



Stimuler la croissance de l'industrie touristique - MRC Minganie Planification stratégique 2018-2020



Note importante

- Dix documents ont été produits dans le cadre du mandat portant sur le développement touristique de la MRC Minganie.
- Ce document présente la planification stratégique dans son ensemble, la démarche, le contexte d'intervention, le diagnostic, la stratégie 2020, une vision de long terme, les projets et le cadre financier. Un résumé accompagne ce document.
- Les autres documents sont les plans d'action de développement touristique des huit municipalités de la MRC Minganie. Ils présentent les orientations locales, projets, actions et partenaires potentiels. Des liens ont également été établis avec des intervenants touristiques et des représentants des communautés innues.
- Ces documents ont été produits par François Diguier Stratégie conseil sous la supervision de la Table ad hoc en tourisme, dont les membres sont présentés en annexe.

Table des matières

• Objectifs et mandat	4
• Démarche de travail	7
• Contexte d'intervention	9
• Diagnostic	12
• Stratégie 2020	19
• Vision stratégique 2030	32
• Développement des pôles touristiques	34
• Plans locaux de développement	47
• Annexes	51

Objectifs et mandat

- Fournir un accompagnement et des services professionnels en vue d'optimiser le développement de l'industrie touristique en Minganie.
- Analyser la situation, poser un diagnostic d'ensemble, tenir des ateliers de consultation dans les municipalités en vue de réaliser des plans locaux de développement touristique et produire une planification stratégique en tourisme à l'échelle de la MRC Minganie.
- Impliquer étroitement les intervenants locaux et régionaux à l'élaboration des différentes propositions de développement touristique dans une perspective de cohérence et de priorisation des actions.
- Valider toutes les étapes de travail et les contenus des différentes propositions et documents avec la Table ad hoc en tourisme.
- Voyages Coste est responsable des suivis administratifs.

Principales étapes franchies

- Démarrage du mandat : 27 avril 2017;
- Ateliers de consultation des municipalités (8): mai 2017;
- Préparation des projets de plans locaux: été 2017;
- Validation des plans locaux auprès des municipalités (8): fin août - sept. 2017;
- Préparation de la planification stratégique à l'échelle de la MRC et des pôles touristiques: septembre – octobre 2017;
- Validation auprès de la MRC: 21 novembre 2017;
- Dépôt du rapport final à la Table ad hoc: décembre 2017;
- Présentation de la planification stratégique et des projets prioritaires à dans le cadre d'un forum régional: janvier ou février 2018.



Démarche de travail



Région au cœur de la démarche

- Démarche de travail sous la supervision de la Table ad hoc en tourisme à l'échelle de la MRC Minganie:
 - MRC Minganie;
 - Tourisme Côte-Nord;
 - Emploi-Québec;
 - Parcs-Canada;
 - Rendez Vous Minganie;
 - Voyages Coste;
 - Sépaq;
- **150 personnes** provenant des 8 municipalités et 2 communautés innues (intervenants touristiques, citoyens, élus et fonctionnaires) ont été consultées en mai et 80 en septembre, afin de connaître leurs projets, les objectifs et dégager des priorités. Ils ont également donné leurs avis et validé leur plan local de développement touristique.
- Les projets qui sont présentés dans ce document ont tous été discutés lors des rencontres de consultation.



Contexte d'intervention



Diversifier l'économie

- **Les objectifs sont de diversifier l'économie** de la Minganie, générer des retombées économiques au plan local et stimuler l'emploi;
- **Développer l'industrie touristique fait consensus** dans la région et au sein des municipalités de la MRC;
- **La culture touristique de la Minganie est jeune**, comme à l'échelle de presque toute la Côte-Nord, amorcée avec des services offerts aux travailleurs et développée progressivement dans la Minganie à partir de la création de la Réserve de parc national du Canada de l'Archipel-de-Mingan (1984);
- **Le prolongement de la route 138 jusqu'à Natashquan** (1996) et plus récemment Kégaska amène un grand nombre de visiteurs qui ont comme motivation d'aller voir le bout de la route, ce qui offre un potentiel intéressant de retombées économiques pour la Minganie.

Consolider les pôles touristiques

- **La démarche des pôles touristiques consiste à structurer** l'expérience des grands circuits touristiques. Issue du Plan stratégique de développement touristique de la Côte-Nord 2013-2018, la démarche a comme objectif d'intensifier le développement touristique et économique de la Côte-Nord;
- **10 pôles touristiques à l'échelle de la Côte-Nord:**
 - pôle touristique majeur: Tadoussac;
 - pôles touristiques principaux: Baie-Comeau, Port-Cartier/Sept-Îles, **Havre-Saint-Pierre**;
 - pôles touristiques émergents: Forestville, **Rivière-au-Tonnerre, l'île d'Anticosti, Natashquan** et Blanc-Sablon.
- La planification stratégique s'inscrit dans cette perspective de renforcement des pôles touristiques de la Minganie.



Diagnostic



Une industrie en émergence

- **Le stade de développement** touristique de la Minganie est émergent, des services touristiques sont bien implantés dans 3 pôles:
 - Havre-Saint-Pierre connaît une affluence touristique significative depuis une trentaine d'années, en raison de la présence de Parcs Canada et plus récemment comme escale de croisière internationale;
 - Anticosti, traditionnellement grâce à la chasse et la pêche et plus récemment à cause des liaisons maritimes (Bella Desgagnés, Express Anticosti et Croisières Anticosti);
 - Natashquan, principalement en raison de ses attraits culturels et patrimoniaux;
- **Les indicateurs touristiques** sont positifs, 64 000 visiteurs en 2006 dans Duplessis et 96 000 en 2016. La Réserve de parc national du Canada de l'Archipel-de-Mingan a connu en 2017 une année exceptionnelle;
- **Anticosti** voit ses visiteurs progresser de façon constante;

Un produit d'appel apprécié

- **L'archipel de Mingan** est le produit d'appel de la Minganie et des initiatives réalisées au cours des dernières ont contribuées à structurer le développement:
 - route des Baleines;
 - croisières internationales;
 - Voyages Coste;
 - intégration des 2 ATR;
 - Maison de la culture innue;
 - Table ad hoc en tourisme à l'échelle de la Minganie;
- **Les visiteurs** apprécient la Minganie, particulièrement la nature: l'archipel, les paysages, les plages et les grands espaces;
- **Les informations** les plus demandées correspondent à l'offre touristique de la Minganie: camping, randonnée pédestre, croisières-excursions et observation des mammifères marins;

Des attraits peu mis en valeur

- **Aller au bout de la route 138** motive les visiteurs, mais l'absence assez généralisée d'identification des attraits locaux (sentiers, points de vue, belvédères, chutes, plages) font que les visiteurs s'arrêtent peu ou pas dans les villages;
- **L'exemple** de Natashquan est révélateur de lacunes en matière d'information et même selon certains, de désinformation :
 - une majorité de visiteurs retourne vers l'ouest en fin de journée parce qu'ils se seraient fait dire qu'il n'y avait pas beaucoup à visiter et peu d'hébergement;
 - ce qui dans les faits pénalise collectivement la Minganie parce que ces visiteurs pourraient demeurer plus longtemps dans la région;

Des produits à enrichir

- **Le parc d'hébergement**, initialement conçu pour travailleurs ne s'est pas suffisamment renouvelé, il doit viser 3 et 4 étoiles pour intéresser de nouvelles clientèles;
- **Des produits touristiques** trop timidement offerts pourraient renforcer l'offre touristique:
 - **concentration d'églises** pourrait être mise en valeur par la promotion (affichage et web) d'un circuit à vocation culturelle et patrimoniale;
 - **produits du terroir** (petits fruits sauvages, confitures, petits plats cuisinés, desserts), les produits de la mer et l'artisanat sont trop peu offerts eu égard à leur disponibilité et à la demande;
 - **activités de découverte de la nature** (notamment l'arrière-pays mais aussi le littoral et le milieu marin), le kayak, la planche, la randonnée pédestre et les randonnées en vélo, VTT et motoneige requièrent peu d'investissements et seraient appréciées;
 - **événements** dans presque chaque village tout au long de l'été pourraient faire l'objet d'une promotion commune et s'inscrire dans un calendrier estival événementiel régional axé sur la découverte des cultures acadienne et innue;

Un bon potentiel de développement

- **La présence innue** sur le territoire est un point fort, toutefois peu mis en valeur, à l'exception de la Maison de la culture innue d'Ekuanitshit, remarquable par son authenticité et la pourvoirie Hipou de Nutashquan qui commence à diversifier sa clientèle touristique;
- **Les croisières excursions** sont appréciées et on devrait élargir l'expérience à d'autres volets maritimes :
 - **les quais** et installations portuaires sont au réservées aux activités de pêche commerciale, sauf dans le cas de Havre-Saint-Pierre qui offre un bel exemple ce qui pourrait être fait à moindre échelle dans d'autres municipalités;
 - **l'histoire de la pêche** est quasi passée sous silence en Minganie;
 - **il n'existe aucune activité touristique** de pêche en mer de type familial, alors qu'il y a des pêcheurs sportifs et des guides qui possèdent des embarcations adéquates et qui pourraient facilement offrir sur une base commerciale des excursions quotidiennes;
 - **des rampes de mise** à l'eau sont désuètes et il n'y a qu'une marina dans toute la Minganie;

Des défis à relever

- **L'entrepreneuriat** est peu développé mais l'implication des bénévoles est remarquable dans toutes les municipalités, leur apport est inestimable, mais ce sont toujours les mêmes (TLM);
- **La Minganie est éloignée** des principaux bassins de clientèles, le coût du transport aérien est trop élevé et la perception que c'est loin et/ou froid sont des facteurs majeurs qui doivent être pris en considération;
- **Les ressources humaines:** on doit intensifier leur développement, tant sous l'angle de la qualification que la qualité des prestations;
- **Clairement, la Minganie pourrait être plus achalandée**, tous les villages recèlent des attraits et des petits coins remarquables, qui jusqu'à maintenant sont demeurés des secrets trop bien gardés;
- **Les actions** devront viser l'augmentation de l'achalandage et une meilleure rétention des visiteurs (été/hiver).



Stratégie 2020: Stimuler la croissance touristique de la MRC Minganie



Stratégie 2020

- **La stratégie vise à stimuler la croissance de l'industrie touristique de la Minganie.** Le potentiel de développement est relativement élevé et les intervenants sont prêts à passer à l'action. Deux objectifs seront poursuivis d'ici 2020:
 - ✓ **augmenter de 15 % le volume des visiteurs;**
 - ✓ **allonger d'une nuitée additionnelle la durée de séjour;**
- Les données de Parcs Canada sur la fréquentation de la Réserve de parc national du Canada de l'Archipel-de-Mingan permettent d'estimer le point de départ des objectifs visés:
 - ✓ autour de **25 000 visiteurs*** en Minganie pendant la saison touristique 2016;
 - ✓ séjours de **3,4 nuitées** entre Sheldrake et Natashaquan (2014), dans le cadre d'un déplacement de 11 nuitées à l'extérieur de leur domicile (4,3 nuitées en 2007);

*: donnée estimée à partir de résultats de Parcs Canada, voir en annexe.

5 projets prioritaires

- **Compte tenu de la concentration** relativement élevée d'attraits et la volonté claire des élus et des intervenants consultés de diversifier l'économie par le tourisme, viser une augmentation de 3 750 visiteurs (15 %) et une nuitée additionnelle (25 %) d'ici 2020 peut apparaître ambitieux, mais réaliste si on s'y prend de la bonne façon;
- **La stratégie 2020** s'appuie sur 5 projets prioritaires qui vont permettre de réaliser à court terme des gains significatifs sur l'achalandage et la rétention;
- **Le moment est propice**, il y a une bonne disponibilité de programmes de support financier et les échéances électorales de 2018 et 2019 constituent de bonnes fenêtres d'opportunité.

1. Identifier les attraits locaux

- **L'identification et surtout la signalisation des attraits actuels** (sentiers, chutes, plages, points de vue, églises) présents dans toutes les municipalités s'avère la première action à réaliser, compte tenu de ses effets sur la rétention des visiteurs;
- **Cette action requiert peu d'investissements** puisque les attraits sont déjà présents sur le territoire, leur identification aura un effet rapide et significatif, générateur de retombées économiques locales;
- **L'entretien et/ou la remise en état** de ces infrastructures devra toutefois se faire de pair avec l'implantation de cette nouvelle signalisation, comme c'est le cas pour le circuit découverte des sites de plein-air coordonné par Tourisme Côte-Nord;

2. Enrichir le produit touristique

- **La découverte de la nature**, que ce soit des services de guidage ou de location d'équipements récréatifs doit également être priorisée, compte tenu que ces activités correspondent en tous points à ce que les visiteurs recherchent le plus en Minganie: la nature;
- **Le support à l'entrepreneuriat** et l'aide à la formation de micro-entreprises doit être la priorité, dans les domaines récréatifs et aussi dans les services mettant en valeur les produits du terroir et leur transformation à des fins commerciales touristiques;
- **Le tourisme culturel** (églises, histoire locale, patrimoine et événements) de même que le **tourisme hivernal** (motoneige) et **l'hébergement expérientiel** sont des actions qui vont également enrichir le produit touristique et générer des retombées économiques locales;

3. Créer un réseau d'ambassadeurs

- **Une plus grande implication** de tous les intervenants, particulièrement ceux de première ligne (hébergements, restaurants, commerces, garages, bureaux d'accueil touristique) doit être entreprise afin qu'ils deviennent de véritables ambassadeurs de la Minganie;
- **L'objectif de cette action** est que les intervenants de première ligne réalisent que c'est toute la Minganie qui gagne lorsque les visiteurs demeurent une nuitée de plus dans la région;
- Par exemple, inciter les visiteurs à découvrir le pôle culturel et patrimonial de Natashaquan et y dormir une nuitée de plus génèrera des retombées économique à toute la région;
- **Si collectivement**, tous les intervenants de première ligne conjuguent leurs efforts pour augmenter d'une nuitée la rétention des visiteurs en Minganie, la partie sera gagnée!

4. Accroître les efforts promotionnels

- **Pour augmenter le nombre de visiteurs** à fréquenter la Minganie pendant la saison estivale et aussi pendant l'hiver, il faut accroître les efforts promotionnels, notamment auprès des bassins de clientèles potentielles des régions métropolitaines de Montréal et Québec.
- **La possibilité de vraiment déconnecter**, se retrouver en pleine nature, contempler des paysages côtiers et maritimes absolument magnifiques, découvrir les cultures acadiennes et innues constituent les principaux produits touristiques offerts par la Minganie. Ils correspondent aux attentes des clientèles, **...encore faut-il qu'ils le sachent!**
- **Il faut rejoindre plus de clientèles.** Les actions promotionnelles des intervenants de la Minganie et de la Côte-Nord réalisées à ce jour ont données de bons résultats, mais il faudra les intensifier si on veut stimuler davantage la croissance de l'industrie touristique;

5. Coordonner/suivre les indicateurs

- **La coordination des actions** et le suivi des indicateurs touristiques constituent la seule façon d'assurer le succès de la stratégie proposée.
- **Pour que les projets prioritaires** se mettent en place et qu'ils génèrent les résultats escomptés il faut qu'une ressource humaine travaille à plein temps à leur réalisation.
- **Les intervenants touristiques** rencontrés dans les consultations ont dits qu'ils étaient prêts à s'impliquer, toutefois pour que les actions soient concertées et que les partenaires travaillent dans la même direction, ça prend une coordination et c'est la MRC Minganie qui est l'organisation la mieux placée pour le faire.
- **La Table ad hoc en tourisme** qui a conduit la démarche à ce jour pourra également collaborer à la réalisation des projets.

Stratégie 2020

**1. Identifier les
attraits
locaux**

**2. Enrichir le produit
touristique**

**3. Créer un réseau
d'ambassadeurs
touristiques**

Stimuler la croissance touristique de la MRC Minganie:

- **augmenter de 15 % le volume des visiteurs (+ 3 750)**
- **allonger d'une nuitée additionnelle la durée de séjour (de 3,4 à 4,4 nuitées)**

**4. Augmenter les efforts
promotionnels**

**5. Coordonner les actions et suivre
les indicateurs touristique clés**



Cadre financier



Cadre financier 2018-2020

Projets	Coût total \$	2018 \$	2019 \$	2020 \$	Partenaires financiers
1. Identification des attraits	150 000	50 000	50 000	50 000	MRC - Municipalités
2. Enrichissement du produit touristique	150 000	50 000	50 000	50 000	MRC - TCN – MTO - DEC
3. Ambassadeurs Minganie	25 000	15 000	5 000	5 000	MRC - TCN
4. Accroissement de la promotion	300 000	100 000	100 000	100 000	TCN – MRC – partenaires
5. Coordination des actions et suivi des indicateurs touristiques clés	300 000	100 000	100 000	100 000	MRC - Municipalités
TOTAL	925 000	315 000	305 000	305 000	

Projets 2018-2020

PRIORITAIRES

Projets	Activités à réaliser	Années	Respon- sable	Coût \$	Financement
1. Doter les municipalités d'une identification et signalisation communes des attraits locaux	• À l'échelle de la MRC, réaliser la conception et la fabrication de panonceaux selon 5 formats: • très grand panneau de bienvenue en Minganie (2) • grands panneaux d'information à l'entrée des villages présentant globalement les attraits locaux (20) • panonceaux identifiant un attrait (80) • version cadre pour afficher un horaire ou des informations (20) • version signature bas d'une affiche (20) • Installation par les municipalités	2018-2020	MRC Municipa- lités	150 000	MRC Municipalités
2. Enrichir le produit touristique	• Soutenir l'émergence de projets par des micro-entreprises, coopératives de solidarité ou individus visant les axes suivants: • hébergements expérientiels • découverte de la nature (guidage ou location d'équipements récréatifs) • mise en valeur des produits du terroir et de la mer • circuit des églises • évènements mettant en valeur les cultures acadienne et innue • tourisme hivernal, notamment les services aux motoneigistes (hébergement, restauration, guidage) • Moyen proposé: lancer un appel de projets prévoyant que les projets retenus bénéficieront d'un support financier et professionnel	2018-2020	MRC SADC	150 000	MRC TCN MTO DEC

Projets 2018-2020

PRIORITAIRES

Projets	Activités à réaliser	Échéance	Respon- sable	Coût \$	Financement
3. Faire des intervenants de première ligne des ambassadeurs touristiques de la Minganie	- À l'échelle MRC, mener une campagne d'information et sensibilisation auprès des intervenants de première ligne (hébergements, restaurants, commerces, garages, bureaux d'accueil touristique) visant à ce qu'ils deviennent de véritables ambassadeurs de la Minganie - rencontres locales d'information - remise d'un cahier de l'ambassadeur	2018-2020	MRC TCN	25 000	MRC TCN
4. Augmenter les efforts promotionnels	- Déployer pour les saisons 2018-2019-2020 un effort promotionnel additionnel de l'ordre de 100 000 \$ par année, en ajout à ce qui se fait déjà par certains intervenants touristiques - Consolider les actions promotionnelles autour du produit d'appel principal de la Minganie et des produits complémentaires les plus attractifs	2018-2020	TCN MRC Voyages Coste	300 000	TCN MRC Parcs-Canada Sépaq autres à identifier
5. Coordonner les actions et suivre les indicateurs touristiques	- Se doter à l'échelle de la MRC d'une ressource professionnelle permettant d'assurer la mise en œuvre des projets prioritaires: - Coordonner les actions des municipalités et des partenaires - Suivre les indicateurs clés et proposer des ajustements le cas échéant	2018-2020	MRC	300 000	MRC Municipalités



Vision stratégique 2030



Vision stratégique 2030

- La MRC Minganie travaille à une vision stratégique de long terme ayant comme objectifs le développement social, culturel et économique de son territoire. La stimulation de la croissance de l'industrie touristique fait partie des priorités.
- **D'ici 2030, la Minganie sera au cœur des grands circuits touristiques qui relieront l'est du Canada, notamment par la route 138 et la Gaspésie par un traversier.**
 - ✓ **des investissements** significatifs auront permis le développement de produits écotouristiques recherchés et une offre d'hébergement correspondant aux standards internationaux;
 - ✓ **les croisières** internationales, les croisières excursions et la mise en valeur du caractère maritime de la destination auront contribué à allonger la saison touristique;
 - ✓ **Anticosti**, reconnue par l'Unesco comme patrimoine mondial, sera une destination touristique haut de gamme;
 - ✓ **les villages côtiers et les communautés innues** bénéficieront de retombées économiques locales significatives.



Développement des pôles touristiques



Pôles touristiques

- **4 pôles touristiques** de la Minganie ont été identifiés dans le cadre de la planification stratégique 2013-2018 de Tourisme Côte-Nord:
 - ✓ Havre-Saint-Pierre: pôle principal;
 - ✓ Natashquan, pôle émergent;
 - ✓ Anticosti, pôle émergent;
 - ✓ Rivière-au-Tonnerre, pôle émergent.
- **Cette désignation «pôles»** englobe les municipalités ou les communautés innues voisines et s'appuie sur le constat d'une concentration de services touristiques et de visiteurs dans un lieu donné.
- **Des programmes d'aide financière** tiennent compte de cette notion de pôles dans leurs critères d'analyse.

Havre Saint-Pierre: pôle principal

- **Havre Saint-Pierre est fréquenté par les touristes** en raison de l'archipel de Mingan, le produit d'appel de la Minganie. Ce qui a amené la municipalité, devenue escale de croisière internationale, à développer son potentiel touristique, culturel et patrimonial. Il en est de même pour Longue-Pointe-de-Mingan. Ékuanitshit ajoute une dimension culturelle qui intéresse les touristes.
- **La mise en service d'un traversier** reliant Havre-Saint-Pierre à Anticosti et Rivière-au-Renard est la priorité des priorités. Ce projet structurant agira comme un formidable accélérateur du développement de l'industrie touristique de la Minganie.
- **La réalisation d'un attrait touristique intérieur** mettant en valeur les forces industrielles de la Minganie (pêches, mines, hydroélectricité), offrant des visites virtuelles à la fine pointe de la technologie est la seconde priorité. Les familles, les groupes, les baby boomers, les croisiéristes et les gens de la région généreront un bon achalandage à l'échelle de la Minganie.

Havre Saint-Pierre: pôle principal

- **Le développement du statut** de Longue-Pointe-de-Mingan comme porte d'entrée ouest de l'archipel de Mingan, s'il s'accompagne d'activités et de services touristiques en conséquence, favorisera la rétention des visiteurs et soutiendra les efforts de développement local.
- Il en est de même pour **3 projets structurants** qui contribueront de façon importante au développement de l'industrie touristique;
 - ✓ rallye motoneige de Sept-Îles à Blanc-Sablon;
 - ✓ projet pilote de Voyages Coste visant à abaisser le coût des billets d'avion;
 - ✓ vélo piste Minganie: analyse du potentiel et des contraintes;
- **La collaboration avec la communauté d'Ékuanitshit**, à l'exemple des visites des croisiéristes au centre culturel innu s'avère un succès. Le développement d'autres partenariats devrait également être considéré, compte tenu de l'intérêt élevé des visiteurs pour le tourisme autochtone.

Natashquan: pôle émergent

- **Natashquan est une destination culturelle et patrimoniale** à l'échelle de la Minganie. Le projet de mise en valeur de la maison du poète québécois Gilles Vigneault pourra agir comme un véritable produit d'appel touristique. Les autres attraits et la programmation culturelle consolident cette vocation.
- **La présence de Parcs Canada dans le secteur est de la Minganie** aidera considérablement à soutenir les efforts de développement local de Baie-Johan-Beetz et Aguanish:
 - ✓ ces deux municipalités présentent des caractéristiques qui s'agencent bien au développement du pôle touristique émergent;
 - ✓ les projets d'un rallye motoneige Sept-Îles et d'une vélo piste pourront agir comme catalyseur dans leur développement respectif;
- **Les trois municipalités** auraient avantage à examiner la possibilité de partager un agent (e) de développement touristique local pour les soutenir dans leur croissance.

Anticosti: pôle émergent

- **La notoriété d'Anticosti est élevée, elle fait rêver.** Les chasseurs et pêcheurs fréquentent l'île depuis longtemps. Cela a stimulé le développement touristique jusqu'à ce jour.
- **C'est l'intérêt des visiteurs pour la villégiature et l'écotourisme** qui est et sera de plus en plus le moteur de la croissance à venir. Cet engouement entrainera des projets touristiques structurants, notamment en termes de transport, nouveaux services touristiques et hébergement haut de gamme.
- **La mise en service d'un traversier** reliant Anticosti à Havre-Saint-Pierre et à Rivière-au-Renard est la priorité des priorités.
- **Sa reconnaissance par l'Unesco** à titre de patrimoine mondial l'est tout autant.
- **L'amélioration de la desserte aérienne** et la réduction des coûts figurent également comme une priorité.

Rivière-au-Tonnerre: pôle émergent

- **Rivière-au-Tonnerre est la porte d'entrée** de la Minganie. Avec Rivière-Saint-Jean, ce pôle offre des noyaux villageois remarquables (Sheldrake et Magpie). Les visiteurs découvrent progressivement le caractère marin et les rivières exceptionnelles de la Minganie.
- **L'identification et la signalisation** des attraits locaux permettra une plus grande rétention des visiteurs. La mise en valeur des attraits naturels, patrimoniaux et des projets de camping devraient voir le jour d'ici quelques années.
- Une éventuelle **vélo piste**, la mise en valeur du potentiel récréatif de la **rivière Magpie**, classée parmi les 10 meilleures rivières au monde selon le National Geographic et un **rallye motoneige** de Sept-Îles à Blanc-Sablon devraient agir comme accélérateurs du développement touristique de ce pôle émergent.
- **La présence de Voyages Coste**, qui commercialise le produit touristique est un plus pour le pôle et toute la Minganie.

Projets structurants

RENFORCEMENT DES PÔLES TOURISTIQUES

Projets	Activités à réaliser	Pôle Havre Saint-Pierre	Pôle Natashquan	Pôle Anticosti	Pôle Rivière- au-Tonnerre
6. Soutenir la réalisation du projet de traversier entre la Côte-Nord et la Gaspésie	- Appuyer les actions d'Anticosti et de Havre-Saint-Pierre dans le projet de traversier qui les relierait à Rivière-au-Renard - faire état de l'appui de la MRC et de ses partenaires - participer aux études et activités de communication/ relations publiques visant la réalisation du projet	X	X	X	X
7. Organiser un rallye motoneige entre Sept-Îles et Blanc-Sablon	- Avec la MRC Sept-Rivières et la Basse-Côte-Nord, organiser un rallye motoneige en vue de positionner la Côte-Nord comme destination motoneige: - embaucher une ressource contractuelle pour monter le plan d'affaires (montage financier, promotion, conditions de réalisation) - projet pouvant se financer avec les autres partenaires: MRC, Basse-Côte - identifier les correctifs à réaliser sur les tronçons problématiques	X	X		X

Projets structurants

RENFORCEMENT DES PÔLES TOURISTIQUES

Projets	Activités à réaliser	Pôle Havre Saint-Pierre	Pôle Natashquan	Pôle Anticosti	Pôle Rivière- au-Tonnerre
8. Confirmer le statut de Natashquan comme destination culturelle et patrimoniale de la Minganie (pôle émergent)	Compte tenu du projet de mise en valeur de la maison de Gilles Vigneault (Sauvegardons la Source), intégrer le produit Natashquan à la campagne promotionnelle Minganie, dans la mesure où les nouvelles installations seront ouvertes pour la prochaine saison	X	X		X
9. Faire de Longue-Pointe de Mingan la porte d'entrée de la Réserve de parc national du Canada de l'Archipel-de-Mingan	- De concert avec Parcs Canada, développer le statut de porte d'entrée de la municipalité: - signalisation sur la 138 - identification dans les documents de promotion des partenaires	X			
10. Appuyer Anticosti dans la demande visant à être reconnu par l'UNESCO (pôle émergent)	Soutenir financièrement et techniquement la préparation du cahier de candidature qui devra être réalisé par la municipalité en vue de présenter officiellement la demande à l'UNESCO (préparation d'un document de plus de 1 000 pages)	X		X	

Projets structurants

RENFORCEMENT DES PÔLES TOURISTIQUES

Projets	Activités à réaliser	Pôle Havre Saint-Pierre	Pôle Natashquan	Pôle Anticosti	Pôle Rivière-au-Tonnerre
11.Appuyer Havre-Saint-Pierre dans son projet de concept touristique immersif de calibre international (pôle principal)	- Analyser les différentes options visant à réaliser un projet mettant en valeur les secteurs industriels de la région en utilisant les technologies les plus avancées, pouvant prendre la forme de simulateurs, casques de réalité virtuelle, etc... - impliquer les grandes entreprises de la région - prévoir un concept se réalisant dans un bâtiment intérieur dont l'aspect architectural pourra devenir un marqueur territorial - localisation dans un secteur central	X	X		X
12.Inciter Parcs Canada à accentuer sa présence dans l'est de la Minganie	- De concert avec les intervenants touristiques et les municipalités d'Aguanish et de Baie-Johan-Beetz, identifier des projets de mise en valeur du potentiel touristique de l'archipel dans ce secteur - sentiers et belvédères - hébergement expérientiel - activités de découverte de la nature - activités récréatives		X		

Projets structurants

RENFORCEMENT DES PÔLES TOURISTIQUES

Projets	Activités à réaliser	Pôle Havre Saint-Pierre	Pôle Natashquan	Pôle Anticosti	Pôle Rivière- au-Tonnerre
13.Appuyer le projet pilote de Voyages Coste visant à réduire le coût des billets d'avion	- Appuyer financièrement le projet-pilote mené par Voyages Coste visant à réduire le prix des billets d'avion entre Montréal, Québec et la Côte-Nord - le projet est actuellement analysé par des compagnies aériennes et pour qu'il se concrétise, une somme de l'ordre de 10 000 \$ devra être prévu en guise de garantie	X	X	X	X

Projets structurants

RENFORCEMENT DES PÔLES TOURISTIQUES – À ANALYSER

Projets	Activités à réaliser	Pôle Havre Saint-Pierre	Pôle Natashquan	Pôle Anticosti	Pôle Rivière- au-Tonnerre
14.Développer une vélo piste Minganie	- Analyser les possibilités de développement de liens cyclables de Rivière-au-Tonnerre à Natashquan qui emprunterait partiellement la route 138 et qui entrerait dans chacun des villages: - phase 1 : étude du potentiel et des contraintes, identification d'un tracé préliminaire, infrastructures à réaliser et coût prévu - phase 2: le cas échéant, réalisation de tronçons selon les disponibilités financières et les programmes disponibles	X	X		X
15.Appuyer les efforts de mise en valeur des activités récréatives sur la rivière Magpie	- Compte tenu que cette rivière est classée parmi les 10 meilleures au monde pour les activités récréatives (kayak, rafting), appuyer les efforts de la municipalité et des intervenants touristiques afin de mettre sur pied une entreprise ou une organisation responsable d'exploiter et de faire la promotion de descentes sur la rivière Magpie: - acquisition d'équipements - structuration de forfaits - mise en marché				X

Croissance de l'industrie touristique

Stratégie 2020: stimuler la croissance touristique en Minganie

- augmenter de 15 % la fréquentation (4 200 visiteurs)
- allonger la durée de séjour d'une nuitée additionnelle (4,4, nuitées)

Projets prioritaires

- identification et signalisation des attraits locaux
- enrichissement du produit touristique
- ambassadeurs Minganie
- accroissement de la promotion
- coordination des actions et suivi des indicateurs touristiques

Vision 2030: Minganie au cœur des grands circuits touristiques

- reliée à l'est du Canada (route 138)
- traversier Côte-Nord - Gaspésie

Renforcement des pôles touristiques

- traversier Havre-Saint-Pierre – Anticosti – Rivière-au Renard
- rallye motoneige Sept-Îles – Blanc-Sablon
- Natashquan (destination culturelle et patrimoniale)
- Longue-Pointe-de-Mingan (porte d'entrée ouest de l'archipel)
- Anticosti (reconnaissance par l'Unesco)
- Havre Saint-Pierre (attrait touristique immersif 4 saisons)
- Aguanish – Baie-Johan-Beetz (présence de Parcs Canada dans l'est)
- Voyages Coste (projet-pilote de réduction des coûts de transport aérien)
- Vélopieste Minganie (évaluation du potentiel et des contraintes)
- Rivière-au-Tonnerre – Rivière Saint-Jean: développement de la rivière Magpie



Plans locaux de développement touristique



Plans locaux

- **8 plans locaux de développement touristique** ont été élaborés et validés lors des deux tournées de consultation. En plus, des échanges spécifiques ont eu lieu avec plusieurs représentants municipaux.
- **Des rencontres exploratoires** ont également été tenues avec les 2 communautés innues. Il se dégage une volonté de collaboration et de partenariat sur des projets touristiques.
- **91 projets d'envergure locale** ont été soumis, discutés et inscrits dans les plans d'action, ils se regroupent de la façon suivante:
 - ✓ 25 projets: remise en état d'un attrait naturel, réfection ou amélioration de l'accessibilité à un attrait;
 - ✓ 24 projets: nouvelle activité ou service touristique
 - ✓ 22 projets: mise en valeur du patrimoine local ou culturel;
 - ✓ 12 projets: aménagement d'une infrastructure touristique;
- **Les 8 municipalités estiment nécessaire** de mettre en place ou consolider une table de concertation en tourisme.

Les défis des plans locaux

- **Le nombre de projets** traduit la volonté de diversifier l'économie par le tourisme;
- **Pour une majorité**, ce sont surtout des idées qui devront être approfondies pour devenir de véritables projets;
- **L'intérêt soulevé** par le tourisme est réel, tout autant que la faible capacité de prise en charge par les municipalités, sauf exceptions;
- **Le support professionnel pour développer le tourisme au plan local est une condition essentielle de succès:**
 - ✓ des municipalités ont un agent de développement: cela est essentiel;
 - ✓ dans d'autres cas, deux ou trois municipalités auraient avantage à partager un agent de développement;
- **Sans ce support**, les projets risquent de ne pas de concrétiser, à un moment où il y a plusieurs programmes pouvant les soutenir.

Projets locaux	R.A.T	R.S.J	L.P.D.M	H.S.P.	Anticos.	Aguan.	B.J.B	Natashq.	TOTAL
• remise en état d'un attrait naturel: sentier, chute, plage	1	1			1	2	1	1	7
• réfection d'une infrastructure touristique (ex. promenade)	1	1	2			2			6
• amélioration de l'accèsibilité à un équipement récréatif existant, lieu touristique ou arrière-pays	3	1	3	1	1	1	2		12
• Sous total									25
• nouvelle activité ou service touristique ou projet spécifique	1	1	5	4	4	1	3	5	24
• Sous total									24
• mise en valeur du patrimoine local (église, histoire du village ou particularité locale)	2	1	1	1	1	1	3	2	12
• projet culturel (amélioration de la programmation, évènement ou mise en valeur de traits culturels)	1		3	2				4	10
• Sous-total									22
• aménagement d'infrastructures touristiques:									
• camping	2	1		1	1		1		6
• sentier									
• hébergement expérientiel	1	1		1			1	1	5
• havre maritime								1	1
• Sous-total									12
• mise en place ou consolidation d'une table en tourisme	1	1	1	1	1	1	1	1	8
TOTAL	13	8	15	11	9	8	12	15	91



Annexes



Points forts/points faibles

- Archipel de Mingan;
- Beauté des paysages marins;
- Plages et nature;
- Villages côtiers;
- Anticosti;
- Natashquan (Gilles Vigneault);
- Accueil chaleureux;
- Présence acadienne;
- Communautés Innues;
- Courte saison;
- Coût élevé du transport aérien;
- Absence de circuit (aller-retour sur la route 138);
- Hébergements 2 étoiles/ services touristiques peu développés/signalisation;
- État de certaines infrastructures touristiques (sentiers, promenades, belvédères);
- Culture touristique peu développée;
- Peu d'entrepreneurs;

Opportunités/menaces

- Proximité de la mer;
- Mixité culturelle Acadienne et Innue;
- Grands espaces naturels et paysages marins;
- Arrière-pays;
- Notoriété grandissante d'Anticosti (classement UNESCO)
- Intérêt des visiteurs, besoin de déconnecter, engouement pour la nature et la culture;
- Distance et éloignement des marchés;
- Perception négative que c'est froid;
- Compétitions d'autres destinations;
- Présence de moustiques;



Indicateurs touristiques (1)

- Progression significative de la région touristique Duplessis:
 - 96 000 visiteurs en 2016, 25 % des visites-région de la Côte-Nord (64 000 en 2006);
 - 95 % des visiteurs en provenance du Québec;
 - taux moyen d'occupation hébergement: 53 % (46 % en 2006);
 - taux moyen d'occupation camping: 62 % (58 % en 2006);
 - dépenses touristiques: 38 M\$ (44 M\$ en 2013, 23 M\$ en 2006);
- À l'échelle de la région Duplessis, le réseau d'accueil touristique a reçu un total de 24 637 visiteurs en 2017, alors qu'il en avait accueilli 26 492 en 2016;
- 5 bureaux d'accueil touristique de la Minganie ont connu des hausses de fréquentation en 2017, Anticosti ayant connu la plus forte hausse (963 en 2016 et 1 341 en 2017), Aguanish étant demeuré stable ;

Indicateurs touristiques (2)

- Achalandage des bureaux d'accueil touristique période 2010-2017 révèle des variations annuelles, malgré une bonne année 2017, 321 visiteurs de moins qu'en 2010;
- 71 % des visiteurs des lieux d'accueil ont été charmés par la nature omniprésente, indicateur 2016 en hausse de 3 % par rapport à 2015;

Bureaux	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Aguanish	1 507	1 514	1 660	1 607	1 561	2 131	1 931	2 028
Baie-Johan-Beetz	1 283	1 159	895	1 177	779	1 613	1 152	1 327
Anticosti	1 341	963	768	703	664	483	837	381
Natashquan	4 686	4 665	3 836	4 011	3 495	4 653	4 803	5 398
Havre-Saint-Pierre	2 031	1 878	1 668	2 093	1 142	817	3 008	2 655
Manitou	3 995	3 920	4 613	2 255	2 178	2 288	1 736	3 375
TOTAL	14 843	14 099	13 340	11 646	9 819	11 985	13 467	15 164

Indicateurs touristiques (3)

- Record en 2017 depuis l'ouverture en 1984, la fréquentation de la Réserve de parc national du Canada de l'Archipel-de-Mingan au cours de la période 2010-2017 révèle que 92 % des visiteurs proviennent du Québec et que pour 81 % d'entre eux il s'agissait d'une première visite (sondage 2014), 48 % de visiteurs sont de la région immédiate;
- La moitié des visiteurs de la Minganie visitent l'archipel, les raisons invoquées étant l'avoir déjà visité ou manquer de temps;
- 97 % des visiteurs étaient satisfaits et 77 % très satisfaits (2014);

Visites	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Extérieur de la région	20 224	15 501	13 520	12 587	11 864	13 047	15 087	16 214
Région	18 810	18 810	18 810	18 810	18 810	18 810	18 810	18 810
Totales	39 034	34 307	32 330	31 398	30 674	31 856	33 897	35 024

Indicateurs touristiques (4)

- autour de 25 000 visiteurs en Minganie en 2016: 15 497 jours-visites visiteurs $\times 1.33 = 11\,652$ visiteurs $\times 2 = 23\,304$, arrondi à 25 000 visiteurs, durée de séjour de 3,4 nuitées en 2014, 4,3 nuitées en 2007 (Parcs Canada);
- 6 000 à 7 000 visiteurs à Anticosti, en augmentation:
 - 3 700 chasseurs, 250 pêcheurs au saumon;
 - 1 075 villégiateurs;
 - 1 341 visiteurs au bureau d'accueil touristique;
 - autres visiteurs non comptabilisés;
- 3 000 visiteurs à l'église de Rivière-au-Tonnerre;
- 4 705 visiteurs provenant d'escales des croisières internationales à Havre-Saint-Pierre en 2016:
 - 3 012 passagers;
 - 1 693 membres d'équipage;
- 7 000 à 8 000 visiteurs à Natashquan (estimé local);

Table ad hoc en tourisme

- **Claudia Boudreau**, Centre local d'emploi de Havre-Saint-Pierre;
- **Liette Gagné**, Centre local d'emploi de Havre-Saint-Pierre;
- **Dany Lebrun**, Réserve de parc national de l'Archipel-de-Mingan;
- **Julie Loiselle**, MRC de Minganie;
- **Alberte Marcoux**, Voyages Coste;
- **Mélissa Rochefort**, Tourisme Côte-Nord;
- **Odessa Thériault**, Rendez-Vous Minganie – Havre-Saint-Pierre;
- **Michel Threlfall**, Sépaq;