



## Équipe TBSL

**Pierre Levesque** *président-directeur général*  
**Mélissa Caron** *agente administrative*

### Équipe service aux membres

**Caroline Chassé** *directrice relations publiques*  
**Sarah Barrett** *agente service aux membres*  
**Marie-Hélène Thériault** *agente service aux membres*

### Équipe marketing et accueil touristique

**Pierre Fraser** *directeur marketing et accueil*  
**Raphaël Delobbe** *conseiller communication et marketing*  
**Karine Lebel** *agente communication et marketing*  
**Johanne Plante** *agente design graphique*  
**Olivier Gingras** *agent technologies numériques*

### Équipe développement et structuration de l'offre

**Caroline Roy** *directrice développement et administration*  
**Isabelle Côté** *conseillère développement*  
**Simon Bossé** *conseiller développement*  
**Lionel Jourdan** *conseiller développement*  
**Danny Bourdeau** *agent développement marketing*

*Merci à Kathy Beaulieu, à Denise Rioux  
et à Yoann Palaccio pour leur contribution  
en cours d'année.*

## Équipe du Québec maritime

**Nathalie Blouin** *directrice générale*  
**Yanick Paul** *directrice marketing*  
**Suzie Loiseau** *responsable des relations de presse  
et des relations de presse*  
**Anne-Josée Pineau** *coordonnatrice des communications  
et des relations de presse*  
**Marie-Ève Lagacé** *conseillère aux entreprises  
et à la structuration de l'offre*  
**Étienne Fiola** *responsable de la commercialisation*  
**Mérodie Schaeffer** *agente à la commercialisation*  
**Anthony Lepage** *coordonnateur blogue et médias sociaux*  
**Jacky Malenfant** *adjointe à la direction*

## Conseil d'administration

**Charles Labrecque** *président*  
*MRC de Rivière-du-Loup*

**Hélène Thériberge** *vice-présidente*  
*MRC de Rimouski-Neigette*

**Marlaine Saint-Jean** *secrétaire-trésorière*  
*MRC des Basques*

**Joanna Lortie** *administratrice*  
*MRC de Rivière-du-Loup*

**Catherine Gagné** *administratrice*  
*MRC de La Mitis*

**Annie Couture** *administratrice*  
*MRC des Basques*

**Maxime Gendron** *administrateur*  
*MRC Rimouski-Neigette*

**Patrick Noël** *administrateur*  
*MRC de Témiscouata*

**Martin Rioux-Beaulieu** *administrateur*  
*MRC de Témiscouata*

**Ève Simard** *administratrice*  
*MRC de Kamouraska*

**Élyme Gilbert** *administrateur*  
*MRC de Kamouraska*

## Notre mission

Promouvoir le Bas-Saint-Laurent et développer  
une offre touristique durable afin de permettre  
une expérience visiteur de qualité.

## Notre vision

La destination nature et affaires  
4 saisons de l'Est du Canada.

## Nos valeurs

Authenticité, plaisir, transparence,  
rigueur et efficacité.



## Gouvernance

- Poursuite du mandat confié par le ministère du Tourisme (2022-2026) et de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT 2022-2025), **3,7 M\$** sur 3 ans.
- Plan de dotation : l'équipe compte actuellement 16 personnes regroupées en trois équipes. Trois affichages de postes ont eu lieu en cours d'année. Diverses formations offertes et évaluations individuelles.

## Leadership régional et relations publiques

- Représentation de l'industrie touristique auprès de diverses tables et comité régionaux, partenariats avec les MRC du Bas-Saint-Laurent et diverses instances régionales et nationales.
- Rencontres et interventions auprès des élus et organisations de la région, du ministère du Tourisme, de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ), d'intervenants en développement économique et touristique.
- Tournée régionale estivale des entreprises du territoire.
- Stratégie de relations publiques : **19** communiqués de presse, **4** événements de presse et **67** entrevues accordées aux médias régionaux, **10 558** utilisateurs du site atrbsl.ca, **1 541** abonnés à la page Facebook industrie touristique du BSL, **710** abonnés à la page LinkedIn.
- Activités de réseautage : **7** webinaires, un Forum vélo (80 personnes) et un colloque de l'industrie touristique qui a connu une augmentation de l'assistance (**191** personnes en journée et **176** en soirée).

## Connaissances stratégiques

- Le Baromètre touristique, déployé dans 45 points de collecte, a compilé **1 894** réponses au sondage court. **94 %** sont en provenance du Québec et du Canada, **6 %** hors Canada. **62 %** des répondants voyagent en couple, le séjour moyen est de **4,2** nuitées.
- L'achalandage touristique a connu une légère baisse, attribuable en partie aux aléas de la température avec un été instable et moins de neige en hiver. Le taux moyen d'occupation d'hébergement pour la saison estivale (mai à septembre) était de **68,7 %** (- 3,5 % par rapport à 2022). Celui de la saison hivernale (novembre à mars) était de **39,6 %** (- 3,4 % par rapport à 2022).<sup>1</sup>

## Services aux membres

- Un nouvel espace-membre et une boutique en ligne ont été mis à la disposition des membres. Offres de visibilité exclusives dans le cadre de campagnes promotionnelles.
- Répertoires : inscriptions dans le guide touristique officiel, site Web et autres outils.
- Crédits de la taxe sur l'hébergement (TSH), 20 % de ristourne sous forme de crédits pour les lieux d'hébergement qui prélèvent la TSH. Le programme d'utilisation élargie offre de nouvelles opportunités d'investissements.
- Accompagnement et services-conseils en développement de projets et en marketing et programmes d'aides financières non remboursables.
- Activités de réseautage et connaissances stratégiques.

<sup>1</sup> Source : Ministère du Tourisme



## Marketing

- Le nouveau Plan stratégique marketing 2024-2027, le guide de marque numérique, la stratégie de contenu et la nouvelle charte graphique ont été déposés à la fin de l'hiver avec la collaboration de la firme Visages régionaux.
- Dévoilée en mars, la plateforme **bassaintlaurent.ca** a été complètement repensée afin de présenter les atouts, les expériences et les temps forts du BSL.
- Plus de **3 M \$** sont investis annuellement dans diverses campagnes de promotion intra et hors Québec avec notre partenaire Le Québec maritime (Bas-Saint-Laurent...Prendre le temps).
- Le **Guide touristique officiel du BSL** a été produit en version allégée et bilingue à **100 000** exemplaires, la **carte régionale touristique** à **30 000** exemplaires et la **carte vélo** à **35 000** exemplaires.
- Le site Web **bassaintlaurent.ca** a reçu **291 443** visiteurs, (+64 %).
- La page Facebook compte **26 229** abonnés (+7 %) et a rejoint plus de **1,6 M** personnes. Instagram compte **12 223** abonnés (+5 %). Envoi de **13** infolettres touristiques (**45 250** abonnés).
- Présence au Salon des métiers d'art de Québec, au Salon motoneige, aux salons vélo de Montréal et de Québec, au Salon Aventure et plein air de Montréal et accueil de **13** journalistes blogueurs.

## Développement et structuration de l'offre

- Le plan stratégique de destination (PSD 2024-2026) a été déposé le 30 octobre 2023 et un plan d'action portant sur les pratiques durables et responsables de l'organisation a été mis en œuvre.
- Plus de **100** demandes d'information et d'accompagnement. Un service-conseils en marketing a été mis en place.
- Les leviers financiers et services-conseils ont permis de soutenir **52** projets.
- Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT 2022-2025) : **39** projets ont été soutenus pour un total de **2 136 984 \$**.
- Programme d'optimisation de partenariats et d'initiatives régionales (POPIR) : **13** projets ont été soutenus pour un total de **70 872 \$** représentant des investissements totaux de **785 161 \$**.
- Suite à une étude d'opportunités pour l'harmonisation du produit vélo, le tout premier Forum Vélo a permis de réunir plus de **80** personnes.
- Un comité de travail a été formé en vue d'assurer la pérennité et de favoriser la concertation des routes touristiques du Bas-Saint-Laurent.
- Création d'un réseau d'agents en développement économique.
- Un programme d'aide financière a été mis en place afin de développer, structurer et promouvoir le tourisme de congrès et d'affaires.



## Accueil

- Rencontres et formations pour les gestionnaires et les préposés des lieux d'accueil, évaluation de type client mystère.
- Une enveloppe budgétaire totale de **76 000 \$** est répartie selon divers critères pour aider financièrement l'opération des lieux d'accueil touristique.
- Une ligne d'information sur le Bas-Saint-Laurent (**1 800 563-5268**) est accessible et gérée par le service d'accueil et d'information du ministère du Tourisme.
- Tourisme BSL assure également l'envoi par la poste du guide touristique et des cartes touristiques, vélo et motoneige.
- Plusieurs rencontres ont eu lieu entre les fonctionnaires et le sous-ministre dans le but de trouver une solution pour le maintien du Centre Infoturiste de Dégelis.

TOURISME  
BAS-SAINT-LAURENT

480, rue Lafontaine, Rivière-du-Loup  
(Québec) G5R 3C4 • 418 867-1272, poste 100

[BasSaintLaurent.ca](http://BasSaintLaurent.ca) [AtrBSL.ca](http://AtrBSL.ca)