

Pour un accueil touristique concerté, stratégique et innovant

Webinaire par Annie Langevin
Consultante en tourisme








2 avril 2025

Tous droits réservés - Ne pas diffuser

Crédit photo: Patrick Nadeau



ORDRE DU JOUR

-  Définition de l'accueil touristique
 -  Parcours du visiteur
 -  Tendances
 -  Portrait de l'accueil touristique dans le Bas-Saint-Laurent
 -  Constats
 -  Une nouvelle stratégie d'accueil touristique
 - Orientations stratégiques et actions
 -  Questions
-

QU'EST-CE QUE L'ACCUEIL TOURISTIQUE?

Tout ce qui accompagne les visiteurs avant, pendant et après leur séjour afin qu'ils vivent la plus belle expérience possible.



Information

Renseigner les visiteurs sur les attractions, services et activités disponibles



Orientation

Guider les touristes dans leurs déplacements au sein de la destination



Accessibilité

Assurer que tous les visiteurs puissent profiter des expériences touristiques



Qualité de l'expérience

Garantir une expérience mémorable et satisfaisante



Relation avec les habitants

Favoriser les interactions authentiques avec la population locale

POURQUOI PRIORISER L'ACCUEIL TOURISTIQUE?



Prolonger le séjour



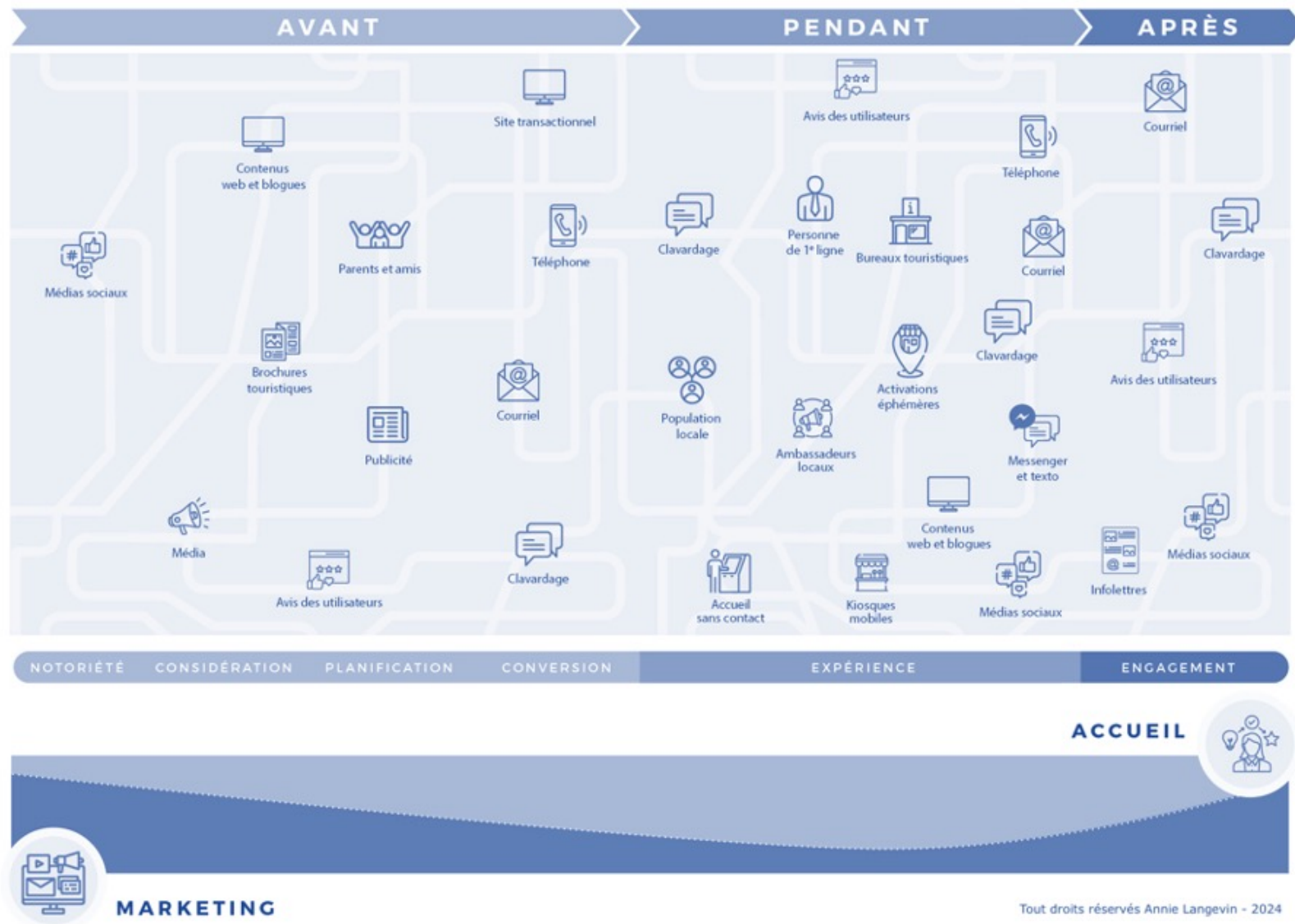
Parler positivement de la destination



Augmenter les chances que le visiteur revienne

Générer des
retombées
économiques

PARCOURS DU VISITEUR



TENDANCES EN ACCUEIL TOURISTIQUE



Avenir des lieux
d'information
touristique



Popularité de
l'approche mobile



Digitalisation de
l'accueil



Intelligence
artificielle



Connaissance
stratégique



Ambassadeurs

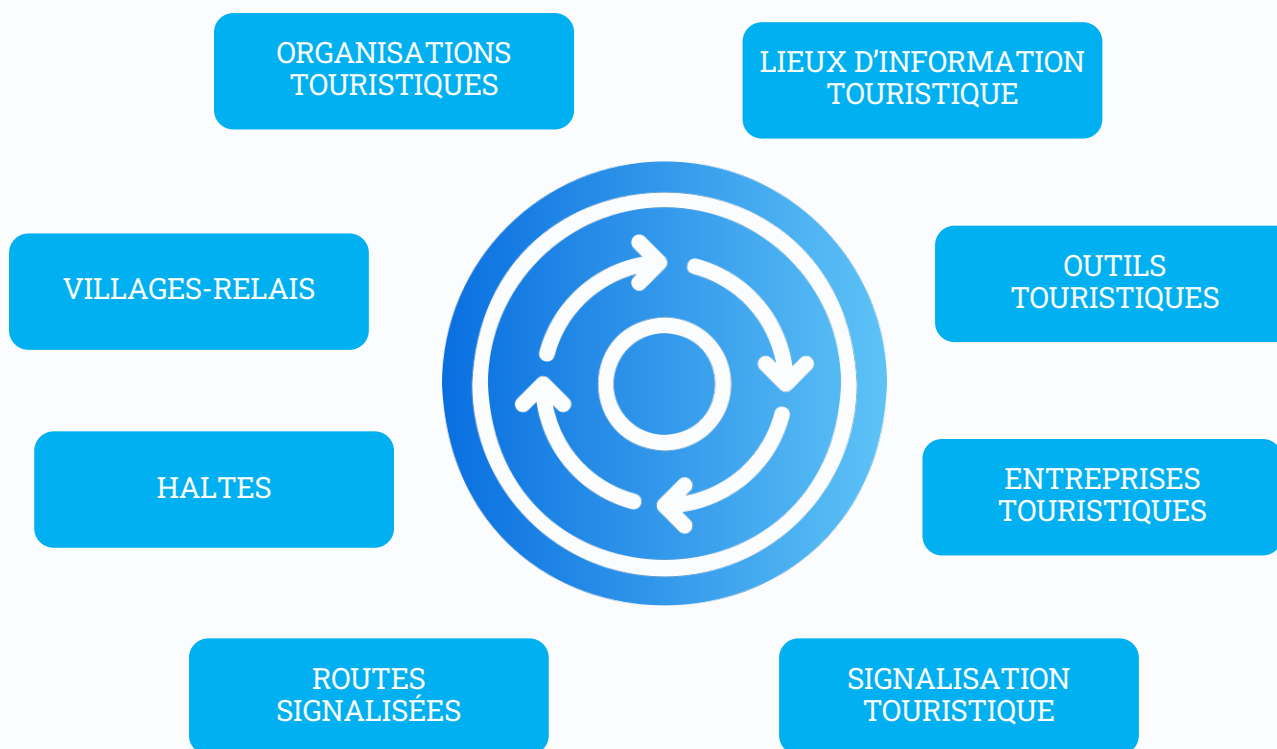


Tourisme responsable et durable

Crédit photo: Tourisme Lanaudière



ACCUEIL TOURISTIQUE DANS LE BAS-SAINT-LAURENT



ACCUEIL TOURISTIQUE DANS LE BAS-SAINT-LAURENT

ORGANISATIONS
TOURISTIQUES



- **Tourisme Bas-Saint-Laurent – ATR**
- Tourisme Kamouraska – Corporation
- Tourisme Rivière-du-Loup – Office de tourisme
- Tourisme Les Basques – CLD
- Tourisme Témiscouata – MRC
- Tourisme Rimouski – Municipalité

Politique régionale des lieux d'accueil touristique

Fonds de soutien de l'accueil touristique

ACCUEIL TOURISTIQUE DANS LE BAS-SAINT-LAURENT

LIEUX D'INFORMATION
TOURISTIQUE



- 9 lieux d'information touristique
- Rivière-du-Loup ouvert à l'année
- 40 000 visiteurs annuellement
- Certains lieux ont un faible achalandage

ACCUEIL TOURISTIQUE DANS LE BAS-SAINT-LAURENT



OUTILS TOURISTIQUES

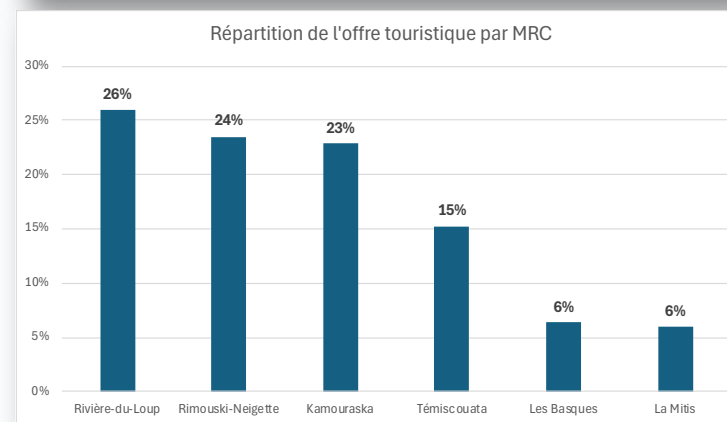
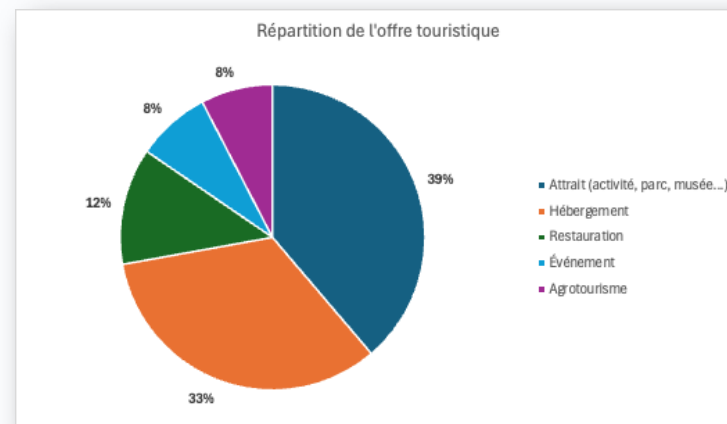
ATR

- Guide touristique Bas-Saint-Laurent
 - Carte circuits vélo
 - Carte motoneige
 - Carte touristique
-
- Chaque territoire a un guide touristique et un site web touristique
 - Outils complémentaires en ligne ou papier

ACCUEIL TOURISTIQUE DANS LE BAS-SAINT-LAURENT



ENTREPRISES
TOURISTIQUES



ACCUEIL TOURISTIQUE DANS LE BAS-SAINT-LAURENT

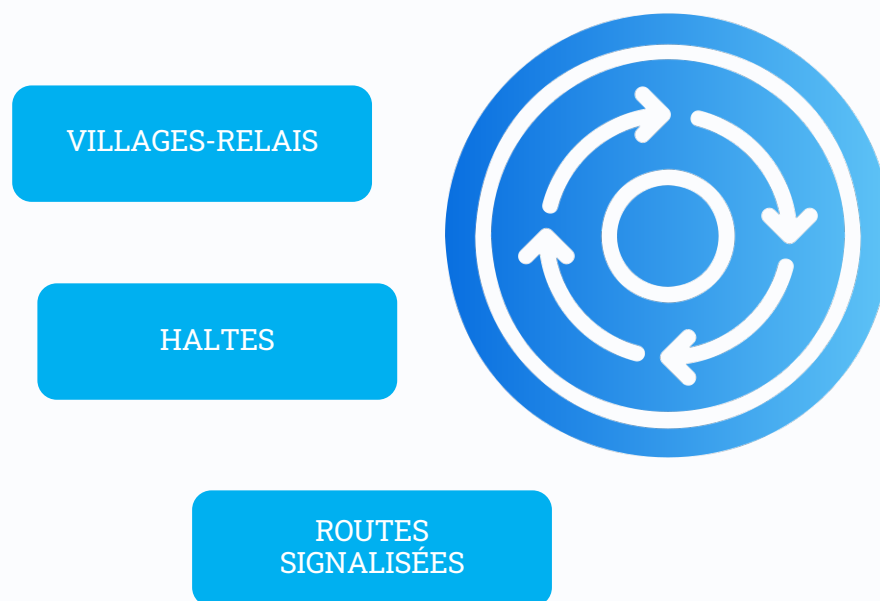


SIGNALISATION
TOURISTIQUE

- 70 entreprises touristiques sont signalisées via le programme de signalisation routière « panneau bleu » du ministère du Tourisme.



ACCUEIL TOURISTIQUE DANS LE BAS-SAINT-LAURENT



- Villages-relais : Dégelis, La Pocatière et Pohénégamook
- 20 haltes routières
- 10 relais motoneiges
- Route des Navigateurs
- Route des Frontières
- Route des Monts Notre-Dame



ACCUEIL TOURISTIQUE DANS LE BAS-SAINT-LAURENT

CLIENTÈLE

Provenance générale

- **85%** Québécois
- **15%** hors Québec

Clientèle affaires majoritairement québécoise

Principales régions du Québec

- Québec
- Montréal
- Montérégie



ACCUEIL TOURISTIQUE DANS LE BAS-SAINT-LAURENT

TRANSPORT

Moyens pour se rendre à destination



En voiture



Navette d'autobus

Orléans Express/Keolis de/vers Montréal ou Québec – dessert La Pocatière, Rivière-du-Loup, Trois-Pistoles et Rimouski



Traversiers

- Rivière-du-Loup/Saint-Siméon (138 000 personnes en 2023)
- Trois-Pistoles/Les Escoumins (38 500 passagers en 2024)



Desserte Maritimes

- Rimouski/Sept-Îles et Basse Côte-Nord



Aéroports

Peu touristique

Offre de transport à destination



Location de voitures



Location de vélos



Transport en commun Rimouski



Transport collectif et taxis

Dans les plus grandes municipalités



198 bornes de recharge pour véhicules électriques

FAITS SAILLANTS

SONDAGE AUX ENTREPRISES



Renforcer la communication postséjour

Encourager les entreprises à prolonger la relation avec leurs clients pour fidéliser et générer des recommandations.



Encourager l'innovation numérique

Promouvoir l'utilisation de plateformes numériques pour la collaboration entre entreprises et pour toucher un public plus large.

FAITS SAILLANTS

SONDAGE AUX ENTREPRISES



Développer l'offre de forfaits

Faciliter la création de partenariats entre acteurs locaux pour des expériences intégrées et attractives.



Renforcer la connaissance de l'offre touristique

Favoriser la formation, rabais, incitatifs auprès des employés d'accueil et des résidents quant à l'offre touristique régionale pour contribuer à une meilleure promotion de la destination par ses acteurs clés.



Encourager la formation en anglais

Améliorer les compétences linguistiques des acteurs touristiques pour mieux accueillir la clientèle anglophone.



CONSTATS

ACTIONS DE CONCERTATION

TRANSITION NUMÉRIQUE

FINANCEMENT

COLLABORATION

MAIN-D'ŒUVRE

CONNAISSANCE DE L'OFFRE TOURISTIQUE

STRUCTURATION DE L'OFFRE

LIEUX D'ACCUEIL

RELATION HUMAINE

OFFRE D'HÉBERGEMENT

SIGNALISATION TOURISTIQUE





UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL TOURISTIQUE RENOUVELÉE : LA VISION

« Le Bas-Saint-Laurent se positionne comme une destination reconnue pour la qualité et la chaleur de son accueil touristique, où chaque visiteur bénéficie d'une expérience fluide, immersive et mémorable. L'approche est collaborative, durable et innovante; elle valorise autant l'humain que le numérique et contribue à la fierté régionale, à la fidélisation des visiteurs et à la vitalité économique du territoire. »

UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL TOURISTIQUE RENOUVELÉE: LES ORIENTATIONS



Optimiser l'accueil touristique à chaque étape du parcours du visiteur.



Favoriser la structuration et la forfaitisation.



Assumer l'animation du réseau d'accueil touristique.



Consolider le leadership en accueil touristique par un financement mobilisateur.



Veiller au développement de la mobilité régionale dans une perspective touristique.



UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL TOURISTIQUE RENOUVELÉE: ORIENTATIONS ET ACTIONS

1. Optimiser l'accueil touristique à chaque étape du parcours du visiteur.

- Accompagner les entreprises touristiques dans l'optimisation de leurs initiatives numériques.
 - Renforcer la visibilité et l'accessibilité de l'information touristique.
 - Analyser la pertinence d'une équipe d'information touristique mobile régionale.
 - Bonifier l'identité Bas-Saint-Laurent selon les besoins d'accueil touristique.
 - Améliorer la signalisation touristique.
 - Parfaire la connaissance de l'offre touristique et de l'expérience-visiteur dans le Bas-Saint-Laurent.
 - Rappeler l'importance de l'anglais dans l'expérience-client.
-



UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL TOURISTIQUE RENOUVELÉE: ORIENTATIONS ET ACTIONS

2. Favoriser la structuration et la forfaitisation.

- Accompagner les territoires et entreprises touristique afin de structurer, forfaitiser et/ou proposer des circuits favorisant de plus longs séjours et sur 4 saisons.
 - Mettre en place un soutien financier et promotionnel pour assurer le lancement et la pérennité de ces offres.
-



UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL TOURISTIQUE RENOUVELÉE: ORIENTATIONS ET ACTIONS

3. Assumer l'animation du réseau d'accueil touristique.

- Embaucher une ressource.
-



UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL TOURISTIQUE RENOUVELÉE: ORIENTATIONS ET ACTIONS

4. Consolider le leadership en accueil touristique par un financement mobilisateur.

- Revoir le Fonds de Soutien à l'Accueil Touristique (FSAT) pour mieux répondre aux besoins d'accueil touristique du Bas-Saint-Laurent
-



UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL TOURISTIQUE RENOUVELÉE: ORIENTATIONS ET ACTIONS

5. Veiller au développement de la mobilité régionale dans une perspective touristique.

- Intégrer l'ATR aux divers comités liés à la mobilité du territoire.
 - Améliorer l'interconnexion entre les circuits touristiques et les moyens de transport disponibles.
 - Collaborer avec les acteurs en mobilité pour améliorer l'accessibilité touristique régionale.
-



Questions, commentaires?





Prochaines étapes





Merci!
