a également eu lieu de mai à août. Pour la campagne 2012, une nouvelle publicité télévisée de 30 secondes a été tournée à la fin de l'été par l'équipe de l'agence de communication Egzakt.

Une emphase sur le produit vélo a été mise de l'avant pour les placements prévus dans les magazines Géo Plein Air et Vélo Mag. La brochure Saveurs et gourmandises a été distribuée dans les centres Infotouriste® du Québec, dans le journal Voir Québec et dans le réseau des BIT de la région. Les sites Internet de Tourisme Bas-Saint-Laurent et Les traces du passé ont été bonifiés et promus par des placements dans le magazine Continuité. En tout, une vingtaine de placements publicitaires imprimés ont été réalisés.

La campagne motoneige 2012 a été réalisée et comprenait, entre autres des placements dans les magazines spécialisés, une campagne radio (publicité, entrevues en direct, bannières, concours), l'amélioration de la section motoneige du site de Tourisme Bas-Saint-Laurent et l'opportunité pour les membres de s'y annoncer, une présence ou le soutien à des salons, l'encartage de la carte motoneige et la participation du Bas-Saint-Laurent aux actions du Québec maritime. Des placements publicitaires dans les magazines Espaces et Découvertes ont été réalisés pour la promotion de produits hiver autres que motoneige.

Le Québec maritime

Nous avons soutenu le positionnement de la région et les activités prévues au plan d'action du Québec maritime (voir rapport annuel ci-joint) auprès des clientèles de groupes et individuelles sur les marchés hors Québec.

Projets Tourisme Bas-Saint-Laurent et autres ATR

Une première campagne marketing réseau organisée par les ATR associées du Québec, essentiellement sur le Web, a débuté cet été et s'est poursuivie durant l'automne et l'hiver.

3. Mise en marché hors Québec

Deux rencontres de travail ont eu lieu avec les représentants de Tourisme Gaspésie afin d'analyser la possibilité de promouvoir conjointement la mototourisme. Le projet a été reporté au printemps 2012 (délais trop courts, inventaire important à écouler pour la Gaspésie).

Une première rencontre a été tenue en juin 2011 avec Tourisme Rimouski, la Société Duvetnor et Tourisme Bas-Saint-Laurent afin d'évaluer la possibilité d'une campagne sur le produit île. Cette analyse sera reprise en lien avec le positionnement national du fleuve Saint-Laurent.

La prolongation de la route des Navigateurs avec les Associations touristiques de Chaudière-Appalaches et du Centre-du-Québec sera en place pour juin 2012.

Nous avons participé financièrement à la réalisation de deux outils régionaux, soit la brochure Saveurs et gourmandises et le dépliant le Circuit des créateurs.

Nous avons soutenu nos entreprises dans leur participation aux salons suivants :

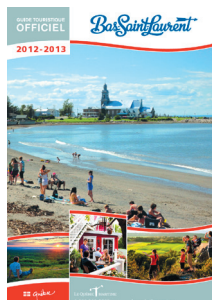
- ☑ Le Salon Festival Plein air et voyage de Montréal a eu lieu du 13 au 15 mai 2011 au Parc Jean Drapeau. Tourisme Bas-Saint-Laurent et le CLD de la MRC du Témiscouata y ont représenté la région. Celui de Québec a eu lieu du 3 au 5 juin 2011. Nous y avons également participé en tant qu'exposant en compagnie du CLD de la MRC du Témiscouata, de la Société Duvetnor et du Parc-Aventure Mont-Citadelle.
- ☑ Nous avons participé avec Le Québec maritime au salon motoneige de Springfield au Massachusetts du 14 au 16 octobre 2011.
- ☑ Le Salon des sports récréatifs motorisés s'est tenu au Centre de foires de Québec du 14 au 16 octobre 2011. Tourisme Bas-Saint-Laurent a assuré l'organisation de l'événement et a soutenu les cinq entreprises et organismes de la région qui y ont participé.
- ☑ Nous avons offert du soutien technique aux représentants de la piste cyclable Petit Témis pour leur participation au Salon Info-Vélo de Montréal qui s'est tenu du 17 au 19 février 2012. Le Salon Info-Vélo de Québec s'est tenu du 9 au 11 mars 2012 à l'Espace Dalhousie. Tourisme Bas-Saint-Laurent y a participé en tant qu'exposant en compagnie des représentants de la piste cyclable Petit Témis, du CLD du Kamouraska, de l'OTC de Rimouski et de l'Hôtel Universel.

4. Salons promotionnels

Rapport de la direction générale

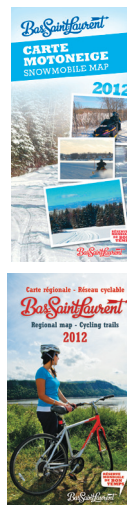
Édition

1. La collection d'outils 2012/2013



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

- ☑ La carte motoneige 2012 est parue en juillet 2011. Le nombre total d'exemplaires bilingues est de 25 000. Elle a été distribuée dans la revue Motoneige Québec - hors Québec.
- ☑ La carte régionale – réseau cyclable 2012 est parue le 10 février 2012. Le nombre total d'exemplaires bilingues est de 35 000. Quelques 20 000 exemplaires seront distribués dans la revue VéloMag de juin.
- ☑ Le guide touristique officiel, édition 2012-2013, est paru le 10 avril 2012. Le nombre total d'exemplaires est de 128 000 dont 28 000 en anglais. Quelques changements ont été apportés au guide, le papier intérieur est dorénavant fabriqué au Québec et a 50 % de fibres postconsommation, le papier de la couverture est un papier 100 % recyclé fabriqué aussi au Québec. Finalement, notre guide présente une reliure allemande.
- ☑ La brochure de la route des Navigateurs, produite en collaboration avec les Associations touristiques régionales de Chaudière-Appalaches et du Centre-du-Québec, est parue au début avril 2012. Le nombre total d'exemplaires bilingues est de 45 000. La distribution se fait à partir des trois ATR, par la poste et dans les réseaux d'accueil.
- ☑ La brochure Événements et théâtres d'été 2012 est parue à la mi-avril.



2. Documents administratifs

Guide des services

L'édition 2012 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.

Politique de gestion durable

Le plan d'action de la nouvelle stratégie de gestion durable de Tourisme Bas-Saint-Laurent a été adopté par le conseil d'administration le 17 mai 2011. Un comité a été formé et un plan d'action est en cours de réalisation.



Communication

1. Relations de presse

Trois tournées de presse ont été organisées, soit deux avec Anne Pélouas et une avec Suzanne Lareau. Une tournée motoneige a été préparée sur mesure pour l'Association des motoneigistes du Québec en janvier 2012.

Nous avons participé à la Bourse des médias été 2011 et rencontré environ une trentaine de journalistes, mais, suite au départ de la responsable de ce dossier, nous n'avons pas assisté à la bourse d'hiver (13 octobre 2011). Un document des activités hivernales a été expédié à tous nos contacts de la presse pour pallier à cette absence.

Deux conférences de presse ont été organisées pour le lancement de la saison estivale, soit à Rimouski et à Rivière-du-Loup, le 16 juin 2011.

Neuf communiqués ont été expédiés à la presse régionale pour parler de la saison de motoneige, de la saison estivale et du retour des GPTQ. Plusieurs entrevues ont suivi ces communiqués.

2. Grands Prix du tourisme québécois

Pour faire suite à une année de suspension, le lancement du concours des Grands Prix du tourisme a été effectué le 5 octobre 2011. Une lettre a été envoyée à nos partenaires financiers habituels pour leur signifier le retour de l'événement. Les membres du jury se sont rencontrés le 18 janvier 2012 et les noms des lauréats ont été acheminés au Comité national.

Les Grands Prix du tourisme ont pris une nouvelle formule, soit celle d'une remise de prix sous la forme d'un 4 à 7. Un conférencier vedette, monsieur Georges Brossard, a coanimé cette remise de prix et a fait une conférence sur la passion du métier. Le gala a eu lieu le jeudi 26 avril 2012 au Théâtre du Bic à Rimouski.

3. Site Internet

Une bonification du site patrimoine a eu lieu au cours de l'été 2011. Vingt-deux églises ont été ajoutées, les textes ont été homogénéisés et des photos ont été intégrées. La section motoneige a été bonifiée. L'achat de placements publicitaires sur le site a été favorisé. Quant au site touristique et à la section des membres, les fiches des entreprises et les renseignements ont été mis à jour régulièrement.

4. Communication aux membres

Le bulletin Le Potineur a été publié et expédié aux mois d'avril, juin, septembre et décembre 2011, ainsi qu'en mars 2012. Plusieurs envois courriel ont permis d'informer les membres des dossiers pertinents sur le tourisme.

Rapport de la direction générale

Accueil et renseignements touristiques

Les Journées annuelles de l'accueil touristique ont eu lieu les 19, 20 et 21 octobre dernier à Shawinigan, en Mauricie. Huit gestionnaires de lieux d'accueil du Bas-Saint-Laurent y ont participé. L'accueil dans tous ses états était le thème 2011.

La révision du plan de localisation du réseau d'accueil et l'élaboration d'une stratégie sont en cours de réalisation avec le comité régional.

Une rencontre des gestionnaires des lieux d'accueil a eu lieu le 25 mai dernier et tous étaient présents. Les principaux sujets liés à la gestion ont été discutés.

La formation des préposés à l'accueil a eu lieu à Rivière-du-Loup le samedi 11 et le mercredi 15 juin 2011. Au total, 28 conseillés en séjour ont été formés par l'ATR et 11 d'entre eux ont suivi la formation du CQRHT Client plus volet employé.

Pour l'année 2011, 3 858 envois postaux ont été effectués (1 405 envois pour le concours et 2 453 pour les demandes régulières).

La cueillette des dépliants des membres pour la distribution dans les dix lieux d'accueil s'est déroulée du 16 au 20 mai 2011.

Les lieux d'accueil au Bas-Saint-Laurent ont distribué 12 935 guides touristiques du Bas-Saint-Laurent en français, 1 691 en anglais, 2 956 cartes du réseau cyclable, 2 376 brochures de la route des Navigateurs et 2 128 brochures Saveurs et gourmandises.

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.

Un total de 51 entreprises a loué 93 espaces dans les centres Infotouriste®, dont 30 à Dégelis et cinq forfaits des sept centres ont été réservés pour la saison estivale. Dix événements se sont prévalus d'un espace gratuit dans les centres Infotouriste® de leur choix.

Nous suivons et soutenons les travaux de développement des deux routes touristiques (route des Navigateurs, route des Frontières). Nous effectuons un suivi auprès du ministère du Tourisme et des ATR associées du Québec.

Le projet de mise en valeur de la route des Navigateurs est complété. L'arrimage des régions de Chaudière-Appalaches et du Centre-du-Québec à la route a été réalisé pour l'été 2012 (signalisation, brochure, site Web, lancement, voiles).

L'analyse du potentiel d'une nouvelle route touristique dans l'axe 230-232-234 se fera dans le cadre de la nouvelle stratégie de développement.



1. Politique d'accueil et de renseignements touristiques

2. Information touristique

3. Présentoirs et signalisation

4. Routes touristiques

Actes d'information dans les lieux d'accueil

	2009	2010	2011
Total	43 385 pour 2,32 personnes/ demande	43 695 pour 2,3 personnes/ demande	36 014 pour 2,26 personnes/ demande

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)
2011	111 542	144 250	733 184 (5,08 pages/visite)

Envois postaux/inscriptions au concours

Inscriptions/envois postaux	Année 2011 (2010)
Total inscriptions concours été	2 838 (9 384)
Inscriptions sans envoi postal	1 422 (4 750)
Inscriptions avec envoi postal	1 405 (4 634)
Autres demandes avec envoi postal	2 453 (2 752)
Total des envois postaux	3 858 (7 386)

Plan d'action 2012-2013

Administration

Finances

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.

1. Questions financières

- ☒ Négocier une nouvelle entente de partenariat régional en tourisme avec le ministère du Tourisme et la Conférence régionale des élus (CRÉ) du Bas-Saint-Laurent.
- ☒ Analyser le projet d'une nouvelle entente sur le tourisme culturel avec la CRÉ du Bas-Saint-Laurent.
- ☒ Négocier une entente avec Développement économique Canada (DEC) afin de soutenir la qualité dans les entreprises.
- ☒ Compléter le financement pour la production de la Stratégie de développement de l'offre au Bas-Saint-Laurent 2013-2018.
- ☒ Réfléchir sur la pertinence de porter la taxe spécifique sur l'hébergement de deux dollars à trois dollars et sur les impacts positifs et négatifs de cette décision.

Service aux membres et amélioration des connaissances

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

- ☒ Publier le bulletin Le Potineur (minimum de quatre numéros).
- ☒ Transmettre par courriel divers renseignements pertinents sur les dossiers prioritaires.
- ☒ Diffuser le Guide des services auprès des membres.

2. Amélioration des connaissances

- ☒ Améliorer nos méthodes de prises de données auprès des entreprises concernant les saisons touristiques estivale et hivernale.
- ☒ Collaborer, avec les ATR associées du Québec, la Chaire de tourisme Transat de l'UQAM et le ministère du Tourisme, à réaliser un système d'indicateurs de performance.
- ☒ Réaliser un diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre en tourisme au Bas-Saint-Laurent.
- ☒ Effectuer un sondage des besoins de formation auprès des entreprises.
- ☒ Promouvoir le réseau de veille de la Chaire de tourisme et les données du ministère du Tourisme.

Accueil, développement et promotion

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. Concertation

Siéger à plusieurs instances régionales :

- ☒ Commission régionale sur les ressources naturelles et le territoire;
- ☒ 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 au 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 à la conférence des directeurs généraux et à la table des régions touristiques;
- ☒ Siéger au conseil d'administration d'ATR associées du Québec (monsieur Hugues Massey, président).

Ministère du Tourisme

- ☒ Participer à la réalisation de la nouvelle politique du ministère du Tourisme.

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 2012-2013, la priorité portera, entre autres sur les dossiers suivants : l'éolien, les autoroutes 20 et 85, l'exploitation du gaz dans l'Estuaire et les impacts du plan Nord.

3. Hébergement

Concrétiser la stratégie visant à contrer l'hébergement clandestin au Bas-Saint-Laurent par la réalisation d'un plan d'action misant sur l'information et la communication avec les partenaires.

Développement de l'offre

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 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 soutenant notre stratégie de développement.
- ☒ Suivre et soutenir les dossiers prioritaires du plan de développement de l'offre touristique au Bas-Saint-Laurent.

3. Gestion du Fonds de développement

- ☒ 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.

Valorisation de l'industrie touristique

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

1. Développement des ressources humaines

- ☒ Réaliser la stratégie de valorisation des formations et des métiers en tourisme.
- ☒ Diffuser les ateliers de perfectionnement en approche client et autres formations du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme.

2. Valorisation de l'industrie touristique au Bas-Saint-Laurent

- ☒ Réaliser la stratégie de valorisation de l'industrie touristique au Bas-Saint-Laurent.

Promotion et marketing

L'application du plan stratégique de marketing 2009-2012 et l'accomplissement des actions du plan 2012-2013 se font 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 d'analyser les stratégies et les actions régionales de marketing.

2. Plan d'action marketing 2012-2013

Campagnes promotionnelles

- ☒ Réaliser la campagne nationale été-automne 2012-2013 sous le thème Réserve mondiale de bon temps (nouveau visuel télé).
- ☒ Effectuer la campagne hiver (motoneige et multiactivité).
- ☒ Accomplir des campagnes thématiques sur nos produits prioritaires (maritime, récréotouristique, patrimoine et culture).

Projets Tourisme Bas-Saint-Laurent et autres ATR

- ☒ Analyser les offres de promotion concertée avec les autres ATR du Québec.
- ☒ Réaliser le projet de la mototourisme avec la Gaspésie.
- ☒ Évaluer la conception d'une campagne sur le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent.
- ☒ Accomplir le projet de campagne sur les régions touristiques avec l'ATRAQ.

Partenariats promotionnels

- ☒ Soutenir la production des brochures Saveurs et gourmandises et Circuit des créateurs.

3. Mise en marché hors Québec

Le Québec maritime

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

4. Salons promotionnels

Soutenir 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).

Participer, avec Le Québec maritime, à certains salons pour les motoneigistes hors Québec.

Édition

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

- ☒ Produire les outils suivants pour la prochaine collection : 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. Documents administratifs

- ☒ Mettre à jour le Guide des services aux membres.
- ☒ Mettre à jour la Politique de crédits.

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

3. Politique de gestion durable

- ☒ Élaborer le plan d'action de la nouvelle stratégie de Tourisme Bas-Saint-Laurent.

Communication

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.
- ☒ Structurer nos méthodes de suivi et d'analyse des tournées de journalistes.

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

2. Grands Prix du tourisme québécois

- ☒ Lancer les Grands Prix et en faire la promotion.
- ☒ Gérer et promouvoir le concours des Grands Prix du tourisme.
- ☒ Organiser le gala régional des Grands Prix du tourisme.
- ☒ Soutenir la réalisation du gala national.

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

3. Site Internet

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

4. Communication aux membres

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

Accueil et renseignements touristiques

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 régionale et le plan de localisation 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, courriel, 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

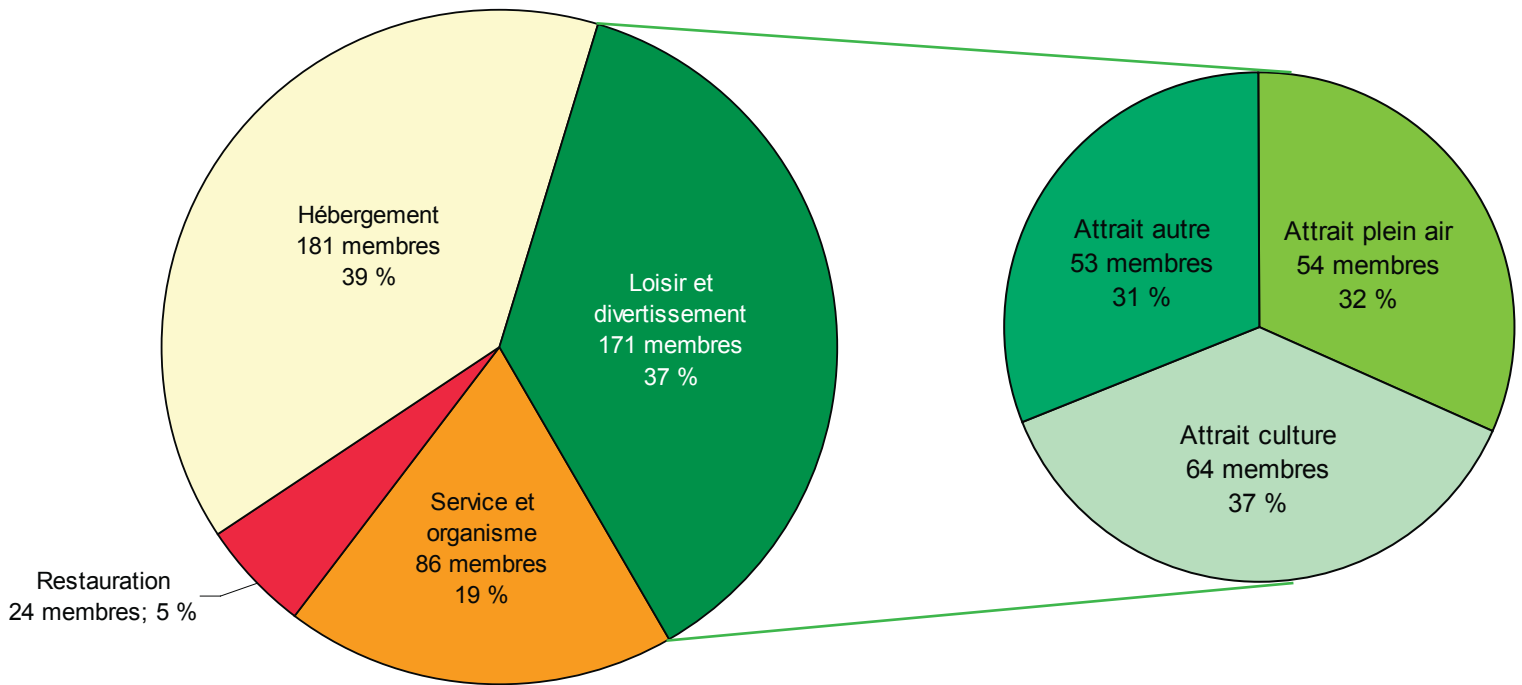
- ☒ Soutenir le développement des routes touristiques (route des Navigateurs et route des Frontières).
- ☒ Analyser le potentiel d'une nouvelle route touristique dans l'axe 230-232-234.

5. Traitement des plaintes

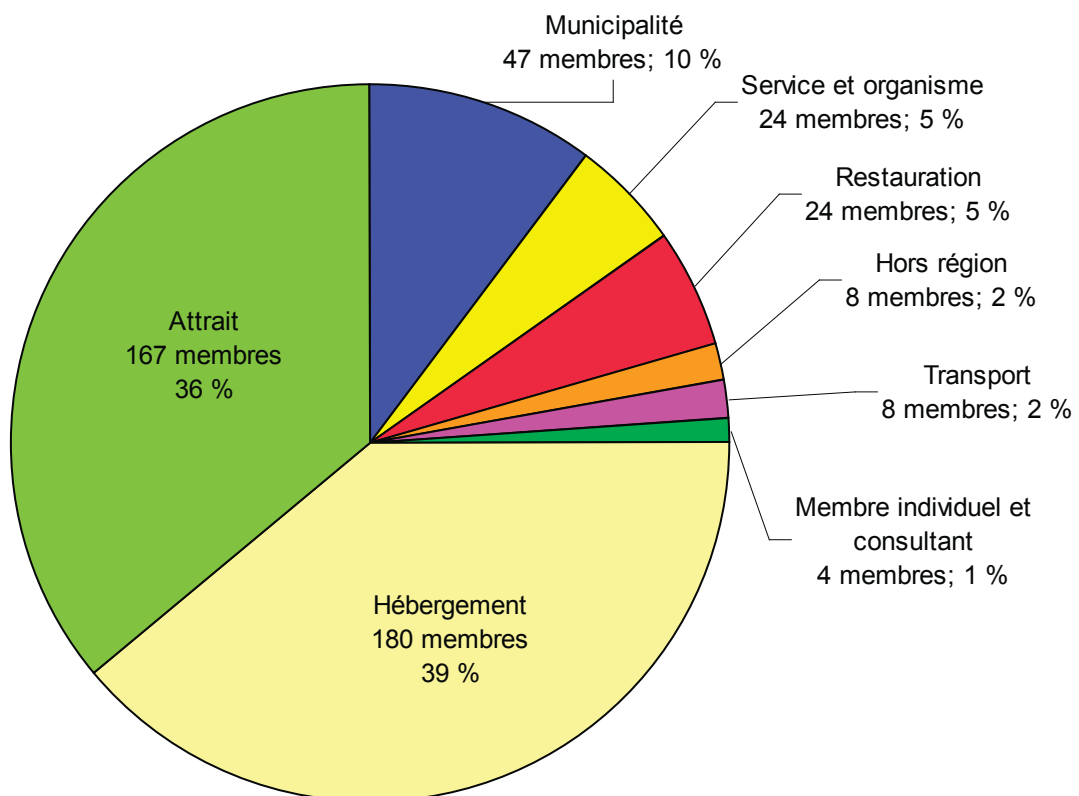
- ☒ Appliquer la politique de gestion des plaintes.
- ☒ Effectuer un suivi auprès des membres faisant l'objet d'une plainte.
- ☒ Transmettre les plaintes concernant l'hébergement au ministère du Tourisme.
- ☒ Tenir un registre des plaintes des entreprises du Bas-Saint-Laurent.

Statistiques

Répartition des 462 membres selon les secteurs de l'industrie

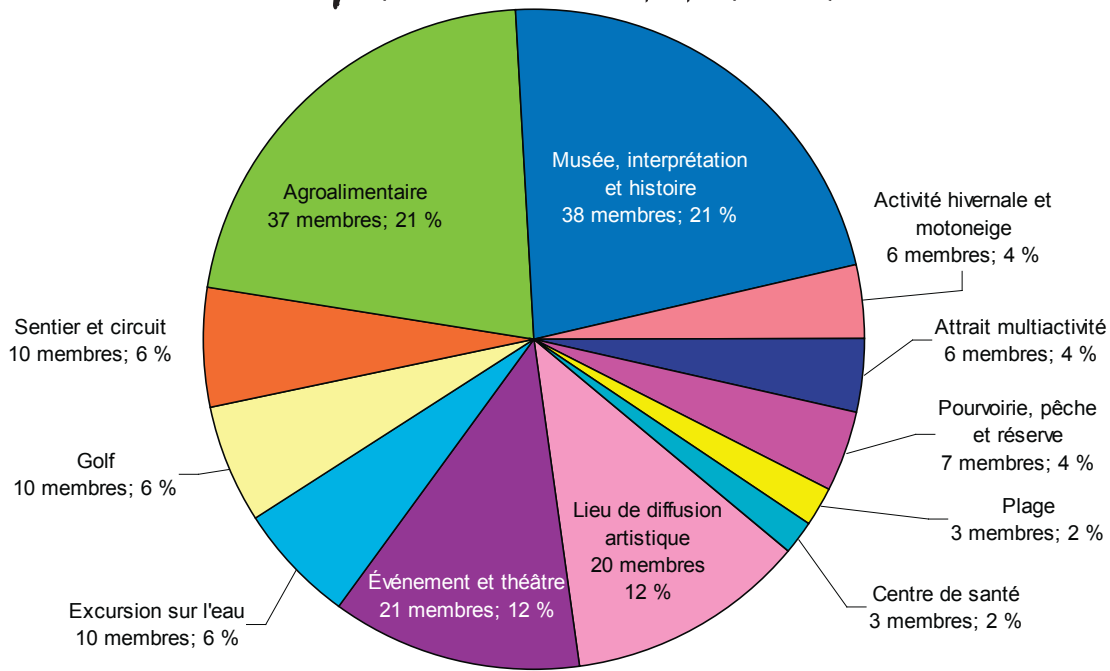


Répartition selon nos secteurs majeurs

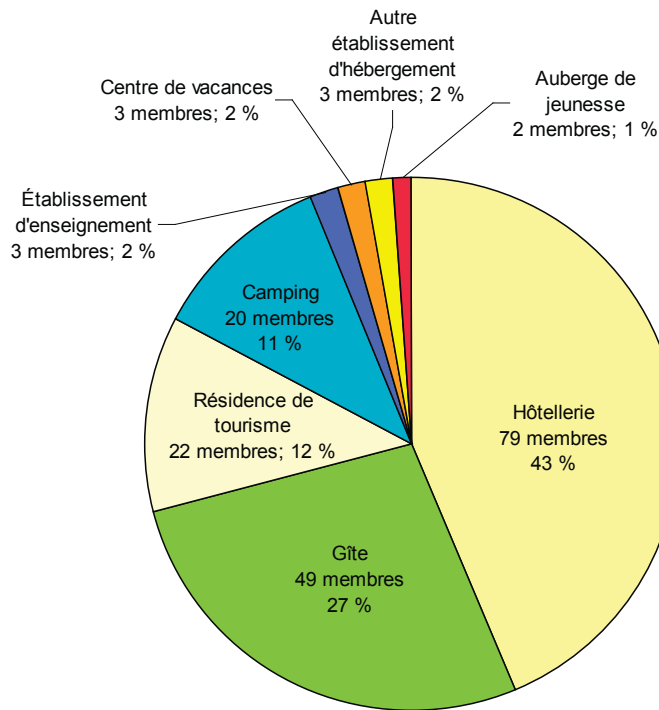


Nos secteurs majeurs en détails

Répartition des 171 attraits



Répartition des 181 établissements classifiés



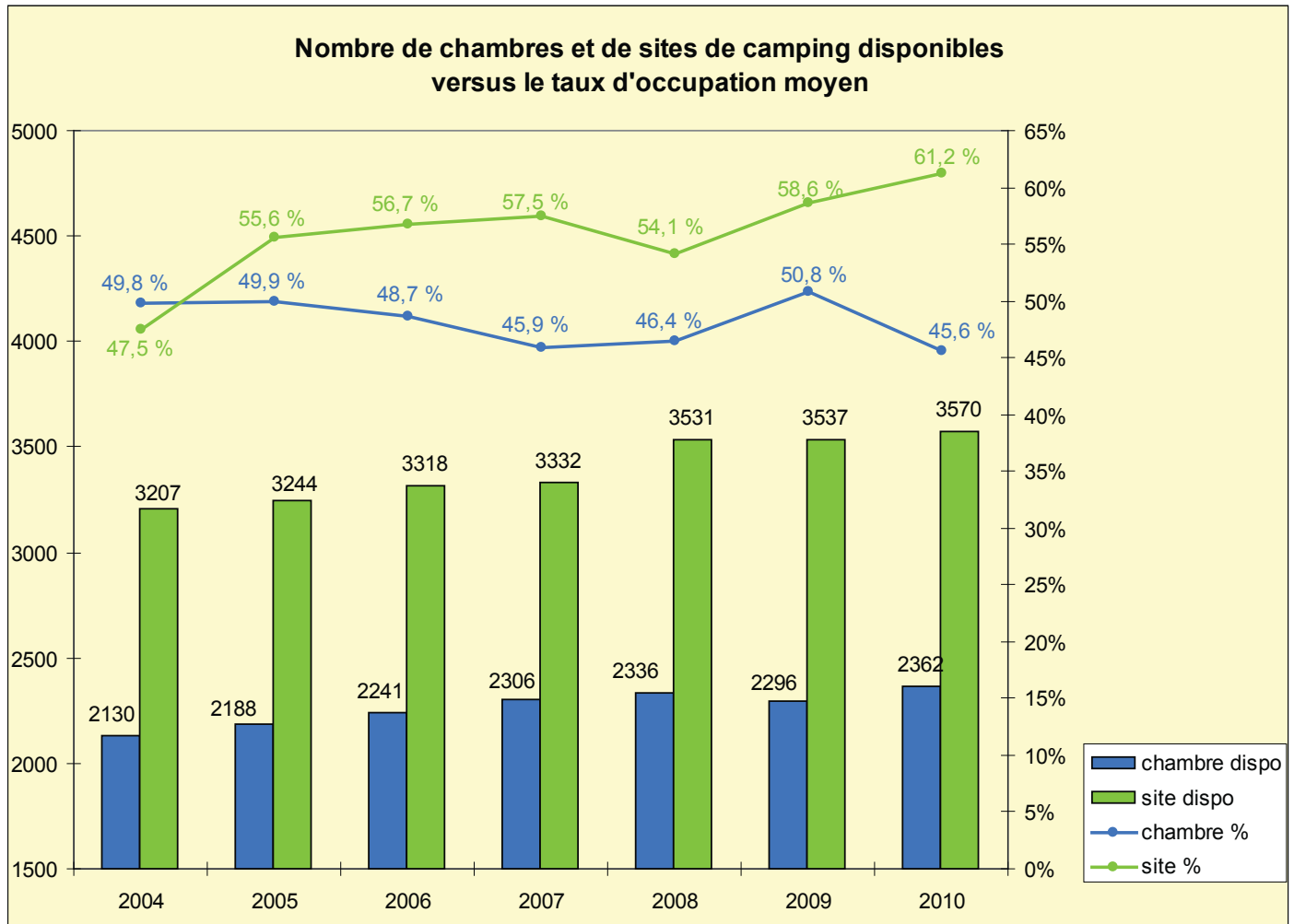
Les inscriptions supplémentaires

116 inscriptions supplémentaires

Catégories	Inscriptions	Catégories	Inscriptions	Catégories	Inscriptions	Catégories	Inscriptions
Restauration	31	Centre de santé	6	Lieu de diffusion artistique	3	Hôtellerie	1
Histoire et interprétation	17	Attrait multiactivité	5	Activité hivernale et motoneige	2	Gîte	1
Camping	14	Sentier et circuit	5	Plage	2		
Événement et théâtre	10	Résidence de tourisme	4	Agroalimentaire	2		
Salle de réunion	8	Hébergement sans classification	4	Centre de vacances	1		

Industrie touristique

L'hébergement



Nombre d'établissements	Établissement hôtelier	Gîte	Pourvoirie	Résidence de tourisme	Autre établissement d'hébergement	Total
2010	110	82		94	0	286
2011	118	82		92	0	292
2012	108	78	27	104	4	321

Nombre de chambres	Établissement hôtelier	Gîte	Pourvoirie	Résidence de tourisme	Autre établissement d'hébergement	Total
2010	2644	306		344	0	3294
2011	2644	306	71	344	0	3365
2012	2596	296	72	329	16	3309

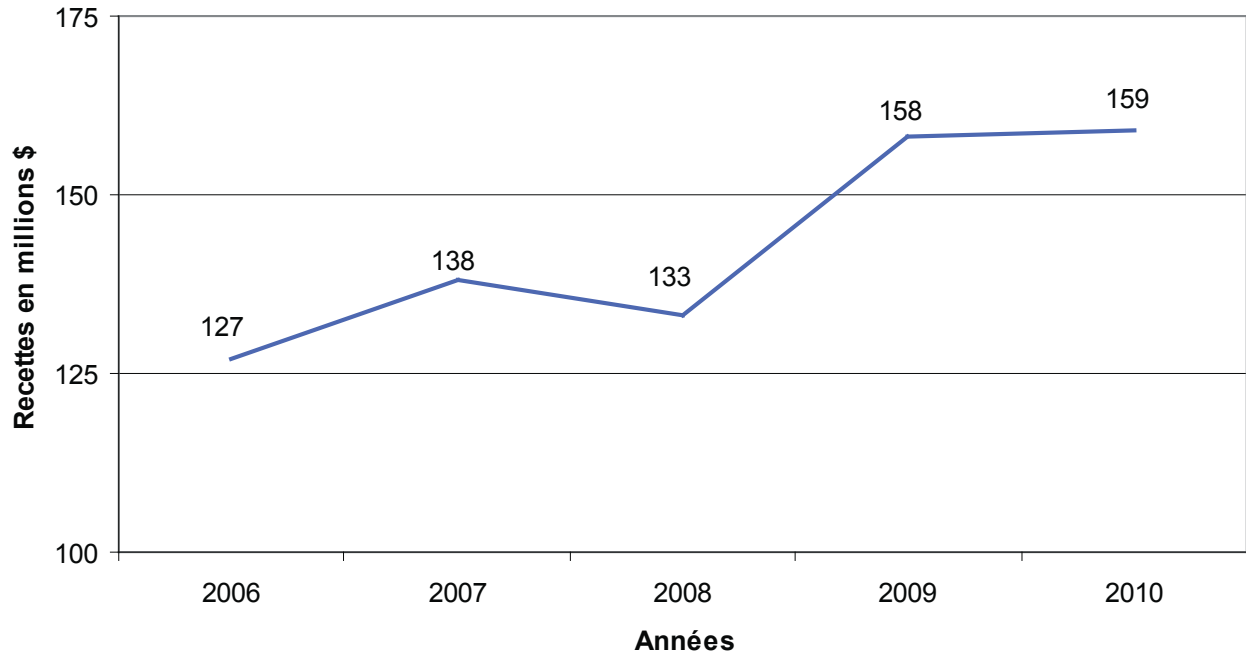
Au 26 avril 2012

Établissement hôtelier, résidence de tourisme, autre établissement d'hébergement, établissement d'enseignement, centre de vacances, auberge de jeunesse	2004						2007						2010						2012						
	Total : 268 établissements						Total : 290 établissements						Total : 285 établissements						Total : 311 établissements						
	185 établissements						207 établissements						209 établissements						233 établissements						
	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★	EV
	5	43	87	42	8	0	0	31	93	70	12	0	0	22	85	84	18	0	0	22	79	90	23	0	19

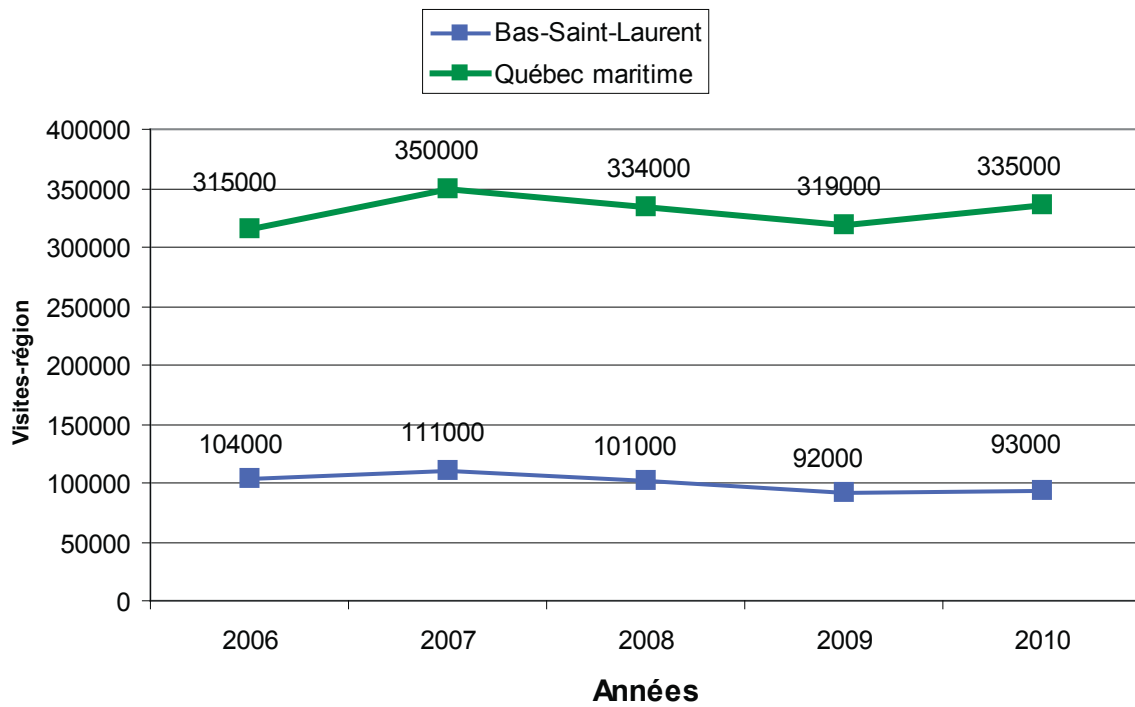
Gîte touristique	83 établissements						83 établissements						76 établissements						78 établissements						
	83 établissements						83 établissements						76 établissements						78 établissements						
	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★	EV
	0	0	11	55	17	0	0	0	7	48	26	1	0	0	7	41	27	1	0	0	5	40	25	1	7

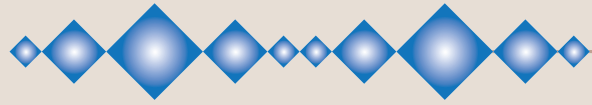
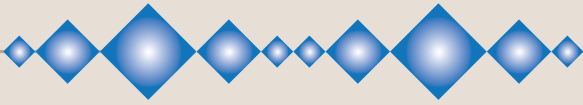
Industrie touristique

Recettes touristiques au Bas-Saint-Laurent



Les clientèles hors Québec





Réalisation du rapport 2011-2012

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

Le rapport annuel de Tourisme Bas-Saint-Laurent
est imprimé sur du papier Enviro100 fabriqué au Québec.

