

Rapport d'activité 2012-2013

Plan d'action 2013-2014



TOURISME

Bas-Saint-Laurent →

Sommaire

Mot du président	2
Conseil d'administration 2012-2013/Organigramme 2013-2014	3
Mot du directeur général	4
Rapport de la direction générale	5
Administration	5
Développement de l'offre	7
Promotion et marketing	7
Édition	9
Communication	10
Accueil et renseignements touristiques	11
<i>Grands Prix du tourisme québécois 2013</i>	<i>13</i>
Plan d'action 2013-2014	14
Administration	14
Développement de l'offre	15
Promotion et marketing	16
Édition	17
Communication	17
Accueil et renseignements touristiques	18
Statistiques	19

Principaux partenaires

Nous tenons à remercier nos principaux collaborateurs et partenaires financiers.

Tourisme Québec

Conférence régionale des élus du Bas-Saint-Laurent

Ministère de l'Émloi et de la Solidarité sociale

Association touristique de la 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

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

Québec maritime

Société des établissements de plein air du Québec (SÉPAQ)

Mot du président



L'année 2012-2013 a été des plus actives avec plusieurs dossiers qui ont apporté des mandats supplémentaires à notre équipe de travail.

Ainsi, les membres du conseil d'administration ont pris connaissance du plan de développement de l'industrie touristique dévoilé en mai dernier par la ministre du Tourisme, madame Nicole Ménard, et reconnu par le ministre délégué au tourisme, monsieur Pascal Bérubé, à son arrivée en poste. Un outil de planification a servi de base à notre propre réflexion stratégique qui s'est réalisée en cours d'année et dont les résultats seront présentés aux membres lors du Rendez-vous touristique 2013 à l'automne prochain.

La signature d'une nouvelle entente de partenariat régional en tourisme (EPRT) avec Tourisme Québec pour les années 2012-2015 nous permettra de poursuivre notre rôle de leader dans le développement des entreprises touristiques au Bas-Saint-Laurent dans les prochaines années.

Le dossier de la hausse de la taxe spécifique sur l'hébergement de 2 \$ à 3 \$, un dossier émotif et sensible, a également retenu notre attention.

Ajoutons la signature d'une nouvelle entente sur le tourisme culturel et celle sur la valorisation de l'industrie touristique, des professions et des métiers reliés au tourisme. L'année 2012-2013 nous aura permis de préparer l'avenir en consolidant nos outils financiers et de développement. Toutes ces acquisitions nous laissent entrevoir avec confiance l'avenir de notre organisation et celle du tourisme dans notre belle région, le Bas-Saint-Laurent.

Pour tout le travail accompli en 2012-2013, je souhaite remercier les membres du conseil d'administration et les différents comités de travail, ainsi que le personnel, car la dernière année fut bien occupée et nous pouvons être fiers des résultats obtenus.

Le président,

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

Hugues Massey

Conseil d'administration 2012-2013

Président
Hugues Massey
Auberge du Chemin Faisant

Vice-président développement
Jacques Desrosiers
Société de promotion économique de Rimouski

Secrétaire-trésorier
Charles Labrecque
Auberge de la Pointe

Vice-présidente marketing
Denise Rioux
CLD des Basques

Administrateurs

Caroline Chassé
CLD de la MRC du Témiscouata

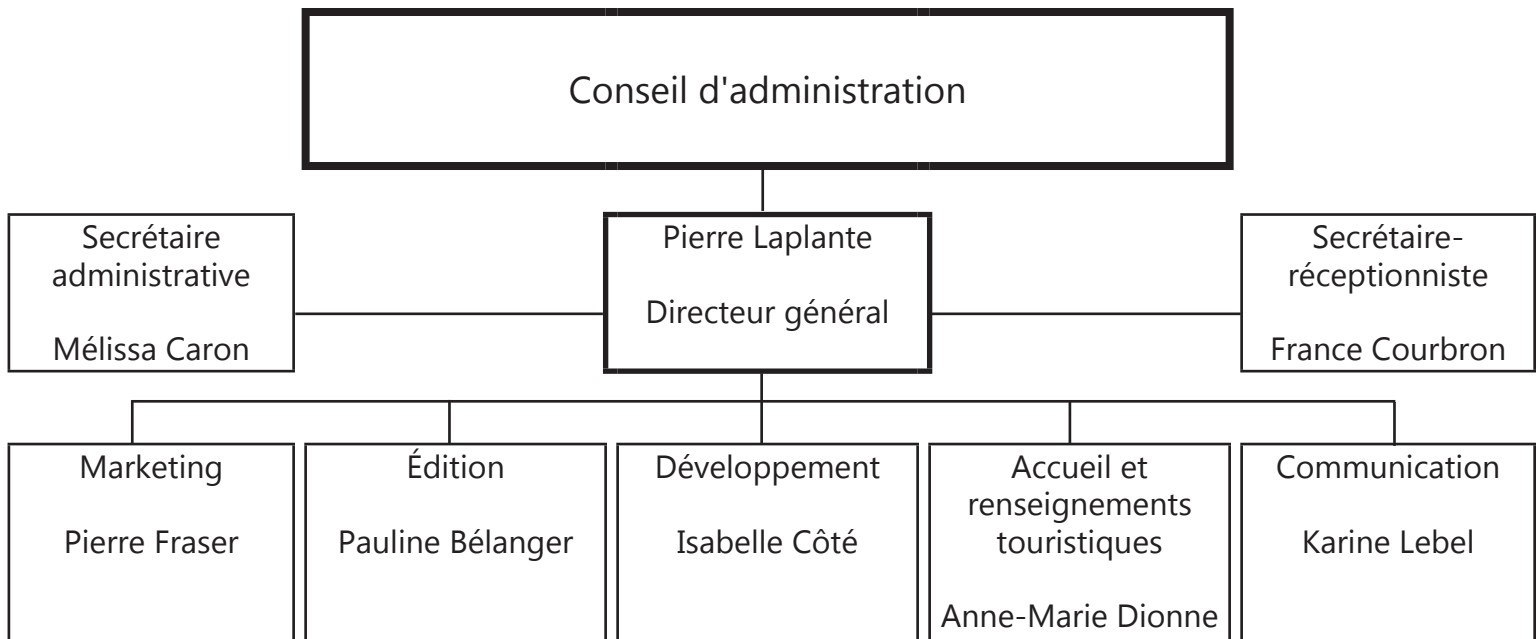
Luc St-Amand
Maison Chapais

Monique Dionne
Tourisme Rivière-du-Loup

Pierre Lemire
Société d'écologie de la batture du Kamouraska

Marc Germain
Hôtel Rimouski

Organigramme 2013-2014



Mot du directeur général



Tout d'abord, permettez-moi de remercier les membres du conseil d'administration, les membres des comités de travail, les entreprises et les organisations membres de Tourisme Bas-Saint-Laurent, ainsi que le personnel, qui ont participé à nos nombreuses réflexions et nous ont soutenus dans l'atteinte de nos objectifs.

L'année 2012-2013 fut l'une de nos meilleures saisons touristiques estivales depuis plus de cinq ans. Elle aura permis à nos entreprises de revenir à des taux d'occupation des plus intéressants et d'entrevoir l'avenir avec optimisme.

Malheureusement, la saison hivernale en fut une décevante à cause du manque de neige et l'activité motoneige pratiquement absente. Cet interlude nous rappelle que, peu importe les résultats d'une année, il faut toujours maintenir nos actions tant en développement de l'offre qu'en promotion, car nous sommes dépendants de nombreux facteurs externes qui peuvent miner nos efforts collectifs.

La constance et la permanence sont de mise, rappelons-nous que c'est ensemble que nous assurerons le développement touristique du Bas-Saint-Laurent, et ce, au-delà des réussites individuelles.

Le directeur général,

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

Pierre Laplante

Finances

1. Questions financières

Entente de partenariat régional en tourisme

La nouvelle entente d'un total de 390 000 \$/an est signée pour une période de trois ans (2012-2015), pour un total de 1 170 000 \$ (Tourisme Bas-Saint-Laurent : 175 000 \$/an; Tourisme Québec : 175 000 \$/an; Conférence régionale des élus du Bas-Saint-Laurent : 40 000 \$/an).

Entente sur le tourisme culturel

La nouvelle entente de trois ans sur le tourisme culturel est finalisée. Le projet prévoit un investissement de 60 000 \$/an afin de créer un Fonds déterminé. Tourisme Bas-Saint-Laurent participera pour un montant de 20 000 \$/an pour trois ans.

Entente de soutien à la démarche Qualité

Considérant les changements dans les objectifs de financement de Développement économique Canada (DEC), cette entente ne pourra se réaliser.

Financement pour la production de la Stratégie de développement de l'offre au Bas-Saint-Laurent 2013-2018.

La nouvelle stratégie de développement est en réalisation comme prévu. Étant donné que nous avons produit celle-ci avec les ressources humaines de Tourisme Bas-Saint-Laurent, aucun financement n'a été utilisé à cette fin.

Hausse de la taxe spécifique sur l'hébergement

Pour faire suite à une analyse de la part des membres du conseil d'administration, un comité a été mis en place et un sondage a été réalisé. Deux rencontres se sont tenues à Rivière-du-Loup et Rimouski avec les membres du secteur de l'hébergement afin de leur présenter le projet et de prendre les commentaires. Ceux-ci ont été invités à voter pour une hausse à 3 \$. Les résultats du vote ont démontré que 74,6 % des unités d'hébergement étaient pour l'augmentation, ainsi que 55,5 % des entreprises. Un total de 72 entreprises s'est prévalu de son droit de vote. L'application de la hausse est demandée pour le 1^{er} juillet 2013.

Service aux membres et amélioration des connaissances

1. Service aux membres

De l'information est transmise par la section *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 *Membres* du site Internet ou sur demande. De plus, chaque nouveau membre reçoit un exemplaire du guide lors de son inscription.

2. Amélioration des connaissances

Nous avons analysé nos méthodes de prises de données auprès des entreprises concernant les saisons touristiques estivale et hivernale. Une nouvelle méthodologie sera proposée pour le produit motoneige (en lien avec le Québec maritime) et la saison estivale. Un sondage sur « la conjoncture » a été réalisé en collaboration avec Tourisme Québec.

Nous avons collaboré, avec les ATR associées du Québec, la Chaire de tourisme Transat de l'UQAM et Tourisme Québec, à réaliser un système d'indicateurs de performance.

Le diagnostic sectoriel de la main-d'œuvre en tourisme au Bas-Saint-Laurent a été réalisé et est disponible sur le site de Tourisme Bas-Saint-Laurent.

Administration

Une démarche est en cours afin d'effectuer un sondage des besoins de formation auprès des entreprises.

La diffusion des renseignements du réseau de veille de la Chaire de tourisme Transat de l'UQAM et des données de Tourisme Québec se fait sur une base régulière et selon les opportunités.

Accueil, développement et promotion

1. Concertation

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

- Commission régionale sur les ressources naturelles et le territoire;
- Table d'harmonisation du parc national du Bic (à partir de l'automne 2012);
- 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 (en révision, reprise des travaux au printemps 2013);
- Conseil d'administration de PARC Bas-Saint-Laurent;
- Conseil des partenaires du marché du travail au Bas-Saint-Laurent ainsi qu'à l'exécutif;
- Comité pour la valorisation des formations professionnelles et techniques au Bas-Saint-Laurent (fin des rencontres à l'automne 2012);
- Table régionale de concertation sur les véhicules hors route (fin des travaux en 2012);
- Table régionale sur les paysages (fin des travaux en 2012);
- Autres tables et comités régionaux et nationaux sur des sujets de développement de l'industrie touristique selon la demande.

ATR associées du Québec

Le directeur général participe à la conférence des directeurs généraux. Le directeur et le président siègent à la table des régions touristiques. Le président siège au conseil d'administration et en fait le rapport aux membres du conseil d'administration de Tourisme Bas-Saint-Laurent.

Tourisme Québec

La nouvelle politique de Tourisme Québec a été déposée en juin et nous travaillons à arrimer la région à ce plan national, par le biais de notre nouvelle stratégie de développement.

Québec maritime

Le président et le directeur général siègent au conseil d'administration et à la table des directeurs généraux et en font le rapport aux membres du conseil d'administration.

Un lac-à-l'épaule s'est tenu le 12 novembre 2012 afin de mieux arrimer Tourisme Bas-Saint-Laurent avec les actions du Québec maritime, lequel fut suivi d'un forum les 13 et 14 novembre. Dans un même ordre d'idées, il est prévu d'organiser une rencontre au Bas-Saint-Laurent en 2013 concernant les stratégies de l'organisme.

2. Dossiers spécifiques de développement régional

Tourisme Bas-Saint-Laurent dépose au besoin des avis sectoriels sur les différents dossiers en lien avec le développement touristique régional (l'éolien, les autoroutes 20 et 85, l'exploitation du gaz dans l'Estuaire, les impacts du plan Nord et la réforme de l'assurance-emploi).

3. Hébergement

Nous poursuivons nos démarches afin d'arrimer notre stratégie régionale visant à contrer l'hébergement clandestin au Bas-Saint-Laurent avec les actions de Tourisme Québec et assurer une meilleure information dans ce dossier. Tourisme Québec a d'ailleurs affirmé sa position sur le sujet et a développé une stratégie de suivi.

Développement de l'offre

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

La nouvelle stratégie de développement de l'offre au Bas-Saint-Laurent est en cours de réalisation et sera déposée à l'automne 2013, lors du Rendez-vous 2013.

2. Dossiers d'entreprises

Tourisme Bas-Saint-Laurent soutient les projets de développement touristique en lien avec la stratégie régionale selon les opportunités et les demandes de l'industrie.

Quelques avis et 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 Tourisme Québec et autres partenaires financiers, etc.).

3. Gestion du Fonds de développement

Le comité a repris ses activités suite à la signature de la nouvelle entente de partenariat régional en tourisme (EPRT). Une rencontre a eu lieu en décembre et en mars une conférence téléphonique pour l'analyse des premiers projets. Six projets ont été soutenus pour une aide de 307 500 \$ et sept événements recevront une aide de 10 000 \$ sur deux ans.

Valorisation de l'industrie touristique

1. Développement des ressources humaines

Un calendrier des formations offertes par le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT) est diffusé régulièrement par le biais du bulletin Le Potineur. La formation Client plus employés a été offerte en juin et février et Client plus coaching, en novembre 2012.

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

La stratégie de valorisation de l'industrie touristique au Bas-Saint-Laurent, des formations et des métiers en tourisme est complétée et nous sommes à réaliser les actions identifiées. La campagne de valorisation a été lancée le 28 janvier 2013 lors de deux conférences de presse (Matane et Rivière-du-Loup). La publicité télé a été diffusée sur les ondes de CFER et CIMT du 28 janvier au 3 mars, accompagnée de placements publicitaires dans les hebdomadaires régionaux et d'un site Internet JeTravailleEnTourisme.com.

Promotion et marketing

1. Taxe spécifique sur l'hébergement

La rencontre du comité de gestion de la taxe, prévue en décembre, a été reportée pour finalement se tenir le 24 janvier 2013 afin de faire un retour sur la campagne 2012-2013, de déposer aux membres du comité le budget pro forma, les actions marketing prévues pour 2013-2014, ainsi que la campagne motoneige hiver 2013.

2. Plan d'action marketing 2012-2013

Campagnes promotionnelles

La campagne été-automne 2012 a été réalisée telle que prévue. La région du Bas-Saint-Laurent a poursuivi sa progression dans l'univers du Web 2.0 par la continuation du blogue, la promotion d'un concours sur sa page Facebook et l'ouverture de comptes dans les médias sociaux. L'équipe de blogueurs continue de sillonner la région et la stratégie Facebook (concours, etc.) a permis de faire passer le nombre d'adeptes de 700 à plus de 3 400.

Promotion et marketing

Pour la campagne télé 2012, la nouvelle publicité télévisée de 30 secondes, réalisée par notre agence de communication Egzakt, a connu un excellent succès. Les nombreuses réactions ont été positives. L'achat d'espaces publicitaires dans les journaux et magazines spécialisés en tourisme a également permis une bonne visibilité à la région et aux membres/annonceurs de Tourisme Bas-Saint-Laurent. L'achat de bannières, de permanences et d'habillages de sites, dont ceux de Radio-Canada et de Canoë, a mis la région en valeur à des moments décisifs pour le choix d'une destination vacances. En soutien à un dossier de 10 pages sur les entreprises agroalimentaires du Bas-Saint-Laurent dans le magazine Ricardo, nous avons positionné la région et la brochure Saveurs et Gourmandises par l'achat d'une page publicitaire : une première dans ce magazine.

La campagne motoneige a débuté dès l'automne par la présence du Bas-Saint-Laurent dans les magazines spécialisés (Motoneige Québec, Sports motorisés...) et à des salons de promotion (Québec, Toronto, USA), par l'achat de bannières dans divers sites, par l'encartage de 3 000 cartes de sentiers au Nouveau-Brunswick et en Ontario et par une campagne radio assortie de concours qui ont débuté en janvier 2013. La saison motoneige s'est terminée de façon abrupte après deux semaines seulement d'activité. Les conditions météo peu favorables et le manque de neige ont aussi fait qu'il a été impossible de procéder au tournage de nouvelles images motoneige en HD.

Une campagne sur les produits vélo et plein air a été réalisée dans les magazines Géo Plein Air et VéloMag, en partenariat avec les cinq MRC.

Projets Tourisme Bas-Saint-Laurent et autres associations touristiques régionales (ATR)

La promotion de la route des Navigateurs se poursuit, en collaboration avec les régions du Centre-du-Québec et de la Chaudière-Appalaches. Pour 2013-2014, le concept visuel de la brochure a été entièrement revu.



Le premier carnet mototourisme Bas-Saint-Laurent/Gaspésie a été réalisé et imprimé en 40 000 exemplaires. Pour ce faire, prise de photos, cartographie, identification et rédaction des circuits et vente de publicités ont été nécessaires. Le lancement a eu lieu en février 2013 lors des salons de la moto de Montréal et de Québec auxquels le Bas-Saint-Laurent a participé conjointement avec la région de la Gaspésie.

Le projet de conception d'une campagne publicitaire sur le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent est en évaluation. Par contre, un soutien accru et une promotion concertée mettront de l'avant l'ouverture du nouveau parc national du Lac-Témiscouata prévue pour le début de l'été 2013.

Le Bas-Saint-Laurent participe aux rencontres de la table des directeurs marketing organisées deux fois l'an par ATR associées du Québec, de même qu'aux actions communes visant la promotion des régions du Québec, dont celles mises de l'avant sur la page Facebook, Les régions touristiques du Québec, suivi par plus de 10 000 adeptes.

Partenariats promotionnels

Les projets de production des brochures Saveurs et Gourmandises et Circuit des créateurs ont été réalisés avec notre collaboration et notre soutien financier.

En collaboration avec Croisières AML, Tourisme Bas-Saint-Laurent a été porteur d'un projet de mise en valeur des produits régionaux à bord du Cavalier Maxim pour la portion entre Québec et Baie-Sainte-Catherine, lors des Grandes Croisières Fluviales. Durant neuf semaines, du début juillet à la fin août, 16 producteurs agroalimentaires du Bas-Saint-Laurent se sont succédé pour présenter et faire goûter leurs produits aux croisiéristes. Des ateliers culinaires avec une chef de la région complétaient l'expérience. Tourisme Bas-Saint-Laurent et ses partenaires régionaux présentaient l'offre touristique en remettant des guides et autres outils. Ce projet représentait une opportunité pour la mise en valeur des produits du terroir bas-laurentien. Il a permis de rejoindre une clientèle largement attirée par tout ce qui entoure la gastronomie.



Promotion et marketing

3. Mise en marché hors Québec

Québec maritime

Tourisme Bas-Saint-Laurent est actif dans la réalisation des stratégies et des actions de marketing du Québec maritime, particulièrement au niveau de la campagne été et motoneige.

4. Salons promotionnels

En compagnie des régions de Rimouski, Kamouraska, Témiscouata et de l'Hôtel Universel de Rivière-du-Loup, nous avons participé au Salon Info-Vélo de Québec et nous avons assuré un soutien pour celui de Montréal.

Nous étions présents aux deux éditions du Festival Plein Air et voyage en compagnie des régions du Témiscouata et de Rimouski (Montréal) et du Témiscouata (Québec).

Nous avons assuré le soutien et l'organisation du Salon des sports récréatifs motorisés. L'Hôtel Rimouski, le Domaine Valga, Pohénégamook Santé Plein Air, l'Hôtel Universel, l'OTC de Rivière-du-Loup et Aventure blanche ont représenté la région.

Tourisme Bas-Saint-Laurent a participé, pour une première fois, aux Salons de la moto de Montréal et de Québec en février 2013.

Nous avons participé, en collaboration avec le Québec maritime, au Salon motoneige de Toronto les 19 et 20 octobre 2012, avec la Gaspésie.

Édition

1. Collection 2012-2013 des outils promotionnels

- ☑ La Carte motoneige 2013 est parue à la fin du mois de juillet 2012. Le nombre total d'exemplaires bilingues est de 25 000.
- ☑ La Carte vélo 2013 est parue à la fin février 2013. Le nombre total d'exemplaires bilingues est de 35 000. Une partie des exemplaires (20 000) sera distribuée dans la revue Vélo Mag.
- ☑ Le Guide touristique officiel, édition 2013–2014, est paru en mars 2013. Le nombre total d'exemplaires est de 125 000, dont 28 000 en anglais. Le plan de distribution demeure le même.
- ☑ La brochure Événements et théâtres d'été 2013 est parue en avril 2013.

2. Documents administratifs

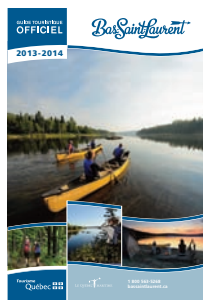
Guide des services

L'édition 2012 du Guide des services aux membres est disponible en version papier et en version électronique, dans la section *Membres* de notre site Internet.

La Politique de crédits a été mise à jour et envoyée à tous les membres lors du renouvellement du membership au mois d'août 2012.

3. Politique de gestion durable

La plupart des actions de la nouvelle politique de gestion durable n'ont pas été accomplies et seront reprises en 2013.



Communication

1. Relations de presse

Cinq journalistes ont visité le Bas-Saint-Laurent :

- ☑ Anne Pélouas (VOIR-Le Soleil), du 13 au 16 juin 2012.
- ☑ Frédérique Sauvé (Revue Espaces), du 29 juin au 2 juillet 2012.
- ☑ Denis Lord (Groupe Espaces-Terre de chez nous), du 4 au 7 juillet 2012.
- ☑ Yves Ouellet (La Presse-Camping/Caravaning), le 3 août 2012.
- ☑ Yves Ouellet (Motoneige Québec), le 26 janvier 2013.
- ☑ Claude Côté (Magazine Marche et Randonnée), les 9 et 10 février 2013.

Les tournées journalistiques sont élaborées selon la demande et les besoins de chacun.

Afin d'accompagner le Québec maritime et nos partenaires lors de tournées de presse et de familiarisation, nous avons accompagné Bart Hazen (journaliste et photographe cycliste des Pays-Bas), les 9 et 10 juillet, et lui avons fait découvrir Rimouski. Nous avons également rencontré 5 voyageurs/réceptifs le 9 juin à l'Hôtel Universel de Rivière-du-Loup.

Nous avons participé à la Bourse des médias estivale le 12 avril 2012 et rencontré 26 journalistes. Nous avons participé à la Bourse des médias hivernale le 25 octobre 2013 et rencontré 29 journalistes.

Aucune conférence de presse de lancement n'a été faite pour la saison estivale 2012. Par contre, sept communiqués de presse ont été publiés, dont trois pour le déroulement de la saison touristique. Enfin, deux conférences de presse ont eu lieu dans le cadre du lancement de la campagne de valorisation de l'industrie touristique, des métiers et des formations en tourisme, soit l'une au Cégep de Matane et l'autre au Pavillon-de-l'Avenir de Rivière-du-Loup.

Afin de structurer nos méthodes de suivi et d'analyse des tournées de journalistes, un formulaire d'appréciation a été planifié.

2. Grands Prix du tourisme québécois

Le lancement des GPTQ 2013 s'est fait le 2 octobre 2012, en simultané avec les ATR associées du Québec, par un communiqué de presse et plusieurs envois auprès de nos membres. Le gala régional a eu lieu le jeudi 4 avril 2013 au Parc du Mont Saint-Mathieu sous la formule d'un 4 à 8 rassemblant plus de 130 convives. Quatorze prix officiels et deux mentions du jury ont été remis.

Le gala national s'est tenu le mardi 14 mai au Casino du Lac Lemy à Gatineau où 9 des 14 entreprises, lauréates régionales, se sont vues mises en nomination pour la finale nationale. Lors de cet événement, Les Grandes Fêtes du Saint-Laurent se sont vu remettre le prix Argent pour la catégorie Festivals et événements touristiques, budget d'exploitation de 300 000 \$ à 1 M\$.

3. Site Internet

Nous effectuons la mise à jour des fiches des membres sur une base régulière et faisons l'ajout d'information pertinente, lorsque nécessaire.

Nous avons également débuté un processus d'élaboration pour le nouveau visuel du site BasSaintLaurent.ca.

L'ajout de documents administratifs ou d'information est effectué sur une base régulière dans la section *Membres*.

4. Communication aux membres

Le bulletin Le Potineur a été expédié à tous les membres en mai, octobre et décembre 2012, ainsi qu'en mars 2013.

5. Communication aux abonnés (infolettre)

Afin de susciter l'intérêt des visiteurs (8 000 abonnés) et de les informer des nouveautés estivales, trois infolettres ont été envoyées en juin, juillet et août 2012.

Accueil et renseignements touristiques

1. Politique d'accueil et de renseignements touristiques

La révision de la politique régionale sera réalisée suite à l'éventuel dépôt de la politique nationale afin d'arrimer les objectifs retenus par les deux parties.

La nouvelle carte régionale de localisation des lieux d'accueil touristique du Bas-Saint-Laurent a été présentée aux membres du comité régional des lieux d'accueil et de renseignements touristiques lors de la rencontre du 26 janvier dernier. Cette carte a été distribuée en tant qu'outil de travail à tous les « responsables » des bureaux d'information touristique (BIT) et des bureaux d'accueil touristique (BAT).

Les journées annuelles de l'accueil se sont tenues à Gatineau dans la région de l'Outaouais sous le thème « Le meilleur de tous les temps ». Sept gestionnaires et responsables de lieux d'accueil y ont participé. Au total, 112 personnes de partout à travers le Québec étaient au rendez-vous. Les ateliers et les activités du colloque facilitaient beaucoup le réseautage et l'échange des savoirs entre les différentes organisations. Les ateliers traitaient principalement des sujets suivants : technologies, image de marque, médias sociaux, ressources humaines.

Une rencontre des gestionnaires des lieux d'accueil touristique a eu lieu le 30 mai 2012. Les principaux sujets liés à la gestion de ces lieux ont été discutés. Une autre rencontre a eu lieu à Rimouski le 11 décembre 2012, afin d'évaluer le déroulement de la saison touristique 2012 et de planifier la nouvelle saison 2013.

Pour la saison 2013, chaque lieu d'accueil offrira aux visiteurs un service Internet sans fil (Wi-fi).

Tous les préposés à l'accueil ont porté, dans le cadre de leur fonction, un polo identifié Tourisme Bas-Saint-Laurent avec une broderie de leur nom respectif.

Une mise en réseau via Internet pour tout le réseau d'accueil et de renseignements touristiques du Bas-Saint-Laurent est prévue pour la saison touristique 2013. Désormais, les préposés pourront partager l'information et aussi échanger des données sur la disponibilité des unités de chambres du réseau d'hébergement.

La formation des préposés à l'accueil a eu lieu à l'Hôtel Universel de Rivière-du-Loup le 13 et le 16 juin 2012. Au total, 31 conseillers en séjour ont été formés par Tourisme Bas-Saint-Laurent et huit d'entre eux ont suivi la formation du CQRHT Client plus volet employé.

Le 3 avril 2013 s'est tenu une formation d'une demi-journée qui portait sur le système de base de données de BonjourQuébec.com. Onze gestionnaires de bureau d'information touristique (BIT) et de bureau d'accueil touristique (BAT) étaient présents à cette formation.

2. Information touristique

Pour l'année 2012, 2 223 envois postaux ont été effectués pour les demandes régulières. Un total de 295 cartes motoneige a également été acheminé par la poste.

La réception des dépliants des membres pour les dix lieux d'accueil s'est effectuée du 14 au 18 mai 2012.

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

Accueil et renseignements touristiques

3. Présentoirs et signalisation

Toutes les nouvelles demandes concernant le programme de signalisation touristique sont acheminées aux ATR associées du Québec.

Un total de 32 entreprises a loué 105 espaces dans les centres Infotouriste®, dont 18 à Dégelis, et 6 forfaits des 7 centres pour la saison estivale ont été réservés. Huit événements se sont prévalus d'un espace gratuit dans les centres Infotouriste® de leur choix.

4. Routes touristiques

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

Une aide financière a été octroyée à la route des Frontières et Tourisme Bas-Saint-Laurent assure le financement et la gestion de la route des Navigateurs.

Le 30 janvier 2013, une première rencontre d'un comité élargi, regroupant différents organismes du milieu, dont les MRC, CLD, SADC, Tourisme Bas-Saint-Laurent, Corporation de développement économique, ainsi que différentes municipalités, s'est tenue à Esprit-Saint. Celle-ci portait sur le développement d'une nouvelle route touristique dans le secteur de la MRC de Rimouski-Neigette et de la MRC de Témiscouata. De cette rencontre a découlé la formation d'un comité restreint dont le mandat est de travailler à l'avancement du dossier de cette route touristique. Une proposition de tracé a été définie et sera déposée le 18 avril prochain au comité élargi. Nous avons le mandat d'accompagner le comité dans la réalisation de ce projet.

5. Traitement des plaintes

La Politique de gestion des plaintes a été appliquée pour chacune des plaintes reçues. Nous avons traité 18 plaintes au cours de l'été 2012 autant pour des entreprises membres que des entreprises non membres de Tourisme Bas-Saint-Laurent. Les entreprises membres, qui ne font pas partie du secteur de l'hébergement, ont fait un suivi avec nous. Toutes les plaintes concernant l'hébergement ont été transmises à Tourisme Québec. Ce dernier nous a acheminé les correspondances qui ont eu lieu par rapport à chacune des plaintes.

Actes d'information dans les lieux d'accueil

	2010	2011	2012
Total	43 695 pour 2,3 personnes/ demande	36 014 pour 2,26 personnes/ demande	36 302 pour 2,25 personnes/ demande

Les différents sites Internet de Tourisme Bas-Saint-Laurent

	Visites	Pages
2010	161 805	896 860 (5,54 pages/visite)
2011	144 250	733 184 (5,08 pages/visite)
2012	182 000	860 000 (4,7 pages/visite)

Envois postaux

	2010	2011	2012
Total des envois postaux	7 386	3 858	2 368

Lauréats régionaux et lauréat national Grands Prix du tourisme québécois 2013

AGROTURISME ET PRODUITS RÉGIONAUX

Pâtisseries & Gourmandises d'Olivier

Innovation

«Une nouveauté en matière de pâtisseries et de gourmandises d'Olivier...»

«Ces gâteaux ont été faits en son atelier...»

CONTACT : Olivier Lefebvre, 418-253-1111, olivier@olivier.com

ATTRACTIONS TOURISTIQUES - MOINS DE 25 000 VISITEURS

FORT INGALL

Innovation

«Fort Ingall offre tout un monde de découvertes...»

CONTACT : Fort Ingall, 418-253-1111, fort.ingall@parcs-provinciaux.gouv.qc.ca

ATTRACTIONS TOURISTIQUES - 25 000 À 100 000 VISITEURS

Site historique maritime de la Pointe-au-Père

Innovation

«Le site historique maritime de la Pointe-au-Père...»

CONTACT : Pointe-au-Père, 418-253-1111, pointe-au-pere@parcs-provinciaux.gouv.qc.ca

ÉCOTOURISME ET TOURISME D'AVENTURE

SOCIÉTÉ DUVETNOR

Innovation

«Notre innovation se manifeste par le passage à l'énergie alternative...»

CONTACT : Duvetnor, 418-253-1111, duvetnor.com

FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS TOURISTIQUES

Tour de la relève internationale de Rimouski

Innovation

«Une nouveauté en matière de performances...»

CONTACT : Tour de la relève, 418-253-1111, tourdelareleve.com

FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS TOURISTIQUES

Les Grandes Fêtes du Saint-Laurent

Innovation

«Les Grandes Fêtes du Saint-Laurent...»

CONTACT : Les Grandes Fêtes, 418-253-1111, lesgrandesfetes.com

HÉBERGEMENT - MOINS DE 10 UNITÉS

Auberge Foin de mer

Innovation

«Auberge Foin de mer...»

CONTACT : Auberge Foin de mer, 418-253-1111, aubergefoin.com

HÉBERGEMENT - 10 À 199 UNITÉS

HÔTEL RIMOUSKI

Innovation

«Hôtel Rimouski...»

CONTACT : Hôtel Rimouski, 418-253-1111, hotelrimouski.com

SERVICES TOURISTIQUES

SOCIÉTÉ DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DE RIMOUSKI

Innovation

«Société de promotion économique de Rimouski...»

CONTACT : SPÉR, 418-253-1111, sper.com

CAMPINGS, SITES DE PLEIN AIR, DE SPORT ET DE LOISIR

CANYONS DES PORTES DE L'ENFER

Innovation

«Canyons des Portes de l'Enfer...»

CONTACT : Canyons des Portes de l'Enfer, 418-253-1111, canyons.com

RESSOURCES HUMAINES - EMPLOIÉE TOURISTIQUE

Mélanie Paquet

Directrice générale

ENTREPRISE

RESPONSABILITÉS

RESSOURCES HUMAINES - SUPRISUREUSE TOURISTIQUE

FRANCINE DESJARDINS

Superviseure, Bureau d'information touristique de La Pocatière

ENTREPRISE

RESPONSABILITÉS

RESSOURCES HUMAINES - RELEVÉ TOURISTIQUE

KARINE VINCENT

Directrice générale

ENTREPRISES

RESPONSABILITÉS

PERSONALITÉ TOURISTIQUE

PAUL GAGNÉ

CONSEILLER AUX ENTREPRISES TOURISTIQUES

ENTREPRISE

RESPONSABILITÉS

COUP DE CŒUR DU JURY

PARC DU MONT-SAINT-MATHIEU

Innovation

«Parc du Mont-Saint-Mathieu...»

CONTACT : Parc du Mont-Saint-Mathieu, 418-253-1111, mont-saint-mathieu.com

COUP DE CŒUR DU JURY

Les Maisons du Phare de l'île Verte

Innovation

«Les Maisons du Phare de l'île Verte...»

CONTACT : Les Maisons du Phare, 418-253-1111, maisonsduphare.com

Questions financières

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. Fonctionnement interne

- ✗ Négocier une nouvelle entente de fonctionnement avec Tourisme Québec (fin de l'entente actuelle, le 31 mars 2014).
- ✗ Revoir la répartition des montants reliés à la hausse de la taxe spécifique sur l'hébergement de 2 \$ à 3 \$.
- ✗ Négocier une nouvelle entente avec la direction générale (fin de contrat en décembre 2013).

2. Partenariat

- ✗ Suivre les budgets alloués dans l'entente culturelle pour le tourisme culturel.

Service aux membres et partenaires

- ✗ Tenir à jour et diffuser le Guide des services auprès des membres et des nouveaux membres potentiels.
- ✗ Transmettre aux membres et partenaires l'information pertinente aux dossiers prioritaires.
- ✗ Gérer la section *Membres* du site Internet par l'ajout des documents administratifs pertinents.
- ✗ Effectuer un sondage des besoins de formation auprès des entreprises et organismes.

Amélioration des connaissances

- ✗ Collaborer, avec les ATR associées du Québec, à une enquête sur les habitudes de voyage des Québécois.
- ✗ Promouvoir le réseau de veille de la Chaire de tourisme et les données de Tourisme Québec et de la Commission canadienne du tourisme.

Valorisation des ressources humaines

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

- ✗ Appliquer la stratégie de valorisation des formations et des métiers en tourisme et réaliser le plan d'action 2013-2014.
- ✗ 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 l'an 2 de la campagne de valorisation de l'industrie touristique au Bas-Saint-Laurent (JeTravailleEnTourisme.com).
- ✗ Participer au premier Rendez-vous des métiers et professions au Bas-Saint-Laurent (printemps 2014).

Accueil, développement et promotion

Tourisme Bas-Saint-Laurent est reconnu par Tourisme Québec 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 mise en place du Rendez-vous des métiers et professions;
- ✕ 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 (monsieur Pierre Laplante, directeur);
- ✕ Siéger au conseil d'administration d'ATR associées du Québec (monsieur Hugues Massey, président);
- ✕ Siéger à la table des régions (messieurs Hugues Massey et Pierre Laplante).

Tourisme Québec

- ✕ Participer à la réalisation du plan de développement de l'industrie touristique 2020. Monsieur Pierre Laplante agit à titre de coresponsable de la table Fleuve Saint-Laurent.

Québec maritime

- ✕ Assister au conseil d'administration et à la table des directeurs généraux du Québec maritime.
- ✕ Compléter l'analyse des liens entre Tourisme Bas-Saint-Laurent et le Québec maritime (membership, actions marketing, etc.).
- ✕ Organiser une rencontre régionale sur les stratégies du Québec maritime au sein du Rendez-vous touristique 2013 (ATR).

2. Dossiers spécifiques de développement régional

Donner des avis sur certains dossiers spécifiques. Pour l'année 2013-2014, 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 de développement nordique - Le nord pour tous.

3. Hébergement

Diffuser 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 et plus spécifiquement Tourisme Québec.

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

- ✕ Compléter la nouvelle stratégie de développement au Bas-Saint-Laurent 2014-2020.
- ✕ 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 (Rendez-vous touristique en octobre).

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.
- ✗ Émettre des avis auprès de Tourisme Québec pour le programme d'aide aux entreprises touristiques (PADAT) d'Investissement Québec.

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 de l'entente de partenariat régional en tourisme (EPRT).

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.
- ✗ Analyser les opportunités suite à la hausse de la taxe de 2 \$ à 3 \$.

2. Plan d'action marketing 2013-2014

Campagnes promotionnelles

- ✗ Réaliser la campagne nationale été-automne 2013-2014 sous le thème Réserve mondiale de bon temps.
- ✗ 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 associations touristiques régionales

- ✗ Analyser les offres de promotion concertée avec les autres ATR du Québec.
- ✗ Réaliser la campagne mototourisme avec la Gaspésie.
- ✗ Effectuer une campagne sur le parc marin du Saguenay–Saint-Laurent.
- ✗ Accomplir le projet de campagne sur les régions touristiques avec ATR associées du Québec.
- ✗ Réaliser une campagne Fleuve Saint-Laurent avec les ATR de Manicouagan, de Charlevoix et le Québec maritime.

Partenariats promotionnels

- ✗ Soutenir le produit agroalimentaire au Bas-Saint-Laurent.
- ✗ Analyser les besoins pour la réalisation d'une campagne sur le quad (salons, carte, etc.).
- ✗ Participer au positionnement du Bas-Saint-Laurent comme région-vedette du congrès de la Fédération québécoise des municipalités en octobre.

3. 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).

4. Mise en marché hors Québec

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 (voir document sur le Québec maritime annexé).
- ✗ 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 2014-2015 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.
- ✗ Analyser le potentiel d'une carte régionale ou d'un outil régional pour le quad (2014).

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

2. Documents administratifs

- ✗ Éditer le Guide des services aux membres.
- ✗ Éditer la Politique de crédits.

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

3. Politique de gestion durable

- ✗ Mettre en application 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.
- ✗ Apporter une attention particulière pour les projets spéciaux de 2014 suivants :
 - ✗ Congrès mondial acadien;
 - ✗ 100 ans du naufrage de l'Empress of Ireland;
 - ✗ Bas-Saint-Laurent, région-vedette du congrès de la Fédération des municipalités du Québec.

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 et la participation de nos lauréats au gala national.

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

3. Site Internet

- ✘ Réaliser une refonte du visuel du site Internet.
- ✘ Mettre à jour et bonifier le site Internet (en continu).
- ✘ Mettre à jour et bonifier la section *Membres* (en continu).

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.
- ✘ Développer des partenariats afin d'améliorer l'accueil touristique sur les traversiers (projets de Trois-Pistoles et Matane).

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 et les référer à ATR associées du Québec.
- ✘ Gérer et promouvoir la location d'espaces dans les présentoirs de Tourisme Québec auprès des entreprises du Bas-Saint-Laurent.

4. Routes touristiques

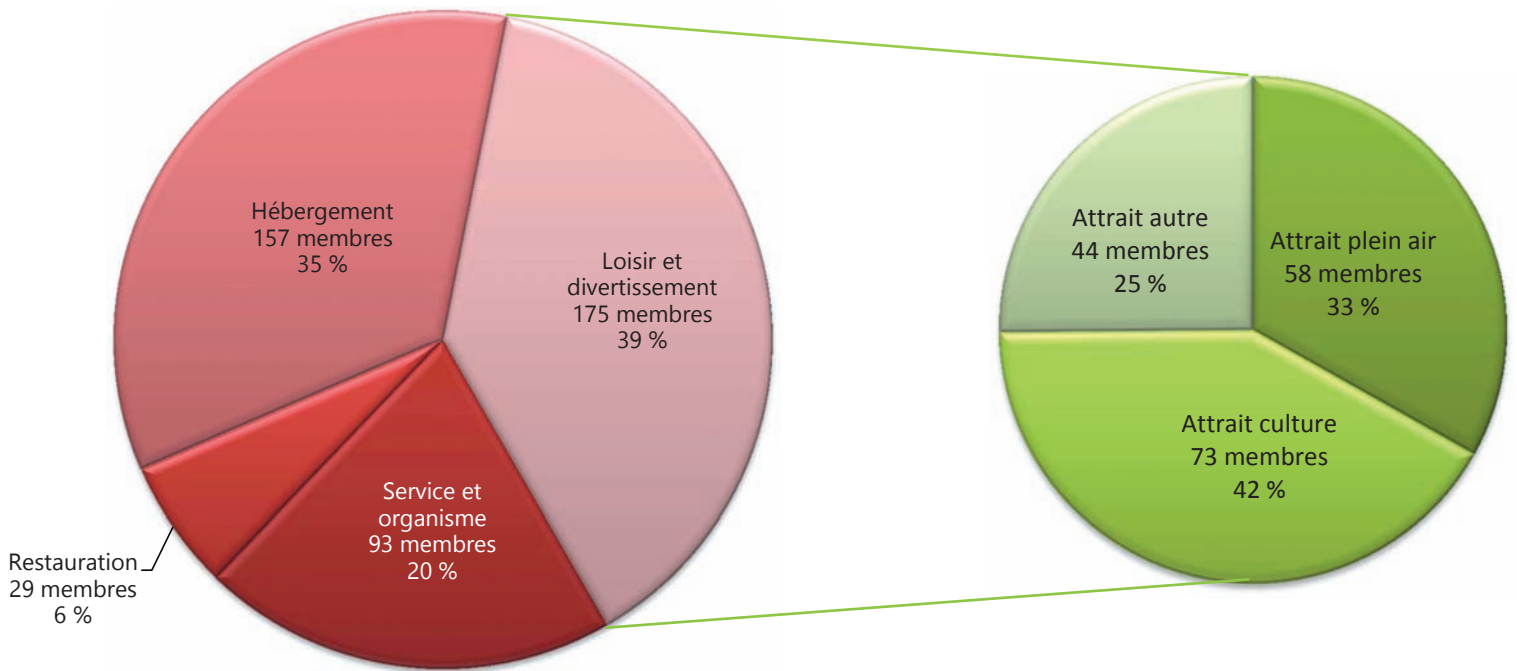
- ✘ Soutenir le développement des routes touristiques (route des Navigateurs et route des Frontières).
- ✘ Analyser le potentiel d'une nouvelle route touristique dans l'axe 230-232-234.

5. Traitement des plaintes

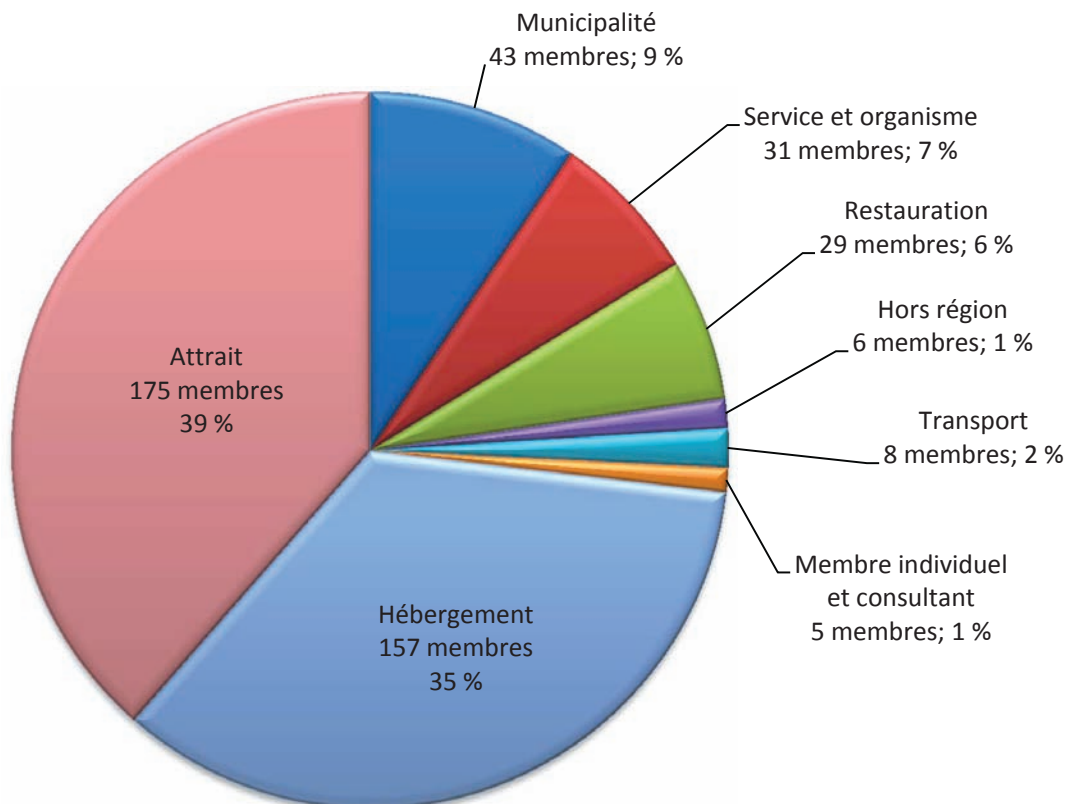
- ✘ Appliquer la politique de gestion des plaintes.
- ✘ Effectuer un suivi auprès des membres faisant l'objet d'une plainte.
- ✘ Transmettre les plaintes concernant l'hébergement à Tourisme Québec.
- ✘ Tenir un registre des plaintes des entreprises du Bas-Saint-Laurent.

Statistiques

Répartition des 454 membres selon les secteurs de l'industrie

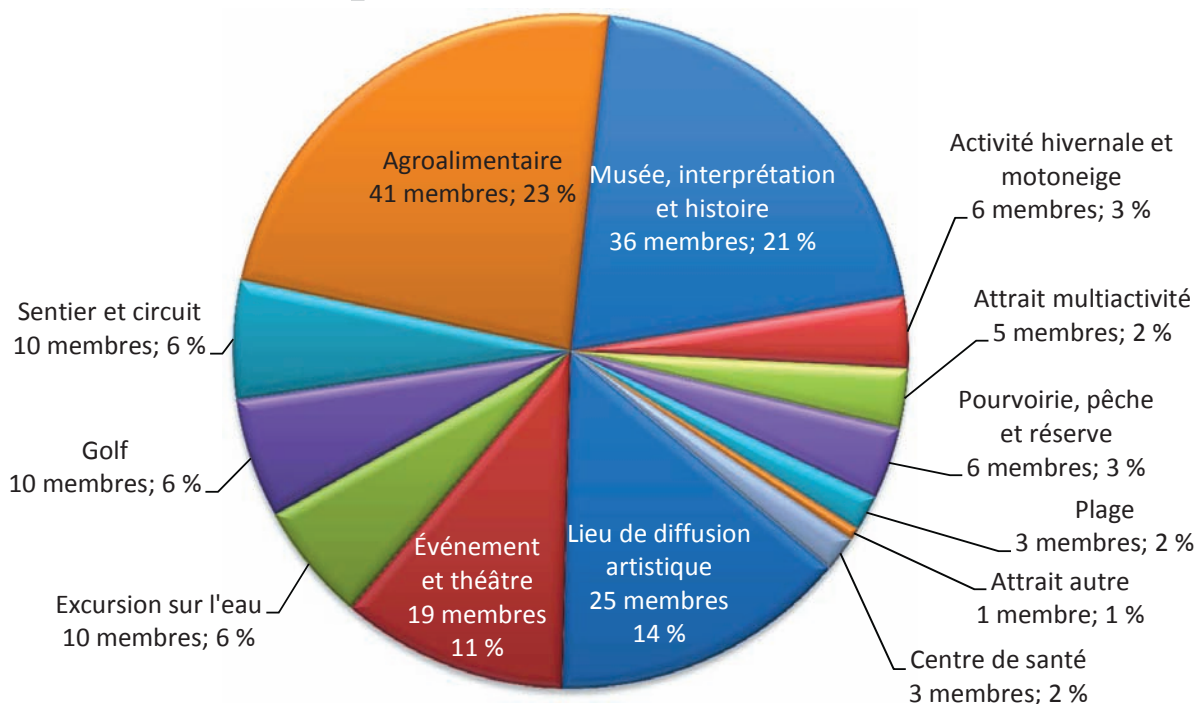


Répartition selon nos secteurs majeurs

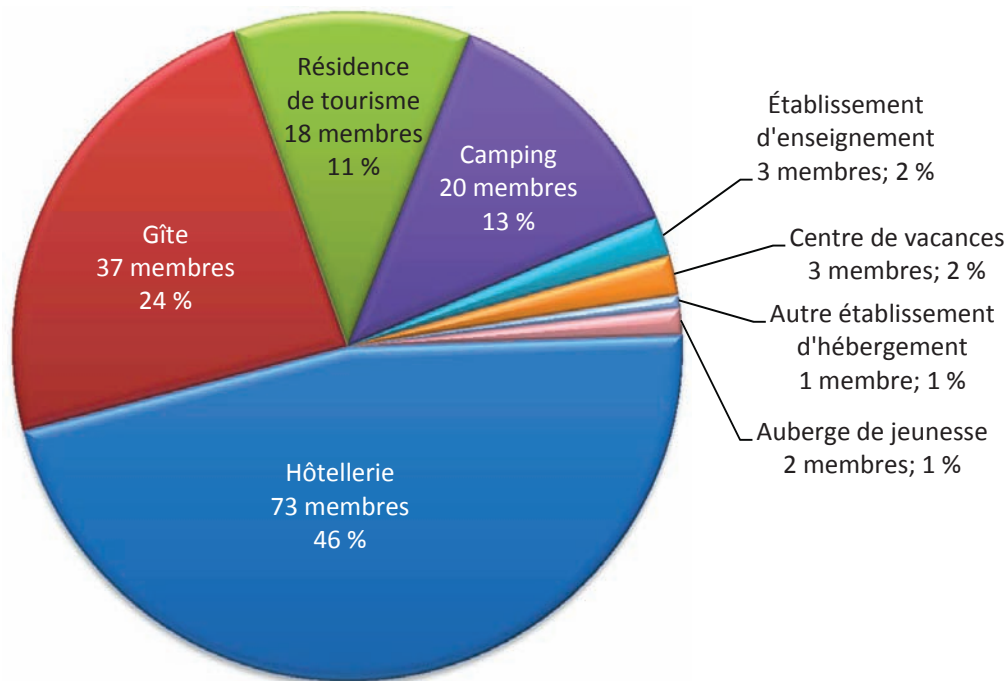


Nos secteurs majeurs en détail

Répartition des 175 attrails



Répartition des 157 établissements classifiés



Les inscriptions supplémentaires

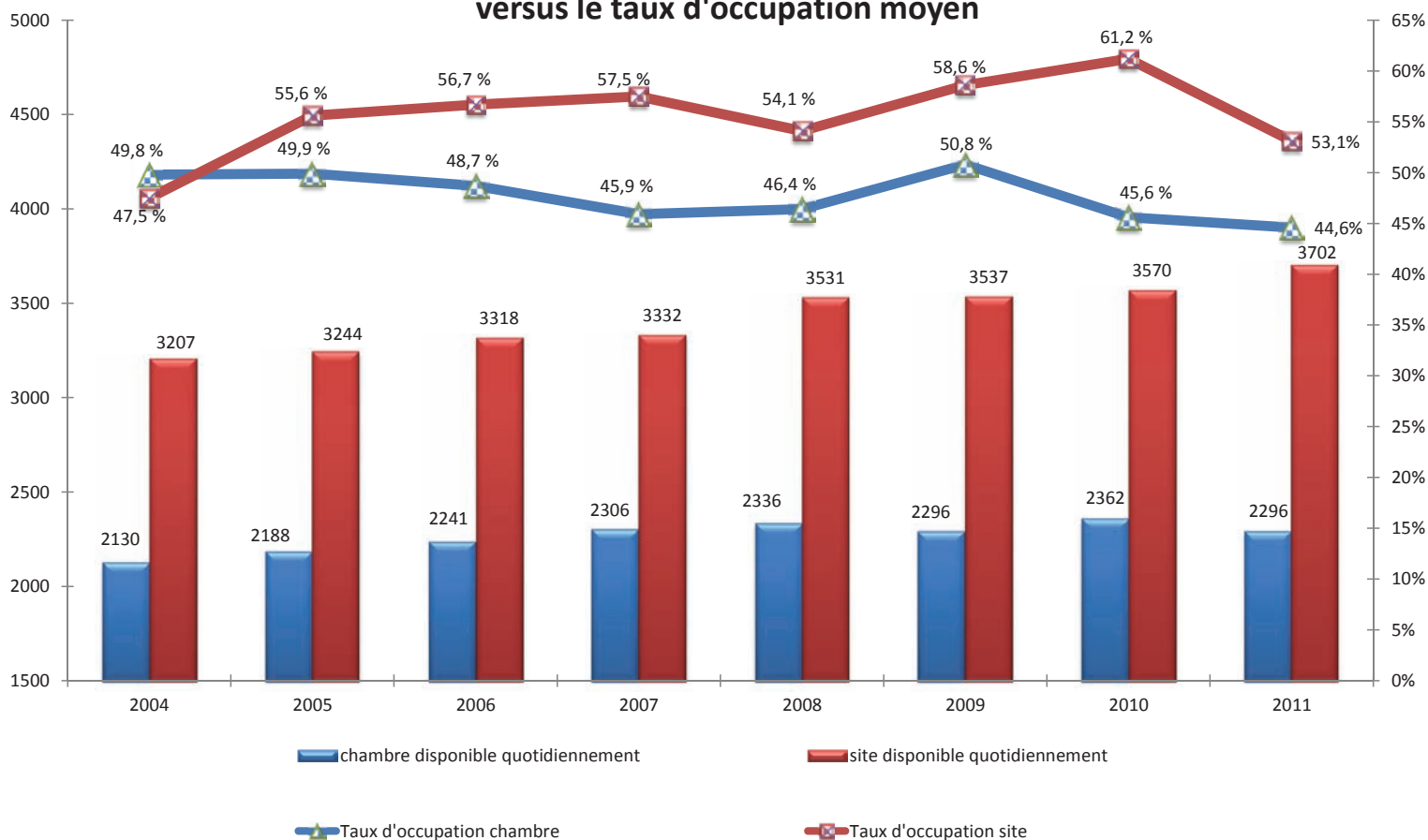
117 inscriptions supplémentaires

Catégories	Total	Catégories	Total	Catégories	Total	Catégories	Total
Restauration	29	Sentier et circuit	6	Hôtellerie	3	Activité hivernale et motoneige	2
Histoire et interprétation	17	Centre de santé	5	Lieu de diffusion artistique	3	Autre établissement d'hébergement	1
Camping	11	Résidence de tourisme	4	Agroalimentaire	2	Centre de vacances	1
Événement et théâtre	11	Attrait multiactivité	3	Gîte	2	Croisière et excursion sur l'eau	1
Salle de réunion	10	Hébergement sans classification	3	Plage	2	Pourvoirie et réserve	1

Industrie touristique

L'hébergement

Nombre de chambres et de sites de camping disponibles versus le taux d'occupation moyen



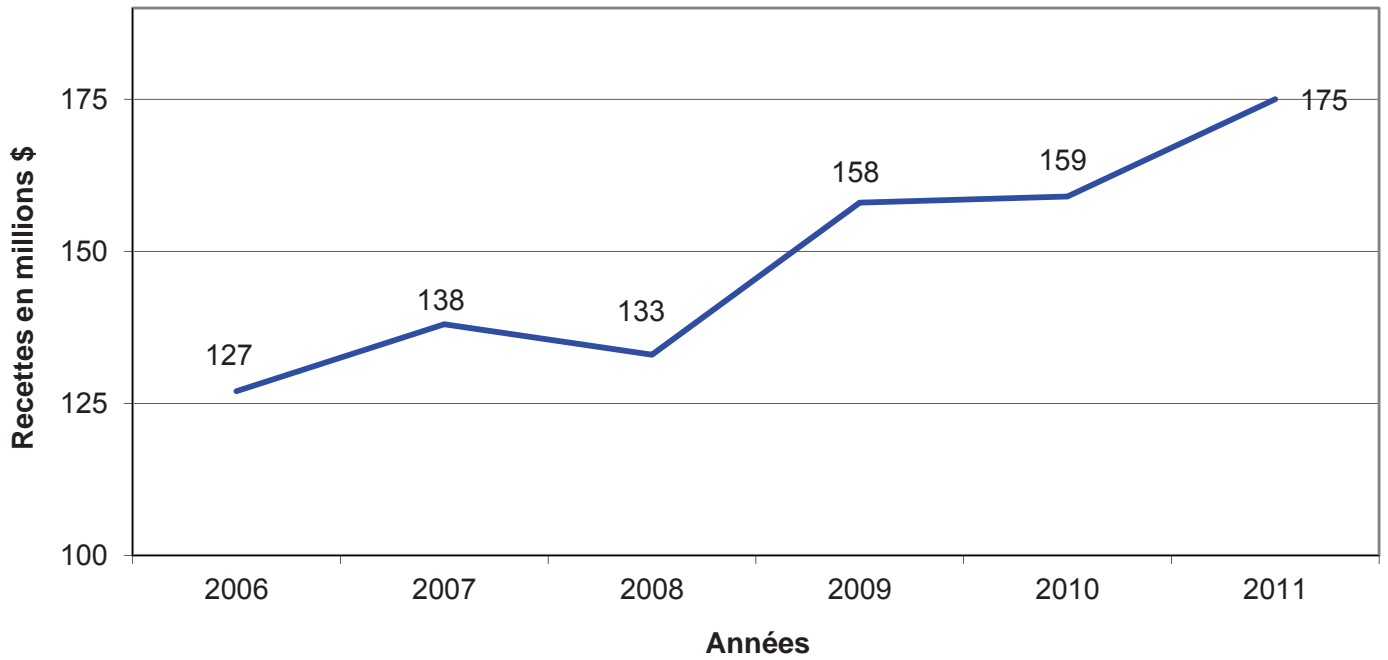
Nombre d'établissements	Établissement hôtelier	Gîte	Pourvoirie	Résidence de tourisme	Autre établissement d'hébergement	Total
2011	118	82		92	0	292
2012	108	78	9	104	4	303
2013	102	71	9	129	7	318
Nombre de chambres	Établissement hôtelier	Gîte	Pourvoirie	Résidence de tourisme	Autre établissement d'hébergement	Total
2011	2644	306	71	344	0	3365
2012	2596	296	72	329	16	3309
2013	2651	263	70	348	41	3373

Au 26 mars 2013

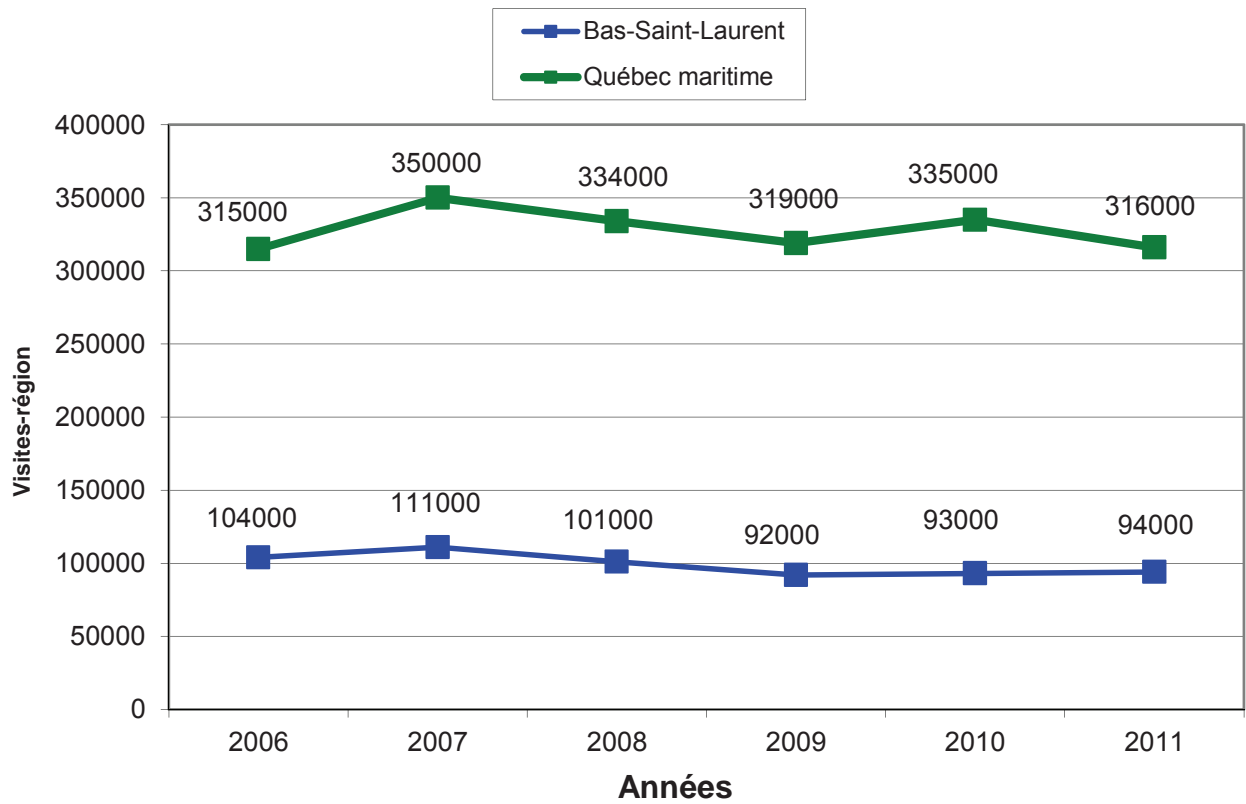
Établissement hôtelier, résidence de tourisme, autre établissement d'hébergement, établissement d'enseignement, centre de vacances, auberge de jeunesse	2007						2010						2012						2013							
	Total : 290 établissements						Total : 285 établissements						Total : 311 établissements						Total : 324 établissements							
	207 établissements						209 établissements						233 établissements						253 établissements							
	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★	0★	1★	2★	3★	4★	5★	EV	0★	1★	2★	3★	4★	5★	EV
		31	93	70	12	0		22	85	84	18	0		22	79	90	23	0	19		21	85	100	23	0	24
Gîte touristique	83 établissements						76 établissements						78 établissements						71 établissements							
	0★ 1★ 2★ 3★ 4★ 5★						0★ 1★ 2★ 3★ 4★ 5★						0★ 1★ 2★ 3★ 4★ 5★ EV						0★ 1★ 2★ 3★ 4★ 5★ EV							
		0	7	48	26	1		0	7	41	27	1		0	5	40	25	1	7		0	3	42	18	1	7

Industrie touristique

Recettes touristiques au Bas-Saint-Laurent



Les clientèles hors Québec



Réalisation du rapport 2012-2013

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.

