

Campagne électorale 2026

Tourisme Bas-Saint-Laurent présente 4 priorités afin de soutenir le développement touristique.

Rivière-du-Loup, le 21 septembre 2026 – À l'approche du scrutin provincial du 5 octobre, Tourisme Bas-Saint-Laurent souhaite que les enjeux touristiques soient considérés par les candidates et candidats de la région afin de prendre des engagements clairs pour les quatre prochaines années et d'investir dans l'avenir économique, culturel et social de la région.

Au Bas-Saint-Laurent, le tourisme représente **484** entreprises, soit **8,8 %** de l'ensemble des entreprises de la région. L'industrie génère **6 756** emplois, accueille plus de **2,2** millions de visiteurs annuellement et génère des dépenses touristiques de **484,5 M\$** chaque année.

« L'industrie touristique est un véritable moteur économique pour notre région et dispose d'un potentiel considérable. Ses retombées bénéficient autant aux entreprises touristiques qu'aux commerces, entreprises, producteurs, villes et municipalités. Il est d'autant plus important de soutenir cette industrie qu'elle contribue à la qualité de vie des citoyens, à l'attractivité de notre territoire et à la vitalité de nos communautés. »

- **Pierre Lévesque, président-directeur général de Tourisme Bas-Saint-Laurent.**

Quatre priorités sont jugées essentielles pour assurer la poursuite du développement touristique et un positionnement enviable de la région. Les voici :

1. Maintien des investissements dans les infrastructures récréotouristiques

La poursuite des investissements pour les infrastructures récréotouristiques est essentielle à l'expérience des visiteurs et à la qualité de vie des citoyens. Les pistes cyclables, les sentiers, les parcs régionaux, les accès nautiques et les infrastructures de vélo de montagne constituent des actifs majeurs.

2. Maintien de l'enveloppe dédiée au développement touristique

Le maintien de **L'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT)** est essentiel ainsi que d'autres programmes tels que le Programme d'appui au développement des attraits (PADAT), le Programme d'accessibilité des établissements touristiques (PAET) et l'Aide financière aux festivals et événements, de même que les programmes soutenus par Investissement Québec visant spécifiquement le secteur touristique. Ces leviers financiers permettent de concrétiser

des projets structurants qui enrichissent l'offre touristique, améliorent l'expérience des visiteurs et génèrent des retombées économiques importantes dans toutes les MRC du Bas-Saint-Laurent. Le retour d'un programme d'investissement majeur en tourisme est souhaité tel que le Programme d'aide à la relance de l'industrie touristique (PARIT) ou le Programme de soutien aux stratégies de développement touristique (PSSDT).

Depuis 2022, l'**EPRTNT** a permis d'appuyer au Bas-Saint-Laurent **86** projets représentant des investissements totaux de 36,8 M\$. Dans le cadre de la nouvelle entente 2025-2027, **27** projets ont déjà été soutenus, générant près de 34 M\$ d'investissements dans le milieu.

3. Réponse aux défis de la main-d'œuvre

Comme plusieurs autres secteurs, l'industrie touristique est confrontée à une rareté persistante de main-d'œuvre. Le maintien et l'assouplissement des mesures favorisant le recrutement et la rétention de travailleurs, notamment ceux issus de l'immigration, sont cruciaux. Les travailleurs visés par le Programme de l'expérience québécoise et les autres programmes d'immigration contribuent déjà activement à l'économie régionale. Pour les entreprises touristiques, la prévisibilité des mesures gouvernementales et la capacité de retenir ces talents demeurent des conditions essentielles à leur développement.

4. Amélioration des transports et accessibilité du territoire

Le Bas-Saint-Laurent couvre un vaste territoire de plus de 18 000 km². Pour les visiteurs comme pour les travailleurs, l'accessibilité demeure un enjeu fondamental. L'organisation souhaite des investissements soutenus afin d'améliorer la sécurité et l'état du réseau routier, de renforcer les liaisons aériennes et d'assurer une meilleure desserte en transport collectif et interurbain.

Tourisme Bas-Saint-Laurent invite les candidates et candidats des circonscriptions de Rimouski, Rivière-du-Loup–Témiscouata–Les Basques, Côte-du-Sud et Matane–Matapédia–Mitis à tenir compte des enjeux touristiques du Bas-Saint-Laurent et à prendre des engagements clairs à cet égard. Ils sont invités à communiquer leurs engagements d'ici le 29 septembre prochain afin que l'organisation puisse les placer en ligne sur le site dédié à l'industrie: www.atrbsl.ca.

– 30 –

À propos

Tourisme Bas-Saint-Laurent a pour mission de promouvoir le Bas-Saint-Laurent et développer une offre touristique durable afin de permettre une expérience visiteur de qualité. Ses mandats consistent à assumer un leadership rassembleur, à promouvoir le Bas-Saint-Laurent et à développer l'offre touristique. Le tourisme représente un secteur essentiel de l'économie de la région avec 500 entreprises, 5 900 emplois, plus de 479 M\$ en dépenses touristiques annuellement. Tourisme Bas-Saint-Laurent bénéficie du soutien du ministère du Tourisme.

- 30 -

Source et demandes d'entrevues : Caroline Chassé, directrice relations publiques et médias, corporatif@bassaintlaurent.ca
Tourisme Bas-Saint-Laurent, 418 867-1272, poste 101