

# RAPPORT ANNUEL

## 2025-2026



LA MISSION DE TOURISME  
GASPÉSIE CONSISTE À  
MOBILISER, À REPRÉSENTER,  
À SOUTENIR ET À PROMOUVOIR  
L'INDUSTRIE TOURISTIQUE  
DE LA GASPÉSIE.

# Table des matières

Mot du président	3
Mot de la directrice générale	4
Tourisme Gaspésie	5
<b>BILAN DE LA PERFORMANCE TOURISTIQUE</b>	<b>7</b>
<b>RAPPORT D'ACTIVITÉ</b>	<b>11</b>
<b>Administration</b>	12
<b>Services aux membres</b>	14
Portrait des membres	14
Communications avec les membres	15
Soutien et accompagnement	16
Événements destinés à l'industrie touristique	17
<b>PROMOTION TOURISTIQUE</b>	<b>20</b>
Plan marketing de destination 2023-2026	21
Campagnes promotionnelles	22
Salons consommateurs	25
Comité marketing régional	26
Plateformes numériques de Tourisme Gaspésie	27
Communications et relations avec les médias	30
Publications	31
Le Québec maritime, commercialisation touristique hors Québec	32
<b>ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUES</b>	<b>33</b>
Stratégie régionale d'accueil	34
Banque d'informations touristiques	34
Services d'accueil et de renseignements touristiques	35
<b>DÉVELOPPEMENT</b>	<b>37</b>
Orientations stratégiques	38
Programmes d'aide financière	40
Plan montagnes de la Gaspésie 2022-2025	41
Plan d'action en développement durable 2026-2029	42

# Mot du président



© Cynthia Dupuis

## Chers partenaires et membres de Tourisme Gaspésie,

Dans un contexte où le changement s'impose désormais comme une réalité, notre industrie doit plus que jamais faire preuve d'agilité. L'évolution rapide des technologies, notamment celle de l'intelligence artificielle, transforme nos façons de travailler et ouvre de nouvelles possibilités. Cultiver la capacité d'adaptation et renforcer la collaboration demeurent essentiels pour continuer à faire rayonner la Gaspésie comme destination incontournable.

FACE À LA CONCURRENCE MONDIALE, NOUS NE POUVONS PAS NOUS CONTENTER DE L'ORDINAIRE : NOUS DEVONS VISER L'EXCELLENCE... ET L'EXTRAORDINAIRE!

Les efforts déployés au cours de la dernière année ont porté fruit, particulièrement dans le développement de l'offre quatre saisons. Ces avancées sont prometteuses et nous rappellent la nécessité de poursuivre ce chantier.

Face à la concurrence mondiale, nous ne pouvons pas nous contenter de l'ordinaire : nous devons viser l'excellence... et l'extraordinaire! Il est indispensable que notre région demeure attrayante, et cela repose sur la qualité de notre produit et de nos services. J'invite tous les acteurs de l'industrie à garder cela en tête.

Le tourisme demeure un levier économique majeur pour la Gaspésie, et notre organisation joue un rôle clé à cet égard. Tourisme Gaspésie peut compter sur une équipe compétente et engagée pour promouvoir la région et soutenir les entreprises touristiques. Elle accompagne ses membres, les oriente vers les ressources appropriées et les outille par rapport aux tendances.

Enfin, je tiens à remercier sincèrement toute l'équipe ainsi que les membres du conseil d'administration pour leur dévouement et leur volonté de faire grandir notre destination. Notre mission prend tout son sens grâce à l'engagement de celles et ceux qui y contribuent. C'est collectivement, en restant fidèles à cette vision commune, que nous continuerons à faire de la Gaspésie une destination dynamique, enviable et pérenne.

**CARL PELLETIER**  
PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

# Mot de la directrice générale



© Éric Larrivée

Votre association touristique régionale est honorée de représenter une région aussi exceptionnelle et des entreprises dynamiques qui en rehaussent l'image. Il est certain que nous devons continuellement nous adapter aux nouvelles réalités des clientèles que nous accueillons. C'est pourquoi Tourisme Gaspésie mesure rigoureusement toutes ses actions et offensives marketing. Nos pratiques doivent relever les défis liés aux changements climatiques, à la préservation de l'environnement et aux besoins de nos communautés, tout en servant l'intérêt des entreprises et les attentes des clientèles.

**Cette année, nous avons reçu 945 100 visiteurs, un achalandage qui profite grandement à l'économie gaspésienne avec des retombées économiques de 613,5 millions de dollars.**

Comme à l'habitude, nous avons participé à de nombreuses rencontres en personne et virtuelles dans plusieurs secteurs d'activités pour représenter l'industrie touristique gaspésienne. Nous connaissons vos besoins et pouvons les faire valoir tant en Gaspésie qu'à travers le Québec.

Dans le cadre de notre entente avec le ministère du Tourisme, nous nous engageons à dynamiser et à revitaliser l'économie de notre région par des actions de promotion, de commercialisation, d'accueil, d'information, de signalisation ainsi que de développement et de structuration de l'offre touristique. Dans une perspective d'innovation et de transformation numérique, nous contribuons à la transition vers un tourisme responsable et durable. Tourisme Gaspésie souhaite également mieux répondre aux besoins des entreprises et améliorer la cohérence entre ses mandats et ses objectifs.

La direction de Tourisme Gaspésie met en œuvre des politiques et des procédures claires, adoptées par le conseil d'administration, pour satisfaire aux exigences du ministère du Tourisme pour l'ensemble des fonctions sous sa responsabilité. La gestion des ressources humaines et financières s'exerce avec transparence et rigueur, permettant la réalisation de toutes nos activités.

À l'aube de ma dix-huitième année à la tête d'une organisation dotée d'un conseil d'administration représentatif et d'une équipe professionnelle expérimentée, engagée et passionnée, je demeure aussi fière de représenter la Gaspésie. Je vous réaffirme mon engagement, ma rigueur et mon soutien ainsi que celui de mon personnel.

Toutefois, je quitterai la direction de Tourisme Gaspésie à la fin de l'année 2026, après 29 ans au sein d'une organisation que j'ai toujours servie avec dévouement et passion durant toutes ces années. Je remercie tous les membres et partenaires avec qui j'ai collaboré et je vous assure que je demeurerai une fidèle ambassadrice de la plus belle région du Québec. Ce fut un réel bonheur de vous représenter!

Enfin, n'oubliez jamais que le tourisme est un secteur économique primordial dans une région unique comme la Gaspésie. Nous avons la chance d'y vivre et d'œuvrer ensemble dans un but commun, celui d'offrir des services et des activités à la hauteur des attentes de notre clientèle.

**JOËLLE ROSS**  
DIRECTRICE GÉNÉRALE

# Tourisme Gaspésie

est l'une des 21 associations touristiques régionales (ATR) du Québec.



© Dany Vachon

En tant que partenaires privilégiées du ministère du Tourisme du Québec et représentantes des divers intervenants touristiques des régions, les ATR jouent un rôle important de concertation et de catalyseur dans leur milieu. Elles sont les maîtres d'œuvre de la promotion, de la mise en marché, de l'accueil, de l'information et de la signalisation touristiques de même que du développement et de la structuration de l'offre dans leurs régions respectives. Les ATR sont également appelées à soutenir l'innovation, la transformation numérique et l'adaptation aux changements climatiques, en plus de contribuer à la transition vers un tourisme responsable et durable.

## Mission

MOBILISER, REPRÉSENTER,  
SOUTENIR ET PROMOUVOIR  
L'INDUSTRIE TOURISTIQUE  
DE LA GASPÉSIE.

## Axes d'intervention

LEADERSHIP  
INTELLIGENCE  
D'AFFAIRES  
RAYONNEMENT CORPORATIF



## Vision

ÊTRE RECONNUE PAR TOUS LES ACTEURS  
DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DE LA  
GASPÉSIE COMME L'ORGANISATION  
LEADER EN MATIÈRE DE MISE EN MARCHÉ,  
D'ACCOMPAGNEMENT, DE MOBILISATION  
ET DE REPRÉSENTATION.

## Valeurs

CONCERTATION  
ÉQUITÉ ET TRANSPARENCE  
SAVOIR ET PARTAGE

## Éléments stratégiques complémentaires

EFFETS DE LEVIER :

- Promotion de la destination toute l'année
- Mobilisation interne
- Développement et structuration de l'offre concertés

AXE TRANSVERSAL :

- Tourisme durable et responsable



# L'équipe

## Le conseil d'administration

AU 31 MARS 2026

**CARL PELLETIER**  
PRÉSIDENT  
MRC de La Haute-Gaspésie

**RÉMI PLOURDE**  
VICE-PRÉSIDENT  
MRC du Rocher-Percé

**ÉDITH OUELLETTE**  
TRÉSORIÈRE  
MRC de La Matapédia

**OLIVIER CÔTÉ VAILLANCOURT**  
SECRÉTAIRE  
MRC Avignon

**YAN LÉVESQUE**  
ADMINISTRATEUR  
MRC de La Mitis

**NATALIE MARCEAU**  
ADMINISTRATRICE  
MRC de La Matanie

**ÉMILIE LEBLANC LABERGE**  
ADMINISTRATRICE  
MRC de La Côte-de-Gaspé

**ÉLODIE BRIDEAU**  
ADMINISTRATRICE  
MRC de Bonaventure



© Tourisme Gaspésie

## Le personnel

AU 31 MARS 2026



**Joëlle Ross**  
Directrice générale



**Stéphanie Thibaud**  
Directrice marketing et communications



**David Dubreuil**  
Directeur développement



**Françoise Bruaux**  
Gestionnaire administrative



**Chantal Manuel**  
Coordonnatrice stratégie numérique



**Judith Kilgour**  
Coordonnatrice communications



**Viviane Roussel**  
Coordonnatrice information touristique et service aux membres



**Sophie Gauvin**  
Coordonnatrice soutien aux entreprises



**Carole Bélisle**  
Agente comptabilité



**Catherine Côté**  
Agente marketing



**Catherine-Rose James**  
Agente communications numériques



**Romain Claudepierre**  
Agent information touristique

# BILAN DE LA PERFORMANCE TOURISTIQUE



Lac Matapédia © vigauv

**945 100**  
visiteurs

↑ **Augmentation  
de 5%**

**613,5 M\$**  
en retombées

↑ **Augmentation  
de 9%**

Du 1<sup>er</sup> avril 2025 au 31 mars 2026

# Saison touristique 2025-2026

## Une croissance soutenue dans un contexte favorable

Les résultats de la saison 2025-2026 s'inscrivent dans une tendance de croissance soutenue en Gaspésie, dans un contexte où le Québec enregistre également une hausse de la fréquentation touristique.

Au printemps 2025, les intentions de voyage confirmaient un intérêt marqué pour les séjours au Québec. La Gaspésie avait progressé parmi les destinations : 24 % des répondants et répondantes envisageaient de s'y rendre, comparativement à 17 % l'année précédente. Notre région se positionnait ainsi parmi les plus convoitées, et les données confirment que ces intentions se sont concrétisées.

Ce regain s'explique notamment par un contexte sociopolitique et économique particulier. Un sondage de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec<sup>1</sup> indiquait **qu'une part importante des Québécois et des Québécoises avait choisi de délaissier les États-Unis à l'été 2025 au profit de destinations locales.**

Cette tendance s'est traduite par une forte affluence de la clientèle québécoise, particulièrement en haute saison.

En matière d'hébergement, la croissance se poursuit dans la région, tout en montrant des signes de stabilisation. Après plusieurs années d'expansion, l'offre s'est maintenue, permettant un retour à la hausse des taux d'occupation. Malgré des taux élevés (79 % en juillet et 85 % en août), la capacité d'accueil de la destination demeure propice à la poursuite de son développement.

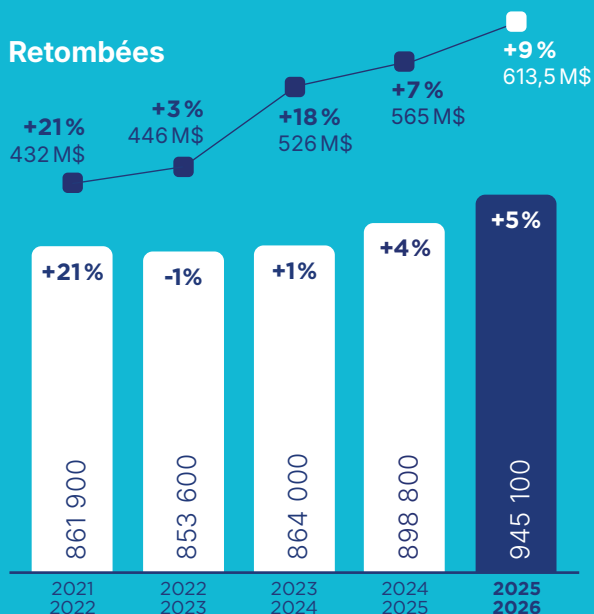
Dans ce contexte porteur, la performance de la saison témoigne de la force de l'industrie touristique régionale et de sa capacité à saisir les occasions. Elle invite à poursuivre les efforts collectifs afin de consolider les acquis, enrichir l'expérience offerte et soutenir le développement durable et concurrentiel de la destination.

**La provenance des visiteurs se répartit comme suit : 70 % du Québec, 12 % des Maritimes, 10 % de l'Ontario, 5 % de la France et 3 % des États-Unis, avec des variations saisonnières.**

1. Sondage Léger pour le compte de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, « Intentions de voyage aux États-Unis », 18 février 2025, 10 pages.

## NOMBRE DE VISITEURS ET RETOMBÉES DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES

### Retombées



### Visiteurs



Plus de données disponibles dans le document *Résumé de fréquentation de la Gaspésie*

Variation des retombées entre 2021-2022 et 2025-2026

**+42%**

Variation du nombre de visiteurs entre 2021-2022 et 2025-2026

**+10%**

Les données correspondent à la période du 1<sup>er</sup> avril au 31 mars et sont issues du *Modèle d'évaluation de la performance touristique pour la Gaspésie*, défini par Raymond Chabot Grant Thornton pour Tourisme Gaspésie.

# Printemps, été et automne

Une croissance continue

**790 000**  
visiteurs

**520 M\$**  
en retombées

↑ Augmentation  
de **4 %**

↑ Augmentation  
de **9 %**

Du 1<sup>er</sup> avril au 31 octobre 2025

## Taux d'occupation

### CAMPING

Taux d'occupation  
**63 %**

↑ Augmentation  
de **3 points**

**Augmentation de 16 %**  
des emplacements loués en tente

**Diminution de 5 %**  
des emplacements loués en VR

### PRÊT-À-CAMPER

Taux d'occupation  
**57 %**

↑ Augmentation  
de **7 points**

**Diminution de 1 %**  
des emplacements loués

Du 1<sup>er</sup> juin au 31 août 2025

## ÉTABLISSEMENTS D'HÉBERGEMENT

SAISON ESTIVALE Du 1<sup>er</sup> avril au 31 octobre 2025

Taux d'occupation  
**61 %**

↑ Augmentation  
de **3 points**

**Augmentation de 6 %** des unités occupées

- Avr. : taux d'occ. 34 %, +0,3 pt, +8 % unités occ.
- Mai : taux d'occ. 44 %, +6 pts, +16 % unités occ.
- Juin : taux d'occ. 59 %, +3 pts, +6 % unités occ.
- Juil. : taux d'occ. 79 %, +4 pts, +5 % unités occ.
- Août : taux d'occ. 85 %, +7 pts, +7 % unités occ.
- Sept. : taux d'occ. 59 %, +5 pts, +9 % unités occ.
- Oct. : taux d'occ. 43 %, -3 pts, -3 % unités occ.

Après avoir connu une forte croissance ces dernières années (19 % depuis 2019), le nombre d'unités d'hébergement disponibles s'est stabilisé en 2025. Cette stabilité a entraîné des variations à la hausse du taux d'occupation, reflétant l'augmentation du nombre d'unités occupées. Celles-ci ont atteint des records d'avril à septembre, tout comme le taux d'occupation en juin. Le nombre d'emplacements occupés en camping a poursuivi sa progression et a atteint un record, si l'on exclut 2021, une année atypique en raison du contexte pandémique.

## Fréquentation

### ACTIVITÉS ET ATTRAITS

Les sites touristiques rapportent une stabilité de leur achalandage.

### ÉVÉNEMENTS

Les grands festivals ont connu des éditions particulièrement fréquentées.

### CROISIÈRES INTERNATIONALES

Un total de 21 navires ont fait escale à Gaspé, soit 1 de moins que l'année précédente.

**Le nombre de jours à quai a toutefois augmenté**, permettant d'atteindre l'un des meilleurs nombres de jours-passager en escale par année.

## Taux de satisfaction

Un sondage réalisé par Tourisme Gaspésie auprès de 200 intervenants et intervenantes révèle un taux de satisfaction élevé : 93 % des personnes ayant répondu évaluent la saison de façon positive. Les secteurs de l'hébergement, de la restauration et des campings sont parmi les plus satisfaits.

# Hiver

Une bonne saison hivernale, portée par un enneigement stable

**155 100**  
visiteurs

**93 M\$**  
en retombées

↑ **Augmentation**  
de **12 %**

↑ **Augmentation**  
de **7 %**

Du 1<sup>er</sup> novembre 2025 au 31 mars 2026

## Taux d'occupation

### ÉTABLISSEMENTS D'HÉBERGEMENT SAISON HIVERNALE

Du 1<sup>er</sup> novembre 2025 au 31 mars 2026

Taux d'occupation  
**36 %**

↓ **Diminution**  
de **1 point**

**Augmentation de 2 %**  
des unités occupées

- Nov. : taux d'occ. 36 %, -3 pts, -6 % unités occ.
- Déc. : taux d'occ. 27 %, +1 pt, +8 % unités occ.
- Janv. : taux d'occ. 29 %, +0,4 pt, +7 % unités occ.
- Févr. : taux d'occ. 46 %, +1 pt, +6 % unités occ.
- Mars : taux d'occ. 42 %, -1 pt, -1 % unités occ.

Le nombre d'unités d'hébergement occupées a atteint des records en décembre, en janvier et en février. Toutefois, le nombre d'unités disponibles était en légère augmentation (3 %), ce qui explique le léger recul dans le taux d'occupation moyen. Enfin, malgré une baisse par rapport à 2024, la performance de novembre 2025 est restée supérieure à celle observée les années précédentes.

## Fréquentation

### STATIONS DE SKI

- ⬆ La fréquentation des stations de ski était en progression par rapport à l'an dernier, mais n'a pas atteint les niveaux antérieurs.

### MOTONEIGE

- ⬆ Ouverts tôt en janvier, les sentiers de motoneige ont profité d'un enneigement stable, donnant lieu à une saison de plus de deux mois dans la majorité des secteurs.

## Taux de satisfaction

Parmi la trentaine de personnes ayant répondu au sondage de Tourisme Gaspésie, plus de la moitié (54 %) étaient satisfaites de la saison.

# RAPPORT D'ACTIVITÉ



Carleton-sur-Mer © Léocadie Fayos

BUDGET  
**5 M\$**

**676**  
ADHÉSIONS

# ADMINISTRATION

## DÉVELOPPEMENT ORGANISATIONNEL



Au cours de l'année, Tourisme Gaspésie a poursuivi l'ensemble de ses activités en lien avec sa planification stratégique actuelle.

En tant qu'organisation phare du développement, de la promotion et de l'accueil touristique régional, Tourisme Gaspésie joue un rôle structurant au sein de son territoire. Par ses orientations stratégiques, ses activités de mise en marché, son accompagnement des entreprises et ses relations avec les partenaires de l'industrie, l'organisation contribue à orienter le développement et les pratiques touristiques de la région. Dans l'exercice de sa mission, qui consiste à mobiliser, à représenter, à soutenir et à promouvoir l'industrie touristique de la Gaspésie, elle agit à la fois comme porte-parole, accompagnatrice et catalyseur de l'évolution du secteur.

Dans ce contexte, l'adoption d'un plan d'action en développement durable 2026-2029 s'inscrit comme une démarche cohérente avec sa vision. En alignant

ses pratiques internes avec les principes du développement durable, Tourisme Gaspésie souhaite démontrer l'importance d'intégrer ces éléments dans les façons de faire du secteur touristique et ainsi donner l'exemple auprès de ses membres et partenaires.



En conformité avec les orientations du ministère du Tourisme et afin de mieux comprendre l'impact des changements climatiques sur l'industrie gaspésienne, une collaboration a vu le jour avec Tourisme Bas-Saint-Laurent et les conseils régionaux en environnement de la Gaspésie et du Bas-Saint-Laurent. Les travaux de cette démarche, qui vise à dresser un bilan de la situation pour l'ensemble du territoire, se poursuivront en 2026-2027.

Une stratégie d'accueil et d'information touristiques a également été élaborée selon les nouvelles orientations du ministère du Tourisme. Le rehaussement du réseau, réalisé en collaboration avec le milieu, s'inscrit dans cette même démarche.

L'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme – Soutien aux projets collectifs (EPRNT) – a été renouvelée par le ministère du Tourisme pour deux ans. Par ailleurs, un nouveau programme (PAIRS) a été créé afin d'aider les entreprises à réaliser des initiatives responsables et stratégiques. Cette entente et ce programme visent le soutien des entreprises de notre territoire à différentes échelles.

Le partenariat établi avec Le Québec maritime concernant les marchés hors Québec demeure un exemple concret de concertation et de synergie entre les régions touristiques de l'Est-du-Québec. La majorité des actions sont réalisées en collaboration avec l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.

## RESSOURCES HUMAINES

Sur le plan des ressources humaines, un mandat de révision des tâches liées à l'administration et au développement a été attribué à un fournisseur externe. À la suite de cet exercice, monsieur David Dubreuil a été promu au poste de directeur développement et madame Sophie Gauvin à celui de coordonnatrice soutien aux entreprises. Un nouveau poste de gestionnaire administrative a également été créé pour améliorer le soutien à la direction générale. Madame Françoise Bruaux s'est ainsi jointe à l'équipe en octobre 2025. Par ailleurs, à la suite du départ de madame Marilie Gosselin, monsieur Romain Claudepierre a été embauché en octobre 2025 à titre d'agent information touristique.

Toutes les descriptions de tâches et les évaluations du personnel ont été mises à jour, et aucun poste permanent n'est actuellement vacant. En ce qui concerne les postes saisonniers au bureau d'information touristique de Mont-Joli, toute l'équipe de 2025 sera de retour pour la saison estivale 2026.

Afin de se conformer à la *Loi sur les risques psychosociaux* (loi 27), entrée en vigueur en octobre dernier, Tourisme Gaspésie a adopté une nouvelle politique et un plan d'action visant à prévenir ces risques au travail. Des formations ont été données au personnel à cet effet.

Enfin, la direction générale a suivi différentes formations, notamment sur les ressources humaines, l'intelligence artificielle, la gestion du temps et des priorités et les risques psychosociaux.

## RESSOURCES MATÉRIELLES

Un nouveau véhicule, un Honda CRV 2026 hybride et à transmission intégrale, a été acheté et habillé aux couleurs de Tourisme Gaspésie.

Au siège social, un abri a été construit pour protéger la nouvelle borne d'information touristique et améliorer l'expérience de la clientèle en cas d'intempéries. L'aménagement paysager a aussi été revu et amélioré.

Des travaux de construction ont également été effectués au deuxième étage du bâtiment dans le but d'ajouter un espace de bureau destiné à une nouvelle ressource.



© Tourisme Gaspésie

## REPRÉSENTATION

À la mi-janvier, la ministre du Tourisme, madame Amélie Dionne, s'est rendue au siège social de Tourisme Gaspésie pour rencontrer l'ensemble du personnel. Les membres de l'équipe de direction ont pu échanger avec elle et aborder plusieurs dossiers et enjeux auxquels font face la région et les entreprises gaspésiennes.

La direction générale a participé aux Assises du tourisme, aux grandes rencontres de partenaires, aux rencontres sur les changements climatiques et aux Grands Remous. Elle a aussi été présente aux rencontres et à la Grande conférence de l'Alliance de l'industrie touristique.

À titre de trésorière du Québec maritime, elle a siégé à toutes les rencontres du conseil d'administration et de la direction, participé aux Rendez-vous du Québec maritime et pris part à des rencontres afin de présenter un projet de connectivité à l'EPRTNT.

Par ailleurs, elle a assuré la présidence des comités de gestion de l'EPRTNT et du Plan montagnes.



© Tourisme Gaspésie

Elle a représenté l'organisation au sein de différents comités, dont la Conférence administrative régionale (CAR) économique Bas-Saint-Laurent, la CAR Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, la table d'harmonisation du Parc national de Miguasha et le comité provincial des assurances collectives. Elle a participé à des rencontres avec la Fédération des pourvoires du Québec et Tourisme Autochtone Québec, et a présenté l'organisation à des membres de l'administration municipale du territoire.

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

- 6 RÉUNIONS

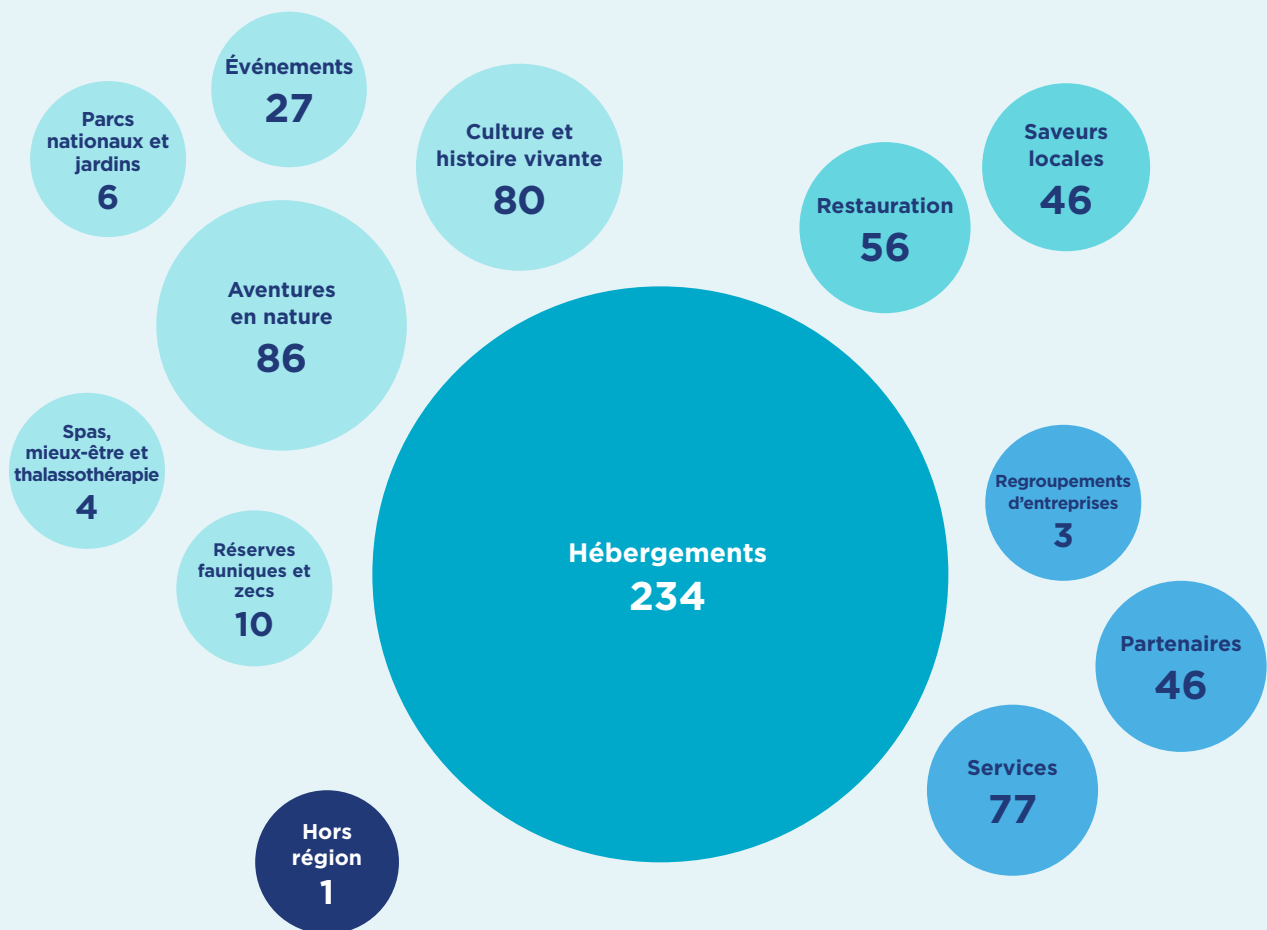
- COMITÉS : ÉTHIQUE ET GOUVERNANCE, FINANCES, RESSOURCES HUMAINES

# SERVICES AUX MEMBRES

## Portrait des membres

Au 31 mars 2026, Tourisme Gaspésie comptait 676 adhésions, soit une diminution de 2% comparativement à l'année précédente.

# 676 adhésions



Afin de faciliter la gestion des dossiers des membres, le logiciel Zoho One, particulièrement Zoho CRM, continue d'être implanté dans l'organisation. Celui-ci permet de centraliser l'information au même endroit et d'automatiser les processus, incluant la collecte d'informations touristiques, le renouvellement de l'adhésion ainsi que la gestion de plusieurs dossiers au sein des différents départements. En développement depuis 2023, la plateforme continue d'être améliorée et alimentée.

# Communications avec les membres

## INFOLETTRE

Tourisme Gaspésie produit l'infolettre *Bulletin aux membres* dans le but de diffuser à ses membres de l'information sur les activités, les actions de promotion, les offres, les programmes de développement et, plus largement, sur l'ensemble de l'industrie touristique.

- Plus de 50 bulletins envoyés
- 752 personnes abonnées
- Taux d'ouverture moyen de 56 %



## GROUPE FACEBOOK MEMBRES

Regroupant 460 personnes, ce groupe Facebook privé est réservé aux entreprises membres et aux partenaires de Tourisme Gaspésie. Il se veut un espace de partage et de communication entre Tourisme Gaspésie et ses partenaires où sont notamment publiées des actualités touristiques et des informations sur l'avancement de différents projets.

## SONDAGE

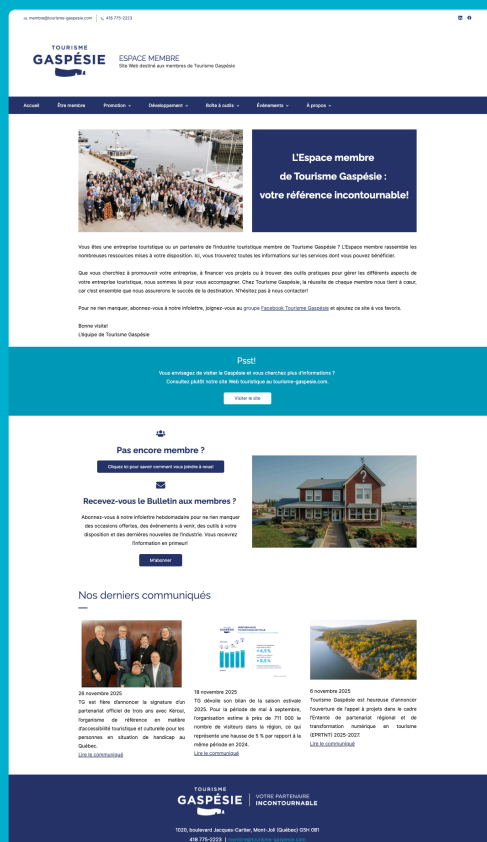
Au cours de l'année, Tourisme Gaspésie a transmis des sondages aux entreprises membres pour connaître leur opinion sur des sujets tels que l'état des réservations, la performance de chaque saison et leur satisfaction en lien avec des événements de l'organisation.

## ESPACE MEMBRE

### tourismegaspésie-espacemembre.com

Ce site Web réservé à l'industrie touristique se veut la référence en matière de ressources et de services offerts par l'organisation, tels que les programmes d'aide financière, les occasions de visibilité et les événements. Il comprend également une boîte à outils, une médiathèque, des études et des ressources en lien avec l'intelligence artificielle (IA).

- Pages vues
- 52 100
- + 16 %



# Soutien et accompagnement



## OCCASIONS DE VISIBILITÉ

La section Occasions de visibilité sur l'Espace membre est un outil de référence qui aide les membres à planifier leurs activités de promotion tout au long de l'année. Elle regroupe en un seul endroit l'ensemble des offres en marketing et en communication de Tourisme Gaspésie, dont les possibilités d'affichage sur les plateformes Web et les médias sociaux de Tourisme Gaspésie de même que dans les publications imprimées, telles que la carte routière et la carte des sentiers de motoneige. On y trouve aussi les occasions de collaboration en relations publiques et les détails sur l'aide financière marketing offerte aux membres. En plus d'être promues dans le *Bulletin aux membres*, les options de visibilité peuvent être réservées par l'entremise d'un formulaire sur l'Espace membre.

## AIDE FINANCIÈRE MARKETING

Depuis huit ans, Tourisme Gaspésie offre aux entreprises membres de l'aide financière pour la création ou la refonte de sites Web, la production de vidéos et la prise de photos promotionnelles. En 2025-2026, de l'aide pour l'optimisation de la stratégie de référencement naturel (SEO) et pour la mise en place d'une stratégie de médias sociaux a également été proposée et fort appréciée.

- **80 000 \$ d'aide financière accordée**
- **45 entreprises soutenues**
- **Plus de 250 000 \$ en projets réalisés**

## EXPERTISE AU SERVICE DES MEMBRES

Tout au long de l'année, l'équipe chevronnée de Tourisme Gaspésie demeure à la disposition des entreprises pour les accompagner et les guider. Elle offre des conseils sur les placements publicitaires, la communication, le Web, le développement de l'offre et l'information touristique. Plusieurs outils et documents utiles sont aussi disponibles sur l'Espace membre.

- **Plus de 125 entreprises touristiques de la Gaspésie ont sollicité le soutien de l'équipe du développement**
- **7 lettres d'appui en lien avec des projets à caractère touristique ont été produites durant l'année**

## GESTION DES CRÉDITS MARKETING

Les crédits marketing sont une ristourne de 20 % des sommes remises à Revenu Québec par les entreprises membres de la catégorie « hébergement » chez Tourisme Gaspésie et percevant la taxe sur l'hébergement. Cette ristourne peut être utilisée pour faire de la promotion au Québec selon les modalités établies par le ministère du Tourisme et entérinées par le conseil d'administration de Tourisme Gaspésie. Les crédits marketing font l'objet d'une gestion rigoureuse. Pour être admissibles, les membres doivent fournir des documents bien précis. Ceux-ci sont traités de façon confidentielle, inscrits au compte client des membres et conservés pour une période de trois ans. L'ensemble des documents et de l'information est publié sur l'Espace membre. Il est à noter que la politique, les critères d'utilisations et les formulaires de demande sont revus annuellement afin d'accroître la satisfaction des membres.

# Événements destinés à l'industrie touristique

## TOURNÉE MARKETING

Dans le cadre de l'élaboration du Plan marketing de destination 2026-2030, Tourisme Gaspésie a mené au printemps 2025 une tournée régionale de consultation auprès des entreprises et partenaires de l'industrie touristique. Réalisées en collaboration avec les instances locales de promotion touristique, **7 rencontres** ont permis de dresser un bilan des actions de promotion, de transmettre les résultats d'un sondage sur la perception de la destination et de tenir des ateliers collaboratifs afin de déterminer les priorités, les produits et les expériences à mettre en valeur.

Au total, près de **140 personnes** ont pris part à cette démarche de concertation qui visait à ancrer les orientations futures dans les réalités du terrain et à mobiliser l'intelligence collective de l'industrie.



© Samuelle F. Morin

## COUPE MEMORIAL

Du 22 mai au 1<sup>er</sup> juin 2025, la Gaspésie s'est illustrée durant la Coupe Memorial, qui s'est tenue à Rimouski. Dans le cadre de ce partenariat, Tourisme Gaspésie a obtenu une visibilité soutenue grâce à un kiosque d'information touristique sur le site et à diverses actions auprès des visiteurs, des médias et des hockeyeurs. L'organisation a également présenté la Tablee Gourmande Homard et Cie, un souper réservé aux partenaires officiels qui a rassemblé près de **200 convives** autour du homard gaspésien. Cette expérience immersive a permis de mettre en valeur les saveurs régionales, le savoir-faire gaspésien et les paysages iconiques de la région le temps d'une soirée.



© Tourisme Gaspésie

**Tablee gourmande**  
HOMARD ET CIE

PRÉSENTÉE PAR  
TOURISME  
GASPÉSIE

## LANCEMENT DE LA SAISON TOURISTIQUE, GOURMANDE ET CULTURELLE 2025



Photos de l'événement © Cynthia Dupuis



### Prix Excellence touristique 2025

Ce prix a été remis à monsieur **David Comeau**, copropriétaire du **Manoir Belle Plage**, pour son engagement et sa contribution au positionnement de la Gaspésie comme destination touristique de choix. En alliant héritage familial et vision novatrice, il fait preuve d'un leadership remarquable et se distingue par la mise en valeur du patrimoine gaspésien et ses pratiques en développement durable.



### Prix Gestionnaire de la relève 2025

Ce prix souligne le dynamisme et le leadership d'une personne reconnue comme un moteur de l'avenir touristique régional. Cette année, il a été décerné à madame **Paule Ménard-Pelletier**, dont l'implication et la vision contribuent au rayonnement de **Couleur Chocolat** bien au-delà de la Haute-Gaspésie et témoignent du potentiel de la nouvelle génération.

Tourisme Gaspésie, Gaspésie Gourmande et Culture Gaspésie se sont associées pour la première fois pour le lancement de la saison touristique, gourmande et culturelle de la Gaspésie. La 9<sup>e</sup> édition de ce grand rassemblement, tenu à La Vieille Usine de L'Anse-à-Beaufils, a réuni **une centaine d'organisations et de partenaires** des secteurs touristique, bioalimentaire et culturel de la région.

Donnant le coup d'envoi à l'été 2025, cette journée a servi de vitrine collective aux campagnes estivales menées par les trois organisations et a permis de souligner des anniversaires marquants. Elle a également été l'occasion de rendre hommage à des figures inspirantes des milieux touristique, agroalimentaire et culturel de la Gaspésie.

En soirée, les convives ont profité d'un cocktail dînatoire signé Christophe Mamelonet (La Maison du Pêcheur), mettant en valeur les produits de Gaspésie Gourmande. Culture Gaspésie a su dynamiser à l'événement, qui s'est déroulé dans une ambiance festive où les talents gaspésiens étaient à l'honneur. Cette édition a été organisée avec la collaboration de Tourisme et Commerce Rocher-Percé ainsi que de la MRC du Rocher-Percé.



© Tourisme Gaspésie



## ÉVÉNEMENT IA ET TOURISME

Le 11 septembre 2025, Tourisme Gaspésie accueillait à Sainte-Anne-des-Monts près de **90 personnes** du milieu touristique dans le cadre de la tournée provinciale « IA et tourisme ». L'événement visait à sensibiliser les entreprises aux possibilités et aux enjeux liés à l'intelligence artificielle, alors que cette technologie transforme déjà la façon dont les destinations et les entreprises sont découvertes et choisies par les voyageurs et voyageuses.

À travers des présentations de spécialistes, des exemples concrets et une table ronde, les participants et participantes ont pu mieux comprendre les répercussions de l'IA sur l'industrie, l'importance de la découvrabilité en ligne et le potentiel de ces technologies pour améliorer l'efficacité des organisations et enrichir l'expérience client.

## ANNULATION DU COLLOQUE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DE LA GASPÉSIE 2025

En dépit de tous les efforts déployés pour promouvoir le Colloque de l'industrie touristique de la Gaspésie 2025, prévu les 19 et 20 novembre à Carleton-sur-Mer, l'événement a malheureusement dû être annulé. Malgré une programmation riche et inspirante, le nombre d'inscriptions reçues était insuffisant pour tenir le colloque dans les conditions souhaitées, à la hauteur de la qualité attendue et du soutien de nos partenaires.

## FORMATION : LA DÉCOUVRABILITÉ À L'ÈRE DE L'IA

Le 19 février 2026, Tourisme Gaspésie a offert une formation gratuite en ligne afin d'outiller l'industrie face à l'évolution des habitudes de recherche et à l'arrivée de l'intelligence artificielle. Animée par Lysandre Michaud-Verreault, cette activité a permis aux participants et participantes de mieux comprendre comment l'IA influence la visibilité des entreprises touristiques et d'explorer des actions concrètes pour améliorer leur présence en ligne.

La formation a suscité un fort intérêt dans l'industrie : **70 personnes** y ont participé et les commentaires reçus étaient très positifs.

## DÉVELOPPEMENT : ACTIVITÉS D'INFORMATION, DE FORMATION ET DE CONCERTATION

L'équipe du développement a déployé une programmation d'activités variées à l'intention des membres et des partenaires tout au long de l'année. Axées sur les besoins de l'industrie et sur l'atteinte d'objectifs plus larges, ces activités ont été animées par des membres de l'équipe ou par des spécialistes invités, en présence sur le territoire ou en mode virtuel.

- **7 formations**
- **3 séances d'information**
- **3 activités de concertation, dont 1 à la station touristique Pin Rouge sur le tourisme de montagne**



Dans un souci de diminuer l'impact environnemental de ses événements, Tourisme Gaspésie a posé plusieurs actions, notamment : la compensation des émissions de gaz à effet de serre générées par le déplacement des participantes et des participants, la facilitation du covoiturage, la réduction de l'utilisation d'objets à usage unique en vue de minimiser les déchets, la proposition d'options de repas végétariens ainsi que la priorisation de l'achat local de produits, de services et d'aliments.

# PROMOTION TOURISTIQUE



Amqui © Laëtitia Clouzot

**11,4 M**

DE VUES SUR  
NOS PLATEFORMES

**135 M**

D'IMPRESSIONS NUMÉRIQUES  
EN PLACEMENTS PUBLICITAIRES

# Plan marketing de destination 2023-2026 : atteindre de nouveaux sommets, ensemble !

Disponible sur l'Espace membre, le plan marketing de destination 2023-2026 présente les grandes orientations marketing de Tourisme Gaspésie pour les prochaines années. Les membres sont invités à s'en inspirer et à communiquer avec l'équipe marketing pour obtenir des conseils relatifs à l'élaboration de leurs plans de promotion.



## Rappel du Plan marketing de destination 2023-2026



### VISION

Être la destination de premier choix des populations du Québec et des Maritimes pour les séjours de courte ou de longue durée, en toutes saisons.

### PRIORITÉS

- Promouvoir la destination toute l'année
- Collaborer à une meilleure répartition du flux touristique avec les acteurs locaux et régionaux
- Assurer une meilleure représentation territoriale
- Maintenir l'intérêt du marché québécois envers la Gaspésie
- Développer l'intérêt du marché des Maritimes envers la Gaspésie
- Stimuler l'innovation au sein de notre industrie
- Contribuer à un tourisme durable et responsable

### MARCHÉS

#### Le Québec

1. Montréal et les environs
2. Québec et les environs
3. Gatineau et les environs
4. Bas-Saint-Laurent et Gaspésie

#### Les Maritimes

5. Nouveau-Brunswick et Nouvelle-Écosse

### OBJECTIFS MARKETING

- Maintenir les taux d'occupation pour la période estivale
- Augmenter les taux d'occupation pour les mois de mai, de juin, de septembre et d'octobre
- Augmenter les taux d'occupation pour les mois de janvier, de février et de mars
- Maintenir la performance qualitative des plateformes de Tourisme Gaspésie
- Maintenir la performance qualitative de l'ensemble des placements médias

### PROMOTION DE LA DESTINATION

#### Campagne de notoriété - Toute l'année

#### Campagne estivale - Avril à octobre

**Offensive printemps**  
Avril et mai

**Offensive automne**  
Août et septembre

#### Campagne hivernale - Novembre à mars

**Offensive motoneige**

**Offensive ski hors-piste**

# Campagne promotionnelle Printemps, été et automne 2025



Plus de données disponibles dans le document *Résumé de campagne*

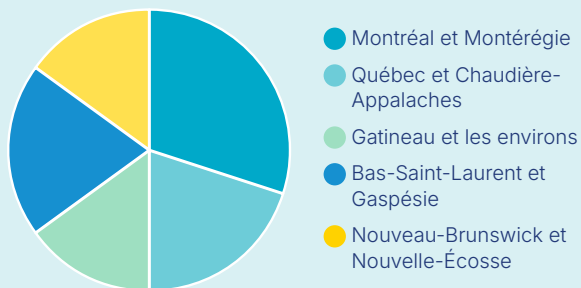
La campagne promotionnelle printemps, été et automne 2025 s'inscrivait dans la continuité du Plan marketing de destination 2023-2026 et visait à maintenir et à accroître l'achalandage touristique tout en optimisant la performance des actions promotionnelles de Tourisme Gaspésie. Dotée d'un **budget total de 1,3 M\$**, elle ciblait principalement les marchés du Québec et des Maritimes et mettait de l'avant la diversité de l'offre touristique gaspésienne, notamment le plein air, la culture, les saveurs locales, la villégiature, les festivals et les expériences de *road trip*.

Déployée du 31 mars au 30 septembre 2025, la campagne reposait sur une stratégie intégrée combinant placements publicitaires numériques et traditionnels, relations de presse, marketing de contenu, médias sociaux et activations terrain. Elle incluait notamment des collaborations avec des médias, l'accueil de journalistes et de créateurs et créatrices de contenu ainsi qu'une présence dans différents événements promotionnels et salons touristiques.

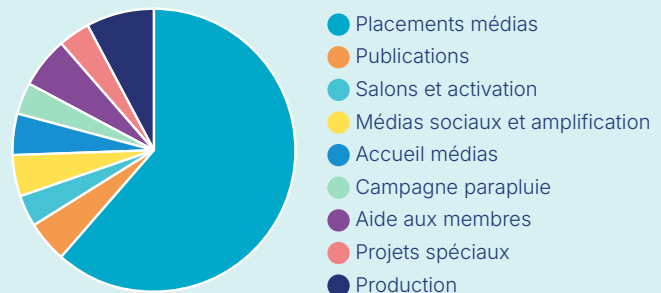
Cette offensive promotionnelle a généré plus de **100 millions d'impressions** médiatiques, contribuant ainsi à renforcer la notoriété de la Gaspésie et à positionner la destination comme un lieu incontournable pour les vacances estivales et les escapades de saison.

## Marchés prioritaires et investissements

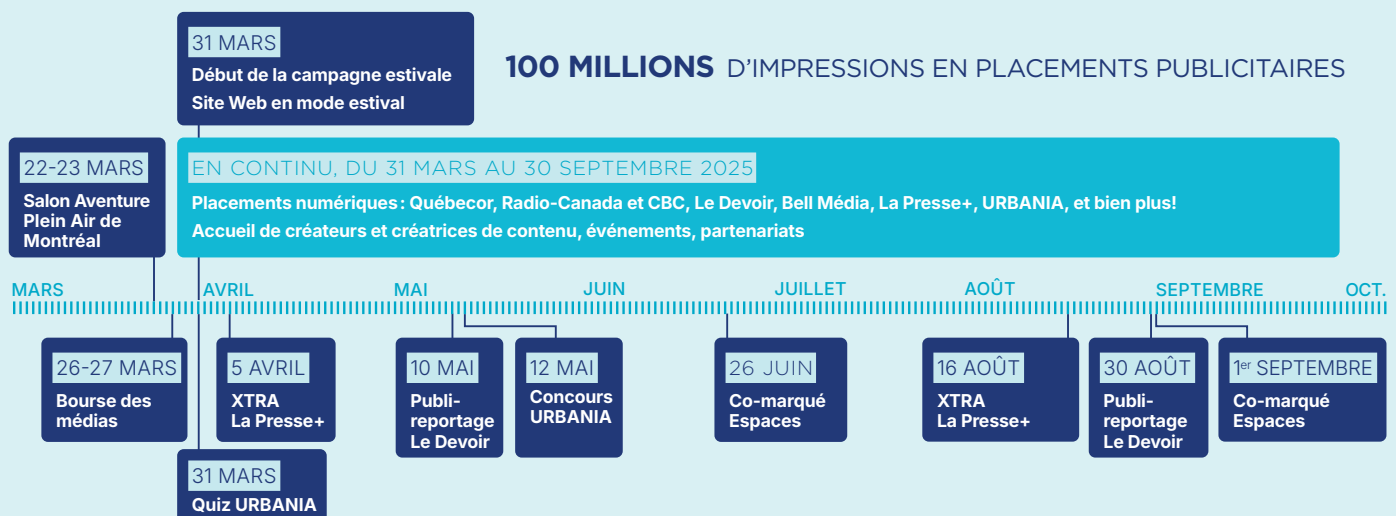
### MARCHÉS CIBLES



### BUDGET TOTAL: 1,3 M\$



## Déploiement de la campagne



# Campagne promotionnelle Hiver 2025-2026



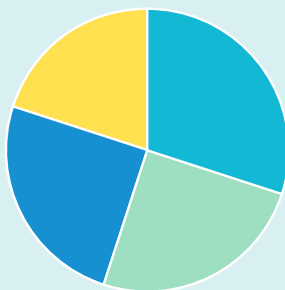
Plus de données disponibles dans le document *Résumé de campagne*

La campagne hivernale 2025-2026 de Tourisme Gaspésie s'inscrivait elle aussi dans la continuité du Plan marketing de destination 2023-2026 et visait à accroître l'achalandage touristique durant les mois de janvier à mars. Avec un **budget de plus de 425 000\$**, elle ciblait principalement les marchés du Québec et des Maritimes et mettait de l'avant les activités hivernales, la villégiature et le plein air.

La campagne a été déployée à travers une stratégie intégrée combinant publicité numérique, médias traditionnels, relations de presse, médias sociaux et actions concertées. Elle a généré **plus de 35 millions d'impressions** et a contribué à renforcer la notoriété de la Gaspésie comme destination hivernale.

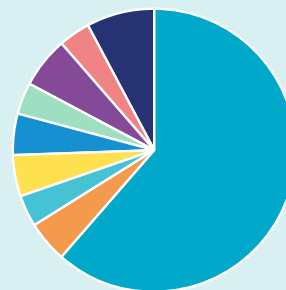
## Marchés prioritaires et investissements

### MARCHÉS CIBLES



- Québec et Chaudière-Appalaches
- Montréal et environ
- Bas-Saint-Laurent et Gaspésie
- Nouveau-Brunswick et Nouvelle-Écosse

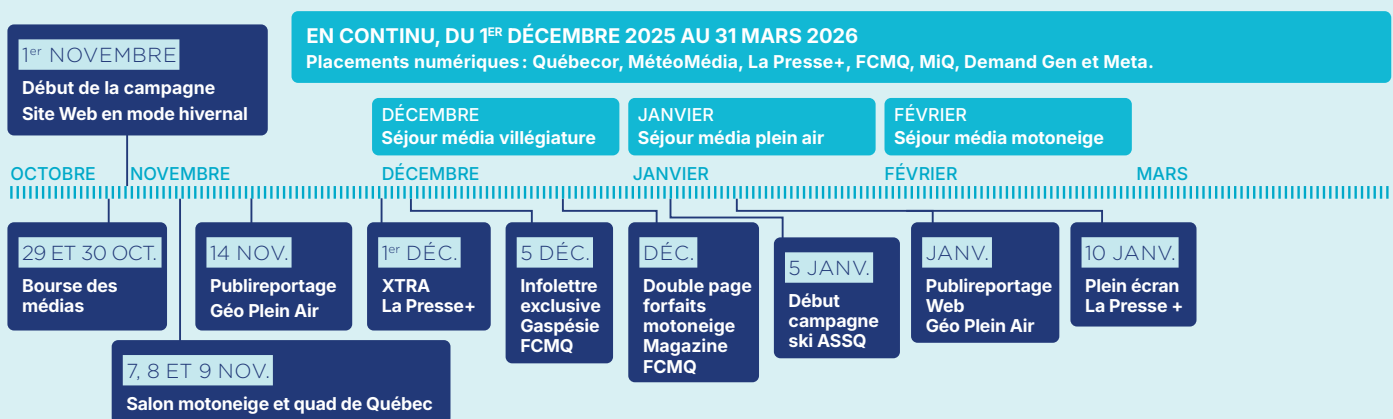
### BUDGET TOTAL: + DE 425 000 \$



- Placements médias
- Publications
- Salons et activation
- Médias sociaux et amplification
- Accueil médias
- Campagne parapluie
- Aide aux membres
- Projets spéciaux
- Production

## Déploiement de la campagne

**+ DE 35 MILLIONS** D'IMPRESSIONS EN PLACEMENTS PUBLICITAIRES



## Promotion des régions : campagnes parapluie

Pour une quatrième année consécutive, Tourisme Gaspésie a proposé des occasions de placement aux différents partenaires de promotion sur le territoire.

Pour la **saison estivale, 106 000 \$** ont été consacrés à la promotion des régions du territoire, soit 53 000 \$ par des partenaires et le même montant par Tourisme Gaspésie. **À l'hiver, 75 000 \$** ont été investis sur des plateformes de médias, dont La Presse, Québecor et MétéoMédia, soit 37 500 \$ par des partenaires et une bonification équivalente de Tourisme Gaspésie.

Les campagnes parapluie permettent aux organismes de promotion touristique de la destination de promouvoir leur région dans différents médias selon un concept intégré reprenant les codes de la campagne « L'extraordinaire. Simplement. ».

- Investissement total de 181 000 \$  
- 7 millions d'impressions



## Les Coulisses de la Gaspésie

En 2025, Tourisme Gaspésie a développé *Les Coulisses de la Gaspésie*, une websérie documentaire originale visant à mettre en valeur ceux et celles qui façonnent le tourisme dans la région. À travers une série de portraits humains et inspirants, cette initiative dévoile l'envers du décor des expériences gaspésiennes et met de l'avant la passion, le savoir-faire et l'engagement des artisans et artisanes, des adeptes de plein air, des entrepreneuses et entrepreneurs, des bénévoles et des organisations qui contribuent à la vitalité du territoire.

La première partie est dédiée au tourisme hivernal et est composée de 3 épisodes et 5 chapitres. Elle a été diffusée sur YouTube ainsi que sur les plateformes sociales de Tourisme Gaspésie du 19 janvier à la fin mars 2026. Elle aborde notamment le plein air, le ski hors-piste, la motoneige ainsi que les initiatives locales et les savoirs autochtones liés au territoire. Cette production vise à mobiliser l'industrie autour de récits humains forts, à valoriser l'ensemble des régions de la Gaspésie et à renforcer les retombées des actions de promotion de la destination hivernale sur le Web.

La diffusion de la portion estivale est prévue pour le printemps 2026.



© Sarah Warren

1 330 422 visionnements



© Alexa Fay



# Salons consommateurs

## LA COLLABORATION, UNE APPROCHE GAGNANTE !

Depuis 2023-2024, Tourisme Gaspésie mise sur une nouvelle approche de participation aux salons consommateurs. Cette stratégie, reconduite avec succès cette année, consiste à offrir aux organisations partenaires la possibilité de se joindre à ces événements. Cette collaboration leur permet de gagner en visibilité et renforce le rayonnement des régions auprès des visiteurs potentiels.

Cette année, Tourisme Gaspésie a de nouveau participé à deux salons majeurs : le Salon de la motoneige et du quad de Québec et le Salon aventure et plein air de Montréal. Dans une formule clé en main, Tourisme Gaspésie a pris en charge la conception, l'organisation et la logistique des kiosques, tout en permettant à ses partenaires de se démarquer avec des vêtements à leur effigie et la distribution de matériel promotionnel, tel que des cartes et des dépliants.

Tourisme Gaspésie et ses partenaires ont également collaboré avec **plus de 30 entreprises** pour offrir des forfaits dans le cadre des concours organisés pour les salons. Ces entreprises ont bénéficié d'une visibilité sur place et sur les réseaux sociaux.



© Tourisme Gaspésie

### SALON DE LA MOTONEIGE ET DU QUAD DE QUÉBEC

7, 8 et 9 novembre 2025

- **Plus de 1 600 personnes jointes**
- **338 participations au concours**

Partenaires :

- Développement Économique Matanie
- MRC de La Haute-Gaspésie
- MRC de La Matapédia
- Association des clubs de motoneigistes de la Gaspésie

### SALON AVENTURE ET PLEIN AIR DE MONTRÉAL

28 et 29 mars 2026

- **Plus de 3 500 personnes jointes**
- **667 participations au concours**

Partenaires :

- Développement Économique Matanie
- Mytik Shack Sucré
- MRC de La Haute-Gaspésie
- Destination Gaspé
- Parc national Forillon
- Folies Boréales
- Tourisme et Commerce Rocher-Percé
- MRC de Bonaventure
- MRC Avignon
- Station touristique Pin Rouge
- Parc régional du Mont-Saint-Joseph
- MRC de La Matapédia

Cette approche collaborative continue de porter ses fruits, autant pour Tourisme Gaspésie que pour ses partenaires. En plus de contribuer à accroître la notoriété et l'intérêt pour la Gaspésie et ses régions, elle renforce les liens entre les acteurs de l'industrie touristique.

Leur présence à ces salons a encore une fois permis :

- de maximiser la visibilité de la Gaspésie auprès d'un public cible engagé;
- de valoriser les régions et les entreprises en mettant davantage en valeur leurs produits;
- d'augmenter l'engagement des visiteurs potentiels.

**Tourisme Gaspésie souhaite continuer à participer aux salons consommateurs, en innovant et en s'adaptant aux tendances pour mieux répondre aux besoins des entreprises, des visiteurs et de ses partenaires.**

## Comité marketing régional

Dirigé par Tourisme Gaspésie et mis sur pied en 2020, le comité marketing régional (CMR) réunit **10 organisations** qui contribuent à la promotion touristique en Gaspésie. Il favorise la concertation et la transmission d'information sur les enjeux liés au marketing de la destination.

En avril 2025, Tourisme Gaspésie a réalisé, en collaboration avec les partenaires du CMR, une **tournée marketing régionale comprenant 7 rencontres**. Cette démarche visait à renforcer la collaboration entre les organisations et à alimenter les réflexions entourant le futur plan marketing de destination. Deux sondages ont également été menés auprès des partenaires afin de clarifier les rôles des différentes organisations et de définir des indicateurs de performance communs pour mieux mesurer les retombées des actions marketing.

Au cours de la dernière année, **4 rencontres du CMR** ont été tenues, permettant notamment de coordonner les campagnes de promotion et de développer des initiatives concertées comme le Mois du tourisme, la présence dans des salons consommateurs et les campagnes parapluie.



Percé © Dany Vachon

## Représentation

Tourisme Gaspésie siège à différents comités visant l'échange et la collaboration à des actions marketing concertées. Elle participe notamment aux rencontres de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec, qui réunissent les directions du marketing des différentes associations touristiques régionales (ATR) et associations touristiques sectorielles (ATS), ainsi qu'à celles du Québec maritime, qui réunissent les quatre régions de l'Est-du-Québec.

Durant la dernière année, l'équipe du marketing a participé à plusieurs rencontres et activités organisées par des partenaires, dont :

- la Grande conférence Alliance;
- les Assises du tourisme 2025;
- les Grands Remous 2026;
- la communauté de pratiques en IA de l'Alliance;
- la communauté de pratiques en intelligence d'affaires du ministère du Tourisme;
- la table des communications de l'Alliance;
- la table des communications du Québec maritime.

# Plateformes numériques de Tourisme Gaspésie

## SITE INTERNET - [tourisme-gaspesie.com](http://tourisme-gaspesie.com)

Le site Internet a pour objectif d'être la référence pour planifier ses vacances en Gaspésie. De conception réactive (l'affichage s'adapte à différentes tailles d'écrans), il assiste la personne à toutes les étapes de sa planification de même qu'à destination. La mise à jour de l'information touristique a été au cœur des activités encore cette année afin de toujours fournir une information juste et de qualité.

Dans sa quête d'amélioration continue, Tourisme Gaspésie s'efforce de développer des outils favorisant l'engagement des utilisatrices et des utilisateurs, la conversion des visiteurs en clients pour ses membres ainsi que l'accroissement de la réputation et de la visibilité de la région.

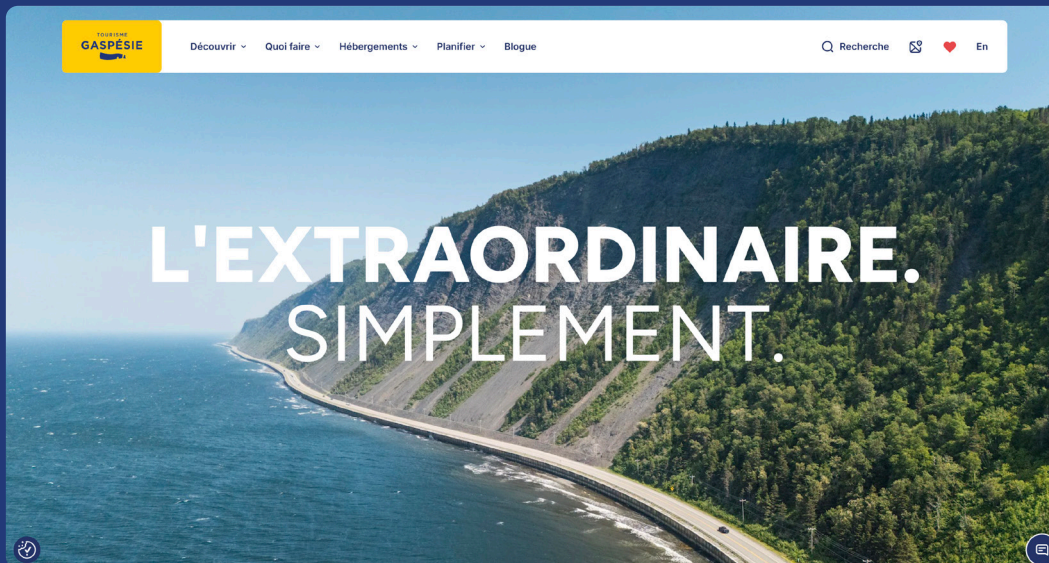
**L'organisation a lancé un nouveau site Web en novembre 2025.** Il a été repensé pour inspirer les vacanciers et vacancières, faciliter la planification de leurs séjours et améliorer la mise en valeur de l'offre des membres. Il est également adapté aux usages actuels et aux meilleures pratiques en matière de référencement et de découvrabilité par l'intelligence artificielle. Parmi les caractéristiques : navigation simplifiée, expérience utilisateur améliorée, meilleur accès aux fiches des membres, mise en valeur des saisons, intégration de la banque de données Zoho et options de visibilité bonifiées pour les membres.

Afin de se conformer à la loi 25, en septembre 2023, Tourisme Gaspésie a ajouté à son site Web une bannière de consentement aux témoins de navigation. La loi 25 stipule, entre autres, que les entreprises doivent énumérer tous les témoins utilisés sur leur site Web, expliquer leur utilisation et permettre aux utilisatrices et aux utilisateurs d'activer ou de désactiver certains types de témoins. Un lien permettant de modifier ses préférences en matière de consentement doit donc être inclus dans le bas de chaque page du site Web.

Cette nouvelle obligation affecte les statistiques du site Web (nombre de sessions et de pages vues, données d'utilisation, taux d'engagement, etc.), car aucune donnée n'est collectée lorsqu'une personne refuse l'utilisation de témoins.

En octobre 2023, les statistiques du site Web ont migré vers le nouveau Google Analytics (GA4). Cette nouvelle plateforme comptabilise les données différemment, notamment pour les sessions, l'utilisation, les pages vues, les événements et le taux de rebond, qui a été remplacé par le taux d'engagement. Il est donc préférable de repenser la façon de collecter les données et ne pas les comparer avec celles des années précédentes. De plus, avec la fonctionnalité App Tracking Transparency sur les iPhone utilisant iOS 14.5 et plus, les gens peuvent désormais choisir d'autoriser ou non le suivi de leur activité dans les applications et sur les sites Web. En cas de refus, leurs données ne sont pas collectées.

Enfin, la diminution du nombre de visites sur les sites Web en 2025-2026 est principalement causée par la montée des aperçus générés par l'IA (entraînant le « zéro clic »), les mises à jour d'algorithmes et les changements de comportement des utilisateurs et utilisatrices. Cette baisse est évaluée à 55 % sur tous les sites Web.



## Performance

Du 1<sup>er</sup> avril 2025 au 31 mars 2026

**561 113 sessions**

⬇️ **-10 %**

**1 719 000 pages vues**

⬇️ **-12 %**

Durée moyenne de la visite:

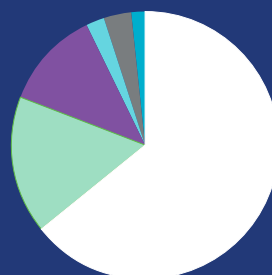
**2 minutes 41 secondes**

⬆️ **+5 secondes**

Taux d'engagement\*:

**96 %** ⬇️ **-1 %**

## Provenance des internautes



- Québec – 73 %
- Maritimes – 5 %
- Hors Québec (Canada) – 13 %
- États-Unis – 2 %
- France – 5 %
- Autres pays d'Europe – 2 %

### Principaux sites de référence

- Google
- Facebook
- La Presse
- Bing
- Le Québec maritime

### Principales pages visitées

- Accueil (fr.)
- Circuits (fr.)
- Incontournables (fr.)
- Hébergements (fr.)
- Campings (fr.)
- Tour de la Gaspésie (fr.)
- Culture et histoire vivante (fr.)
- Accueil (angl.)
- Saisons – Été (fr.)
- Aventures en nature (fr.)

\* Une session avec engagement est une session qui répond à l'un des critères suivants: a duré de plus de 10 secondes; comporte 1 événement clé; a généré au moins 2 vues d'écran ou de page.

## MÉDIAS SOCIAUX – @tourismegaspésie

Tout au long de l'année, la stratégie de contenu sur les médias sociaux s'est arrimée aux différentes actions de promotion. L'objectif principal demeurait de faire rêver et de faire découvrir la Gaspésie et ses multiples facettes tout en assistant les voyageuses et voyageurs potentiels dans leur planification. Les publications qui ont particulièrement bien fonctionné sont celles qui mettaient en valeur les icônes et les particularités régionales.

En parallèle, l'investissement dans une stratégie d'acquisition a permis à Tourisme Gaspésie d'augmenter le nombre d'abonnements à ses réseaux et à l'infolettre. Il est à noter que l'organisation est aussi présente et active sur Pinterest et qu'elle possède sa chaîne YouTube. Elle fait aussi de la promotion sur TikTok.



# INFOLETTRE TOURISME GASPÉSIE

Les personnes abonnées à l'infolettre reçoivent deux fois par mois un bulletin électronique présentant des suggestions de contenu à consulter pour découvrir la région et planifier un séjour. Des campagnes de promotion sur Facebook visant à susciter de nouveaux abonnements ont lieu toute l'année. À l'été 2025, **3 infolettres spéciales** présentant une région ont été envoyées à toutes les personnes abonnées et, pendant l'hiver, **3 infolettres concernant la motoneige** ont été envoyées aux personnes abonnées à la liste « motoneige ».



**26 668** abonnements  
**24** envois  
 Taux d'ouverture moyen de **35%**  
 Taux de clic moyen de **1%**

## Communications et relations avec les médias

### SÉJOURS MÉDIAS

Tourisme Gaspésie invite chaque année des journalistes et des spécialistes en création de contenu à vivre des séjours en Gaspésie afin de faire rayonner la destination dans les médias québécois. Un total de **15 projets ont été réalisés**, soit 12 lors de la période printemps, été et automne, et 3 à l'hiver. Tous les projets ont été sélectionnés de façon à répondre à la stratégie marketing et aux objectifs de communication. Comme l'année dernière, les émissions de gaz à effet de serre générées par le transport de médias ont été compensées grâce au programme Carbone boréal.

**Au total, l'équivalent de 7,21 tonnes de CO<sub>2</sub> ont été compensées par la plantation de 51 arbres.**

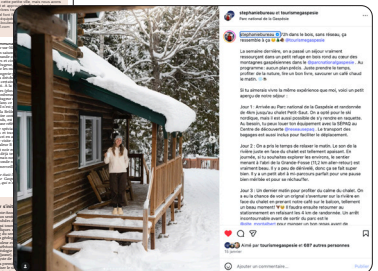


### PRINTEMPS, ÉTÉ ET AUTOMNE 2025

- 6 au 11 mai: Marie-Joëlle Pratte et Maxime Létourneau (@thestorytellers\_mtl), printemps et détente
- 17 au 20 juin: Lydiane St-Onge (@lydianeatourdu monde), famille
- 25 au 30 juin: Sophie Ginoux (*Le Devoir*), tourisme gourmand
- 26 juin: Tommy Dion (@cuisinomane), tourisme gourmand
- 25 au 29 juin: Marie-Ève Blanchard (*Le Journal de Québec* et *Le Journal de Montréal*), culture
- 5 au 8 juillet: Viviane Gaudreau (@vigauv), plein air
- 6 au 15 juillet: Camille Desrosier-Gaudette (@camille\_dg / Le Cahier), tour de la Gaspésie en famille
- 14 au 22 août: Keeley Milne (*Canadian Running*), course en sentier
- 18 au 21 août: Isabelle Leclerc (@au\_queb), plein air
- 18 au 21 août: Laetitia Clouzot (@clouzote), voyager avec un chien
- 4 septembre: Joanie Robichaud (@joanie.gaspésie), parcours ludiques
- 3 au 6 octobre: Léocadie Fayos (@lfayos), automne

### HIVER 2025-2026

- 17 au 22 décembre: Flore Tellier, avant la neige
- 4 au 7 janvier: Stéphanie Bureau, ski nordique
- 23 au 28 janvier: Dan Boisvert, ski alpin



## BOURSE DES MÉDIAS

Événement organisé deux fois par an par l'Alliance de l'industrie touristique, la Bourse des médias est l'occasion pour les associations touristiques régionales de rencontrer les médias afin de faire le point sur les nouveautés à venir et de susciter des articles sur la destination. L'édition estivale s'est déroulée en formule hybride, combinant présence à Montréal et rendez-vous virtuels, alors que l'édition hivernale a eu lieu en virtuel seulement. Tourisme Gaspésie a pu rencontrer près de **30 journalistes et spécialistes de la création de contenu par édition.**

## RELATIONS AVEC LES MÉDIAS

Durant l'année, plusieurs échanges ponctuels et prêts de photos ont donné lieu à de nombreuses occasions de promouvoir la destination.

En ce qui a trait aux communications organisationnelles, Tourisme Gaspésie a publié des communiqués de presse et a participé à plusieurs entrevues régionales et provinciales ayant pour sujets les campagnes promotionnelles, les programmes d'aide financière et les différents projets mis sur pied par l'organisation. L'achalandage touristique demeure le sujet de prédilection. Les perspectives et les bilans de saison ont, à eux seuls, suscité près de 30 % des entrevues. Tourisme Gaspésie a également été interpellée une dizaine de fois en lien avec les sentiers de motoneige. L'organisation a d'ailleurs collaboré avec la Fédération des clubs de motoneigistes du Québec, les clubs de motoneigistes et différents partenaires du milieu pour coordonner les communications en lien avec ces annonces.

- 14 communiqués de presse
- 58 entrevues
- 112 occasions de visibilité

# Publications

## GUIDE TOURISTIQUE OFFICIEL DE LA GASPÉSIE 2026-2027

Pour cette nouvelle édition, Tourisme Gaspésie a conservé le format adopté lors des cinq années précédentes.

Comme nouveauté en 2026-2027, Tourisme Gaspésie a ajouté les bornes d'information touristique dans la section des renseignements touristiques sur la Gaspésie.

Le guide touristique a été conçu selon les normes graphiques en vigueur pour l'ensemble de la collection des guides touristiques de la province. Il est facile d'utilisation tout en offrant une formule renouvelée, modernisée et unique au Québec.



**60 000**  
exemplaires  
bilingues

## CARTE ROUTIÈRE DE LA GASPÉSIE

Tourisme Gaspésie a procédé à la mise à jour de la carte routière afin d'en produire la 14<sup>e</sup> édition. Celle-ci conserve la complémentarité visuelle souhaitée avec le guide touristique et la carte des sentiers de motoneige.

Au total, 16 publicités ont été vendues à des entreprises et organismes membres.

**40 000 exemplaires bilingues**



## CARTE DES SENTIERS DE MOTONEIGE

La 22<sup>e</sup> édition de la carte des sentiers de motoneige a été distribuée pour une année supplémentaire. Tourisme Gaspésie a toutefois procédé à certaines mises à jour importantes dans la version numérique en y ajoutant, entre autres, le sentier qui relie le Relais La Cache à Murdochville à la suite de sa réouverture. Les motoneigistes sont invités à s'informer des dernières nouveautés sur le site Internet et la carte interactive de la FCMQ (iMotoneige).





## Rayonner au-delà des frontières

### LE QUÉBEC MARITIME : UN LEVIER COLLECTIF POUR ACCROÎTRE LA VISIBILITÉ DE LA DESTINATION

Depuis près de 30 ans, la promotion de la Gaspésie sur les marchés hors Québec est assurée par Le Québec maritime, en étroite collaboration avec Tourisme Gaspésie et en partenariat avec les trois autres régions de l'Est-du-Québec : le Bas-Saint-Laurent, la Côte-Nord et les Îles de la Madeleine.

Le Québec maritime a aussi pour mandat de soutenir les entreprises qui souhaitent structurer leur offre de produits et services dans le but de maximiser leur performance auprès des clientèles de ses marchés cibles.

### QUELQUES FAITS SAILLANTS DE L'ANNÉE 2025-2026

- **3,1 M\$ de budget** pour faire rayonner la destination sur nos marchés hors Québec grâce à l'apport financier de tous les partenaires.
- **1,3 M\$ investis dans les campagnes consommateurs** sur nos marchés prioritaires de la France, de l'Ontario et du nord-est des États-Unis.
- **41 tournées de presse** pour faire découvrir la richesse de nos régions et générer des contenus à grande portée. Cela représente 71 journalistes, blogueurs et blogueuses, photographes ou membres d'équipes de tournage issus des médias imprimés, électroniques et télévisuels.
- **999 reportages** sur nos marchés cibles pour une valeur média de 123 M\$ pour l'année 2024-2025
- Récipiendaire du **prix Meilleur dossier de presse – destination internationale lors des TravMedia Awards France 2026**, tenus à Paris. Cette reconnaissance prestigieuse souligne la qualité exceptionnelle du travail en relations de presse ainsi que la pertinence et la richesse des contenus proposés aux médias.
- **12 tournées de voyageurs**, représentant 51 voyageurs actifs sur de multiples marchés internationaux et nationaux.
- **7 webinaires** pour aider nos entreprises à se démarquer dans leur mise en marché.
- **Coordination du programme EPRTNT** – Soutien aux projets collectifs, volet 2, pour améliorer la performance de nos entreprises en matière de systèmes de réservation.



Tout cela, et plus encore, est possible grâce à la participation financière de Développement économique Canada, partenaire principal depuis la création de l'organisme, de Parcs Canada, de la Sépaq, de PAL Airlines et de **222 entreprises partenaires** qui contribuent activement au rayonnement de la destination.

Nous saluons l'engagement de madame Joëlle Ross à titre de secrétaire-trésorière du conseil d'administration ainsi que l'implication de madame Édith Ouellette comme administratrice.

**Pour en savoir davantage sur les actions menées et les retombées générées par les activités du Québec maritime, consultez la section du site Web consacrée aux entreprises : [quebecmaritime.ca/entreprises-touristiques](http://quebecmaritime.ca/entreprises-touristiques).**

# ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUES



Matane © Mathieu Dupuis

**107 000**

VISITEURS DANS  
LES BUREAUX D'INFORMATION  
TOURISTIQUE

**12 000**

UTILISATIONS SUR LES  
**6 BORNES D'INFORMATION  
TOURISTIQUE**

# Stratégie régionale d'accueil



En août 2024, une démarche visant à doter la région d'une stratégie d'accueil a été amorcée.

Dans ce cadre, Tourisme Gaspésie a confié un mandat à un partenaire externe afin de bénéficier d'un regard objectif et d'être accompagnée dans l'élaboration d'une vision et d'un plan d'action 2026-2031.

La firme ayant terminé son mandat, le déploiement du plan d'action commencera en 2026.



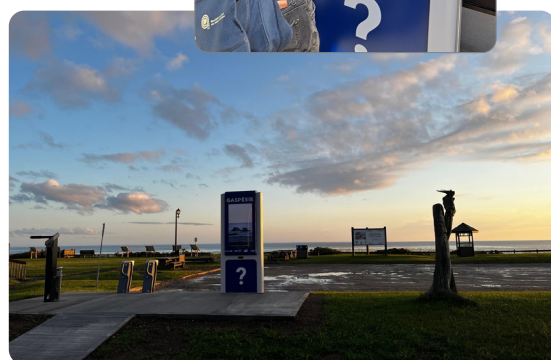
© Tourisme Gaspésie

## BORNES D'INFORMATION TOURISTIQUE

En décembre 2024, le ministère du Tourisme annonçait une mesure de soutien financier pour les lieux d'accueil et de renseignements touristiques, soit la phase pilote de la mesure 2 du Plan d'action Bonjour accueil. Dès la fin juin 2025, Tourisme Gaspésie et ses partenaires ont déployé **6 bornes numériques d'information touristique** sur le territoire, soit à Matane, à Cap-Chat, à Gaspé, à Percé, à New Richmond et au bureau d'information touristique de Mont-Joli.

Le ministère du Tourisme a ensuite renouvelé son soutien financier pour trois projets en décembre 2025. Après le succès de l'implantation des premières bornes, Tourisme Gaspésie poursuivra le déploiement de ces installations numériques à l'été 2026.

Durant l'automne 2025 et l'hiver 2026, Tourisme Gaspésie, en collaboration avec son fournisseur, a poursuivi l'optimisation de la plateforme des bornes afin d'offrir aux touristes une expérience toujours plus facilitante et conviviale.



## PERFORMANCE

Fin juin 2025 à mars 2026

- 12 060 utilisations
- Temps moyen d'utilisation : 2 minutes 63 secondes

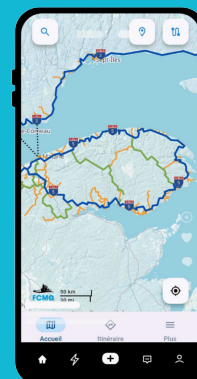
# Banque d'informations touristiques

Tout au long de l'année, Tourisme Gaspésie continue d'enrichir et de mettre à jour sa banque d'informations touristiques. Grâce à cette banque, des documents utiles pour les touristes sont créés et mis à jour annuellement, tels que *Séjour en van* et *La Gaspésie à vélo*.

## CARTE INTERACTIVE ET APPLICATION iMOTONEIGE DE LA FCMQ

Tourisme Gaspésie continue de mettre à jour les informations touristiques disponibles sur la carte interactive et l'application iMotoneige de la Fédération des clubs de motoneigistes du Québec (FCMQ), et ce, en collaboration avec l'ensemble des clubs de motoneigistes de la Gaspésie. Tourisme Gaspésie a vendu des espaces publicitaires à **42 entreprises**.

Les motoneigistes peuvent également consulter les plateformes Web de Tourisme Gaspésie pour obtenir tous les détails et les mises à jour concernant la motoneige.



## Services d'accueil et de renseignements touristiques

Durant la saison estivale 2025, les services d'accueil et de renseignements touristiques gaspésiens comptaient **15 bureaux d'information touristique** (BIT), dont 2 ouverts en hiver (Gaspé et Mont-Joli). S'ajoutent à ce nombre trois stations d'information, gérées par les BIT de Matane et de Gaspé.

Ces bureaux continuent de se conformer au *Guide d'encadrement des lieux d'accueil et de renseignements touristiques*, lancé en avril 2024 par le ministère du du Tourisme pour assurer la qualité et la pérennité du réseau des services d'accueil et pour rehausser de façon ambitieuse l'expérience offerte aux visiteurs.

### SOUTIEN AUX SERVICES D'ACCUEIL ET DE RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES

Du soutien et une variété d'outils sont constamment offerts aux gestionnaires des services d'accueil et de renseignements touristiques de la Gaspésie afin de travailler à maintenir une synergie et de bonifier l'expérience de visite.

Un nouveau site Web destiné aux services d'accueil a été lancé en mai 2025. Remplaçant la page Intranet, celui-ci regroupe, entre autres, l'ensemble des documents d'information et des canevas nécessaires à la tenue des statistiques, de la documentation et des plaintes. Il rassemble aussi des outils et des liens pour la gestion d'un service d'accueil et de renseignements touristiques, le contenu du *Guide d'encadrement des lieux d'accueil et de renseignements touristiques* ainsi que les coordonnées des services d'accueil et de renseignements touristiques de la Gaspésie. De plus, on y trouve plusieurs documents d'aide à l'information touristique, dont des sites Internet pratiques, les listes des dates d'ouverture et de fermeture et de l'aide au service client.

La plateforme collaborative Slack permet une communication rapide sous forme de clavardage entre les 15 bureaux d'information touristique. Une dizaine de thématiques de conversation sont proposées telles que Nouveautés, Pêche en Gaspésie, Trucs et astuces et Entreprises fermées.

La rencontre annuelle des gestionnaires des services d'accueil et de renseignements touristiques est toujours offerte virtuellement, à leur demande. Tenue le 13 mai 2025, cette journée a été l'occasion pour les gestionnaires et les responsables des lieux d'accueil et de renseignements touristiques de la Gaspésie de se préparer à la nouvelle saison estivale et d'échanger sur des sujets qui les préoccupent. Au total, **10 bureaux d'information touristique** étaient représentés.

## Envoi de documentation

Avril 2025 à mars 2026

**5 584**  
envois  
postaux

↓ Diminution  
**-5 %**

## Fréquentation et demandes de renseignements

### SERVICES D'ACCUEIL

Mai à octobre 2025

**106 672**  
visites

↑ Augmentation  
**+2 %**

### BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE DE MONT-JOLI

Avril 2025 à mars 2026

**9 282**  
visites

↑ Augmentation  
**+2 %**

- Téléphone: +44 %
- Courriel: -36 %
- Réseaux sociaux: -50 %
- Clavardage: +41 %

## FORMATION

En mai 2025, la formation virtuelle sur les nouveautés de l'offre touristique de la Gaspésie a été offerte aux entreprises membres de Tourisme Gaspésie et au personnel des centres Infotouriste.

La formation Connaissance du milieu a été donnée aux nouveaux employés et nouvelles employées des services d'accueil sous forme de rencontre virtuelle. L'enregistrement a également été envoyé à tous les services d'accueil et de renseignements touristiques pour que les personnes absentes lors de la formation puissent l'écouter en différé.

Après avoir obtenu des résultats concluants en 2023 et en 2024, Tourisme Gaspésie a reconduit en 2025 ses formations thématiques de type «rencontre éclair». Offertes chaque semaine en début de saison et réalisées en collaboration avec différents partenaires, elles ont été proposées tant au personnel expérimenté qu'aux personnes nouvellement embauchées. Les formations peuvent aussi être visionnées en différé.

L'ensemble de ces formations destinées aux membres du personnel des services d'accueil vise à leur faire connaître l'offre touristique de la Gaspésie, à renforcer leur connaissance de la région et à les outiller afin d'améliorer la qualité du service à la clientèle.

En plus des formations destinées aux services d'accueil, la tournée annuelle de familiarisation a donné l'occasion à l'équipe estivale de Mont-Joli de visiter des entreprises touristiques un peu partout en Gaspésie. Elle a eu lieu du 2 au 6 juin 2025.

- **11 juin 2025 : Nouveautés de l'offre touristique de la Gaspésie, par Tourisme Gaspésie (10 visionnements en direct, 21 en différé)**
- **18 juin 2025 : Randonnée pédestre et réserves fauniques, par la Réserve faunique de Matane, le Parc régional du Mont-Saint-Joseph et le Parc régional du Lac-Matapédia (7 visionnements en direct, 17 en différé)**
- **23 et 26 juin : Connaissance du milieu, par Tourisme Gaspésie (6 personnes de 5 bureaux d'information touristique en direct, 11 visionnements en différé)**

## DISTRIBUTION DES DÉPLIANTS

La distribution annuelle des dépliants dans les bureaux d'information touristique, incluant les publications éditées par Tourisme Gaspésie, s'est déroulée selon les dates d'ouverture de chaque lieu d'accueil, de la mi-mai à la mi-juin. Au total, **43 membres** en ont bénéficié.

De plus, **4 membres** ont loué au moins un espace de présentoir au centre Infotouriste de Québec afin d'y distribuer leur publication.

## HÉBERGEMENT GASPÉSIE

Tourisme Gaspésie et ses partenaires ont lancé au printemps 2021 Hébergement Gaspésie, un extranet destiné aux établissements d'hébergement détenant un numéro d'enregistrement valide. Après trois années d'utilisation, un bilan réalisé à la fin de la saison estivale 2023 a permis de constater que, malgré plusieurs améliorations, la plateforme n'avait pas atteint le succès escompté.

Ainsi, depuis l'été 2024, un nouveau processus est en place : les services d'accueil participants assurent désormais la mise à jour des disponibilités pour leur région. Efficace et favorisant la transmission d'informations entre les bureaux, ce mode de fonctionnement a été conservé pour l'été 2025.

# DÉVELOPPEMENT



Gaspé © Roger St-Laurent

**489 892 \$**

REMIS EN SUBVENTION PAR  
L'ENTREMISE DES PROGRAMMES  
D'AIDE FINANCIÈRE EN  
DÉVELOPPEMENT

**13**

**ACTIVITÉS INSPIRANTES  
EN DÉVELOPPEMENT**

## Orientations stratégiques

L'équipe de développement de Tourisme Gaspésie agit comme un levier structurant pour l'industrie touristique régionale. Son action s'articule autour de six objectifs stratégiques complémentaires : exercer un leadership territorial mobilisateur; renforcer l'accompagnement stratégique des entreprises; développer une intelligence d'affaires régionale solide; soutenir une structuration durable et quatre saisons de l'offre; accroître la capacité d'action de l'équipe; et assurer le rayonnement du rôle de développement de l'organisation.

Dans cette perspective, l'accompagnement des entreprises membres demeure une priorité. L'équipe offre des services-conseils personnalisés visant à soutenir les réflexions stratégiques, à optimiser les pratiques d'affaires et à favoriser la mise en œuvre de projets structurants. Cet accompagnement prend différentes formes, allant de rencontres individuelles à des initiatives collectives, et permet aux entreprises de mieux s'adapter aux réalités du marché et aux attentes évolutives de la clientèle.

La gestion de programmes d'aide financière constitue également un levier central d'intervention. En plus de l'Entente de partenariat régional et de transformation numérique en tourisme (EPRTNT), Tourisme Gaspésie a lancé, le 1<sup>er</sup> avril 2025, le Programme d'appui aux initiatives responsables et stratégiques (PAIRS). Entièrement financé par les fonds propres de l'organisation et réservé à ses membres réguliers, le PAIRS vise à soutenir des initiatives structurantes qui s'inscrivent directement dans les priorités de la Planification stratégique de destination 2023-2026. Ce programme permet de réduire l'écart entre les orientations stratégiques de la destination et la capacité des entreprises à les mettre en œuvre concrètement. En favorisant l'adoption de pratiques responsables, l'innovation et la structuration de l'offre, le PAIRS contribue à renforcer la cohérence, la résilience et la capacité d'accueil durable de la destination.

Tourisme Gaspésie assure également la coordination régionale du programme d'accompagnement Connectivité des entreprises, déployé par Le Québec maritime dans les quatre régions touristiques de l'Est-du-Québec. Ce programme vise à soutenir les entreprises touristiques dans l'intégration, l'optimisation ou la migration de solutions de réservation en ligne. Grâce à une prise en charge de 70 % des frais admissibles, les entreprises participantes bénéficient d'une banque d'heures d'accompagnement personnalisé avec la firme spécialisée Alpha Premium. Cette initiative permet de démystifier les enjeux technologiques, d'améliorer la performance commerciale et de favoriser une meilleure accessibilité de l'offre touristique en ligne.



© Tourisme Gaspésie

De gauche à droite : David Dubreuil de Tourisme Gaspésie, Bruno Dumont et Anne-Marie Royer de la Fédération des pourvoiries du Québec.



© Kérroul

Derrière, de gauche à droite : Nathalie Roy et Bruno Ronfard de Kérroul, Joëlle Ross et Stéphanie Thibaud de Tourisme Gaspésie. Devant, de gauche à droite : Simon April de Kérroul, David Dubreuil de Tourisme Gaspésie.

L'année a également été marquée par la consolidation de partenariats stratégiques. Une entente triennale avec Kérroul vise à positionner la Gaspésie comme une destination accessible, notamment par le développement d'un circuit adapté, la sensibilisation et la formation des intervenants et intervenantes ainsi que l'accompagnement des lieux d'accueil dans leurs démarches de certification. Par ailleurs, une collaboration avec Vélo Québec contribue au déploiement de l'outil Le Québec à vélo, une plateforme cartographique provinciale visant à structurer et à promouvoir l'offre cyclable auprès des touristes. Enfin, une entente avec l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec permet aux membres d'accéder à des formations spécialisées à un tarif préférentiel.

## REPRÉSENTATION

Au cours de la dernière année, les membres de l'équipe du développement se sont impliqués dans différents comités et ont participé à plusieurs rencontres et événements organisés par des partenaires du milieu touristique, dont :

- l'accompagnement des personnes représentant la Fédération des pourvoiries du Québec, en tournée sur le territoire;
- les Assises du tourisme 2025;
- les Grands Remous 2026;
- la Grande conférence Alliance 2025;
- le comité consultatif du Parc national Forillon;
- le comité consultatif régional de la traverse Matane–Baie-Comeau–Godbout;
- le comité consultatif régional de la Réserve faunique des Chic-Chocs;
- le comité de pilotage du projet Signature innovation de la MRC de Bonaventure;
- le comité de recommandation du Programme d'aide financière aux VHR du Regroupement des MRC de la Gaspésie;
- le comité d'implantation du projet Destination pour tous de Kéroul à Carleton-sur-Mer;
- le congrès de l'Association Hôtellerie du Québec et de l'Association québécoise des spas;
- le projet Collectivités ZÉN Gaspésie;
- la rencontre régionale des acteurs et actrices du développement économique de la Gaspésie;
- la table du tourisme durable et responsable de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec;
- la table du développement et de la connaissance de l'Alliance de l'industrie touristique du Québec;
- la table de concertation régionale des aires protégées de la Gaspésie;
- la table de concertation régionale du Plan régional de développement du territoire public de la Gaspésie (ministère des Ressources naturelles et des Forêts);
- la table de concertation en tourisme d'aventure et en écotourisme;
- la table d'harmonisation du Parc national de la Gaspésie.

## Tournée Perspectives

Tourisme Gaspésie a participé à la seconde édition de la tournée Perspectives, organisée par la Stratégie Vivre en Gaspésie, représentant le secteur touristique auprès des jeunes de 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> secondaire de 13 écoles. Déployée dans 5 MRC de la région en septembre et en octobre, la tournée a permis à **1 100 élèves** de découvrir de manière interactive 11 secteurs d'emploi prometteurs, dont le tourisme. Les élèves ont pu explorer concrètement les métiers du tourisme et s'inspirer des perspectives professionnelles offertes en Gaspésie.



© Tourisme Gaspésie

## Comité régional de développement touristique

Ce comité, mis en place en 2023, réunit autour d'une même table **les intervenants et intervenantes en développement économique des 8 MRC du territoire**. Ces rencontres permettent de valider certaines orientations et certains projets, d'échanger sur des enjeux régionaux et de se concerter sur des sujets communs, dont la structuration de l'offre.

Un total de **3 rencontres** ont été tenues en visioconférence. Les discussions ont porté sur les enjeux associés aux véhicules hors route, l'accès au territoire public, l'adaptation aux changements climatiques, le tourisme de montagne, les programmes d'aide financière et la formation de la main-d'œuvre.



## ENTENTE DE PARTENARIAT RÉGIONAL ET DE TRANSFORMATION NUMÉRIQUE EN TOURISME (EPRTNT)

Tourisme Gaspésie est mandatée par le ministère du Tourisme pour administrer l'EPRTNT, un programme d'aide financé conjointement par le ministère et Tourisme Gaspésie. Ce programme vise à renouveler et à bonifier l'offre touristique régionale en cohérence avec les orientations ministérielles et les priorités de Tourisme Gaspésie, afin de soutenir une croissance durable et responsable du tourisme.

La précédente entente triennale, couvrant la période de 2022 à 2025, a pris fin le 31 mars 2025. Elle était dotée d'**une enveloppe de 2 354 000 \$**, dont 950 000 \$ provenaient de Tourisme Gaspésie. Au total, **62 projets ont bénéficié d'un soutien** dans ce cadre : 37 sont aujourd'hui terminés, 24 sont en cours de réalisation et 1 projet a été abandonné.

Le 18 décembre dernier, la ministre du Tourisme, madame Amélie Dionne, était de passage à Carleton-sur-Mer pour annoncer officiellement la reconduction du programme pour une période de deux ans, soit de 2025 à 2027. Cette nouvelle entente est assortie d'**une enveloppe de 1 779 000 \$**, dont 800 000 \$ proviennent de Tourisme Gaspésie. À ce jour, **8 projets** ont été soutenus dans le cadre de ce programme et sont en cours de réalisation.

Un montant total de **332 000 \$ a été accordé** pour la réalisation de projets représentant des investissements globaux de 2 987 411 \$. Ces projets sont :

- le festival M DGTL 2026, à Matane;
- le Festi-Plage de Cap-d'Espoir 2026, à Percé;
- l'Ultra Trail Gaspésia 100 2026 (Événements Gaspesia), à Percé;
- l'Ultra Trail Forillon 2026 (Événements Gaspesia), à Gaspé;
- l'événement White Lips 2026 (Chic-Chac), à Murdochville;
- le Festival gaspésien de contes et légendes 2026, à Saint-Maxime-du-Mont-Louis;
- des activités d'interprétation au phare de Matane (Ville de Matane);
- le Festival international de jardins, à Grand-Métis.

## PROGRAMME D'APPUI AUX INITIATIVES RESPONSABLES ET STRATÉGIQUES (PAIRS)

Afin de mieux répondre aux réalités des entreprises touristiques, Tourisme Gaspésie a mis en place le PAIRS, lancé le 1<sup>er</sup> avril 2025. Entièrement financé et géré à l'interne, ce programme vise à soutenir des projets porteurs qui, bien que de plus petite envergure, contribuent concrètement à la mise en œuvre des priorités stratégiques de la destination.

Doté d'**une enveloppe de 500 000 \$** sur deux ans, le PAIRS s'articule autour de quatre volets : développement durable, événements d'affaires, intelligence d'affaires et expertise d'urgence. Durant sa première année, ce sont **14 organisations** qui ont bénéficié d'une aide totalisant 157 892 \$ :

- Choc Événements, à Sainte-Anne-des-Monts;
- le Centre d'Art Marcel Gagnon, à Sainte-Flavie;
- la Ville de Carleton-sur-Mer;
- le Projet Éole, à Cap-Chat;
- le Festival BleuBleu, à Carleton-sur-Mer;
- le Festival La Virée Trad, à Carleton-sur-Mer;
- la Régie intermunicipale de transport Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, à Carleton-sur-Mer;
- le Parc régional de Val-d'Irène, à Sainte-Irène;
- Cime Aventure, à Bonaventure;
- le Site patrimonial de pêche Matamajaw, à Causapschal;
- le Village en chanson de Petite-Vallée;
- le Site historique national de Paspébiac;
- La Ruelle Hébergement, à Saint-Siméon;
- Phare Cap-Chat.



Parc national de la Gaspésie © Ian Roberge



## Plan montagnes de la Gaspésie 2022-2025

Le tourisme de montagne fait face à des défis économiques, sociaux et environnementaux importants, notamment en raison des changements climatiques et de la saisonnalité des activités. Afin de soutenir la transition vers une offre plus résiliente et diversifiée, le ministère du Tourisme a accordé une aide financière de **810 901\$** à Tourisme Gaspésie pour la mise en œuvre du Plan montagnes.

Ce programme vise à appuyer des initiatives favorisant le développement d'une offre quatre saisons, l'adoption de pratiques durables, la valorisation des produits locaux et le renforcement de la concertation régionale. En Gaspésie, il se déploie en trois volets complémentaires : « en mode solutions », « en mode action » et « en mode concertation ».

### Dans le cadre du volet 1 « en mode solutions », plusieurs initiatives collectives ont été déployées en 2025 :

- **Parcours d'interprétation autonome – Les chroniques oubliées des montagnes**  
Lancé en juillet sur cinq sites : mont Porphyre (Murdochville), mont Sainte-Anne (Percé), mont Béchervaise (Gaspé), mont Val-d'Irène (Sainte-Irène) et mont Saint-Joseph (Carleton-sur-Mer). Ajout prévu en juin 2026 : mont Saint-Alban (Gaspé).
- **Caméras touristiques en direct et stations météo**  
Déployées à partir de septembre 2025 afin de diffuser de l'information en temps réel sur les conditions terrain. Sites en ligne : mont Albert (Parc national de la Gaspésie), monts Miller et Porphyre (Murdochville), mont Sainte-Anne (Percé), mont de la Station touristique Pin Rouge (New Richmond), mont Val-d'Irène (Sainte-Irène). Ajout prévu à l'été 2026 : mont Saint-Joseph (Carleton-sur-Mer).
- **Formations en gestion de réseaux de sentiers**  
Offertes à l'automne au Parc national de la Gaspésie et au Camp de Base (Coin-du-Banc) à 24 personnes.

### Du côté du volet 2 « en mode action », 13 projets de 11 organisations ont été soutenus financièrement

afin de renforcer et de diversifier l'offre en tourisme de montagne sur le territoire. Certains projets sont désormais terminés tandis que d'autres poursuivent leur déploiement.

### Enfin, le volet 3 « en mode concertation » poursuit son objectif de mobilisation des acteurs régionaux.

La deuxième rencontre en présentiel du comité de produit du tourisme de montagne s'est tenue le 15 octobre 2025 à la Station touristique Pin Rouge. Cette journée a rassemblé les intervenants et intervenantes de l'industrie autour d'enjeux communs tels que la randonnée quatre saisons, le vélo de gravier et la pérennisation des infrastructures. Des conférences, dont celle de Rando Québec, ainsi que des ateliers collaboratifs ont permis d'alimenter les réflexions et de renforcer la cohésion du milieu.

# Plan d'action en développement durable 2026-2029 de Tourisme Gaspésie



Tourisme Gaspésie adopte un nouveau plan d'action en développement durable, en vigueur à compter du 1<sup>er</sup> avril 2026, dont la conception a été réalisée au cours de l'année 2025-2026. En tant que leader du développement touristique régional, Tourisme Gaspésie mobilise et accompagne l'industrie pour favoriser des pratiques responsables et innovantes. Dans ce cadre, l'organisation souhaite aligner ses propres pratiques internes avec les attentes qu'elle porte envers les entreprises touristiques de la région. Ce plan reflète ses valeurs de concertation, d'équité, de transparence et de partage, et vise à encourager les membres et partenaires à adopter le développement durable comme levier de croissance responsable.

Les actions prévues s'articulent autour de quatre orientations stratégiques complémentaires. L'orientation A, « Gouvernance et culture en développement durable », vise à structurer les mécanismes de suivi, à clarifier les rôles et à créer une culture commune au sein de l'organisation. L'orientation B, « Achats responsables et exemplarité », cible la réduction des impacts environnementaux et sociaux liés aux produits et fournisseurs,

tout en renforçant le rôle exemplaire de Tourisme Gaspésie. L'orientation C, « Sobriété énergétique, numérique et réduction des ressources », se concentre sur la diminution de l'empreinte matérielle et énergétique des activités. Enfin, l'orientation D, « Engagement humain et retombées locales », met l'accent sur le bien-être de l'équipe et les retombées positives pour la communauté et l'écosystème touristique régional.

Un tableau de suivi interne permettra de mesurer l'avancement des actions et l'atteinte des objectifs. Des points d'information périodiques sur le déploiement du plan seront communiqués aux membres, favorisant le dialogue et la mobilisation. À travers ces mesures concrètes et évolutives, Tourisme Gaspésie souhaite contribuer à une vision commune d'un tourisme durable et responsable, soutenant la vitalité économique de la région tout en préservant ses richesses naturelles, culturelles et humaines.

Sainte-Flavie © Mathieu Dupuis





TOURISME  
**GASPÉSIE**

