



# RAPPORT ANNUEL abrégé

## 2024-2025

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)

## 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*  
**Alexandre Bibeau** *conseiller développement*  
**Danny Bourdeau** *agent développement marketing*

Merci à **Lionel Jourdan** pour sa contribution en cours d'année.

## Équipe du Québec maritime

**Nathalie Blouin** *directrice générale*  
**Yanick Paul** *directrice du marketing et des communications*  
**Suzie Loiselle** *responsable 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*  
**Mélodie Schaeffer** *agente à la commercialisation*  
**Jacky Malenfant** *adjointe à l'administration*

## Conseil d'administration

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

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

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

**Catherine Gagné** *trésorière*  
*MRC de La Mitis*

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

**Éric Defoy** *administrateur*  
*MRC Rimouski-Neigette*

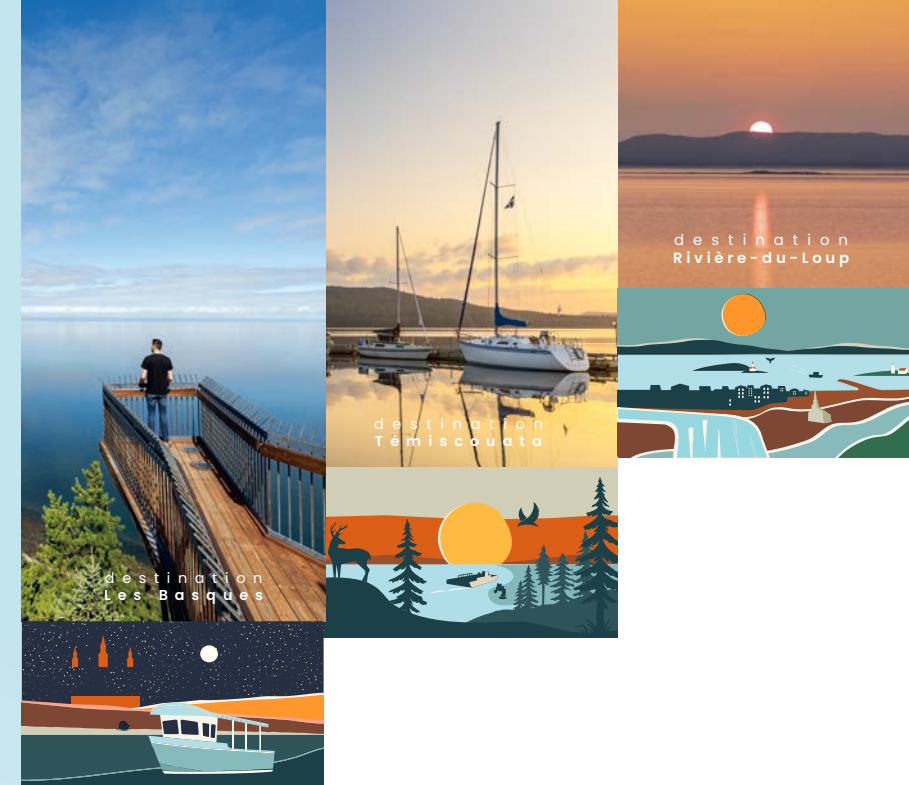
**Maxime Gendron** *administrateur*  
*MRC Rimouski-Neigette*

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

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

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

**Véronique Levasseur** *administratrice*  
*MRC de Témiscouata*



## Notre vision

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

## Notre mission

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

## Nos valeurs

Authenticité, plaisir, transparence,  
rigueur et efficacité.





# Gouvernance et administration

- Poursuite du mandat confié par le ministère du Tourisme (2022-2026) portant sur le leadership régional, la gestion de la connaissance, la promotion et la commercialisation, le développement et la structuration de l’offre, l’accueil et la gestion de la taxe sur l’hébergement (TSH).
- Dernière année de l’Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT 2022-2025), **3,7M \$** sur 3 ans.
- Bilan de la planification stratégique de l’organisation 2020-2025 et réalisation d’une nouvelle planification stratégique 2025-2030.

# Leadership régional et relations publiques

- Représentation de l’industrie touristique auprès de diverses tables et comités régionaux et d’instances régionales et nationales.
- Rencontres et interventions auprès des élus de la région, du ministère du Tourisme, de l’Alliance de l’industrie touristique du Québec, d’intervenants en développement économique et touristique.
- Ententes de partenariat avec les MRC du BSL et comités en collaboration avec les acteurs de l’industrie.
- **38** entreprises membres visitées par l’équipe dans le cadre de la tournée régionale estivale.
- Stratégie de relations publiques : **19** communiqués de presse, **3** événements de presse, **60** entrevues accordées aux médias. **12 352** utilisateurs du site atrbsl.ca, **1 753** abonnés sur la page Facebook industrie touristique BSL, **933** abonnés de la page LinkedIn.
- Activités de réseautage : **4** webinaires, **4** événements : portes ouvertes, lancement de saison touristique estivale, rencontre de consultation publique portant sur l’accueil touristique et colloque de l’industrie touristique.

# Portrait de la destination

- Légère baisse du taux d’occupation dans les établissements d’hébergement : moyenne annuelle de 50,6 %, soit - 5,2 % de moins qu’en 2023, tout de même une augmentation de 0,3 % par rapport à 2019.
- Selon les données recueillies dans les bureaux d’information touristique, **85 %** des visiteurs proviennent du Québec et **15 %** hors-Québec. Durée du séjour : **3** nuitées par visiteur. Du Québec : 32 % Grand Montréal, 19,4 % Grand Québec, 10,9 % BSL, Gaspésie, Charlevoix, Côte-Nord et 13,8 % Centre et Ouest du Québec. Hors-Québec : 11,1 % Ontario, 7,3 % Europe, 2,2 % États-Unis, 0,1 % Maritimes.

# Services aux membres

- Adhésion 2024-2025 : **394** membres.
- Répertoires : inscriptions dans le guide touristique officiel, site Web et autres outils.
- Offres de visibilité exclusives dans le cadre de campagnes promotionnelles.
- Crédits de la taxe sur l’hébergement (TSH) 20 % de ristourne sous forme de crédits pour les lieux d’hébergement qui prélèvent la TSH.
- Accompagnement et services-conseils en développement de projets et en marketing, programmes d’aides financières non remboursables.
- Activités de réseautage et connaissances stratégiques : **4** webinaires présentés. Le colloque de l’Industrie touristique a réuni **379** personnes à l’Hôtel Rimouski.

# Accueil

- **9** lieux d’accueil sont opérés par une MRC, par une corporation de promotion touristique ou par une municipalité sur le territoire du BSL.
- Une enveloppe budgétaire totale de **80 250 \$** a été répartie selon divers critères pour aider financièrement l’opération de ces lieux.
- Réalisation d’un diagnostic sur l’accueil au BSL dévoilé en avril 2025 dont le plan d’action sera déployé dans les 5 prochaines années.
- Rencontres et formations pour les gestionnaires et les préposés à l’accueil, évaluation de type client-mystère.
- Une ligne d’information sur le BSL (1 800 563-5268) est accessible et gérée par le service d’accueil et d’information du ministère du Tourisme.
- Envoi par la poste du guide touristique et des cartes touristiques, vélo et motoneige.
- Rencontres entre les fonctionnaires et le sous-ministre visant l’ouverture, sous une nouvelle formule, du Centre Infotouriste de Dégelis (CIT) dès la mi-juin.
- Mesure de soutien pour le rehaussement des lieux d’accueil (LART) : une aide financière de près de 300 000 \$ a été accordée au BSL pour la mise en œuvre d’une solution numérique et l’harmonisation visuelle de la marque Bonjour Québec dans 5 lieux d’accueil.

# Marketing

- Mise en œuvre de la planification stratégique marketing 2024-2027 en phase avec le positionnement Bas-Saint-Laurent – Prendre le temps avec la plateforme **bassaintlaurent.ca** et les temps forts.
- Plus de **5 M \$** investis annuellement dans diverses campagne de promotion intra et hors Québec (avec Québec maritime).
- Imprimés : Le Guide touristique officiel du BSL, bilingue, produit en **100 000** exemplaires, la carte vélo à **35 000** exemplaires, la carte régionale à **30 000** exemplaires et la carte motoneige à **20 000** exemplaires.
- Le site Web bassaintlaurent.ca a reçu **433 784** visiteurs (+ 48,5 %). Facebook **27 383** abonnés (+ 4,5 %), Instagram 14 041 abonnés (+ 15 %) et la Page Facebook motoneige 5 487 abonnés (+ 11,5 %).
- Envoi de **12** infolettres à **43 416** abonnés.
- **18** journalistes-blogueurs ont été reçus sur le territoire.
- Participation au salons : Motoneige, Vélo (Montréal et Québec), Aventure Plein Air.
- Sondage portant sur la notoriété du Bas-Saint-Laurent : **57 %** répondants ont déjà visité le Bas-Saint-Laurent, **86 %** des visiteurs sont satisfaits de leur séjour et **76 %** ont indiqué trouver la marque BSL- Prendre le temps représentative.

# Développement et structuration de l’offre

- **223** demandes d’information et d’accompagnement.
- **18** entreprises membres ont bénéficié du service-conseils en marketing.
- **44** projets soutenus par les leviers financiers et services. Une somme totale de **1 196 661 \$** a été accordée dans le cadre des deux programmes d’aide, soit l’EPRTNT et le POPIR. Ces aides ont généré des investissements dans le milieu de **15 951 210 \$**.
- Diagnostic portant sur la structure de gouvernance des routes des Frontières et des Monts Notre-Dame et mise en place d’un nouveau modèle de gouvernance pour une route touristique réunissant le tracé des routes actuelles.
- Poursuite des actions visant à structurer et développer l’offre vélo, notamment du côté du vélo de montagne et du cyclo-tourisme avec des investissements de **478 250 \$** pour **7** projets visant à bonifier le vélo de montagne, des investissements totalisant **3 M\$**.
- Tourisme durable : entente avec le MTO afin de réaliser un projet de Réseau de ressources en transition climatique (adaptation et décarbonation) du secteur touristique. Formation en développement durable par Greenstep d’une cohorte de 10 participants.
- Mise en place de **10** sentiers prêts-à-partir en toutes saisons en collaboration avec Rando Québec et les opérateurs dans le but de structurer et de promouvoir l’offre sur 4 saisons.
- Tourisme d’affaires : une aide financière de **55 000 \$** a été versée à l’Office du Tourisme et Congrès de Rivière-du-Loup. Soutien pour le développement et la structuration dans le secteur de Rimouski.

