

Pour diffusion immédiate

12^e colloque de l'industrie touristique - faits saillants

Matane, le 13 novembre 2015 – C'est plus de 100 personnes qui ont pris part au 12^e colloque de l'industrie touristique gaspésienne. Réunis sous le thème « Notre région, notre force, notre vision », ce rendez-vous automnal avait une signification particulière considérant tous les enjeux et défis dont nous aurons à faire face au cours des prochaines années.

Le colloque a débuté avec la présentation du bilan de la saison touristique 2015. En général, nous pouvons dire que la saison a été excellente partout avec des hausses d'achalandage estimées à environ 9 %.

Même si la température du mois de mai et juin était plutôt maussade, les visiteurs ont été au rendez-vous plus tôt qu'à l'habitude. Le mois de juin a généré des hausses d'achalandage dans l'ensemble des secteurs de la Gaspésie tandis que le mois de juillet, tant qu'à lui, est parti fort, mais on dénote un ralentissement durant les semaines de la construction attribuable aux conditions météorologiques. Les mois d'août et septembre furent beaux et chauds et l'automne exceptionnel que nous avons connu a permis de compenser le début de saison plus lent. Qu'à cela ne tienne, les touristes ont été nombreux à séjourner en Gaspésie et surtout, à profiter de l'offre distinctive de la région. Les efforts de commercialisation ont donné les résultats escomptés appuyés par la diversité de l'offre et la passion des intervenants sur le terrain.

L'événement a également permis d'effectuer un retour sur les premiers États généraux du tourisme de la Gaspésie, qui s'étaient tenus à pareille date l'année dernière, et d'effectuer un bilan des actions réalisées depuis et celles à venir. Le nouveau modèle d'affaires en tourisme proposé par le gouvernement du Québec a aussi été présenté à l'ensemble de l'industrie.

Parmi les grandes orientations de ce nouveau plan d'affaires, nous sommes particulièrement heureux de constater l'encadrement de l'hébergement illégal, le développement de nouveaux produits touristiques et la gestion de la promotion à l'extérieur de la province par une nouvelle structure. Bien entendu, il faudra que le projet de loi 67 soit adopté par l'Assemblée nationale avant la mise en place de ce nouveau modèle d'affaires.

La présentation du plan stratégique de développement de l'ATR 2016 - 2020 a aussi été présentée, voici les six orientations retenues :

- Consolider l'offre actuelle des trois filières (mer et montagne, culture et saveurs);
- Augmenter les retombées économiques, le taux d'occupation du secteur de l'hébergement et le nombre de visiteurs en utilisant une stratégie de mise en marché efficace;

- Consolider l'offre motoneige et structurer l'offre hivernale afin d'augmenter les retombées économiques durant la période hivernale;
- Augmenter l'offre d'activités nautiques sur le fleuve, dans la baie des Chaleurs et sur le lac Matapédia;
- Maintenir la vocation des lieux d'accueil et d'information touristique tout en s'adaptant aux nouveaux besoins des clientèles;
- Assurer le leadership de l'ATRG en tant que plus grand regroupement d'entreprises de la Gaspésie et bénéficier de l'expérience et du professionnalisme de l'équipe en place.

Enfin, la présentation du plan marketing 2016-2019 a permis de connaître les alignements des trois prochaines années de la destination. La Gaspésie doit amorcer un virage à 180 degrés afin de **réaffirmer le leadership de la destination** en étant plus accessible, plus jeune et plus dynamique auprès de ces cibles. Pour atteindre son objectif, elle devra rajeunir son image, définir sa personnalité, cibler sa clientèle et son marché et se doter d'outils publicitaires qui positionneront la région comme une destination touristique d'envergure : **la destination mer et montagne du Québec**. Tout en conservant son identité et sa notoriété, vous pourrez constater que la stratégie marketing nous amènera ailleurs et sortira des sentiers battus.

En terminant, quelques conférences sur des sujets préoccupants de l'ATRG ont été présentées pendant ces deux jours. Notons une conférence sur les principes fondamentaux de la classification de l'hébergement touristique québécois, une présentation sur le nouveau visage du tourisme d'affaires au Québec et enfin, comment pouvons-nous innover et réussir ensemble?

Toutes ces présentations ont été très appréciées des participants. À l'aube de la saison hivernale, le colloque a permis à nos membres de se rencontrer, d'échanger sur des sujets préoccupants et de faire le bilan de l'année.

-30-

Source :
Christine St-Pierre
Responsable des communications
418 775-2223 poste 228

Pour information :
Joëlle Ross, directrice générale
418 775-2223 poste 221