

# TOURISME À ANTICOSTI : UNE VISION À DÉFINIR

Dave Prévérault



# TOURISME DANS LA CÔTE-NORD

**437 000**  
touristes  
(2015)

**98 M\$**  
dépenses  
touristiques  
(2015)

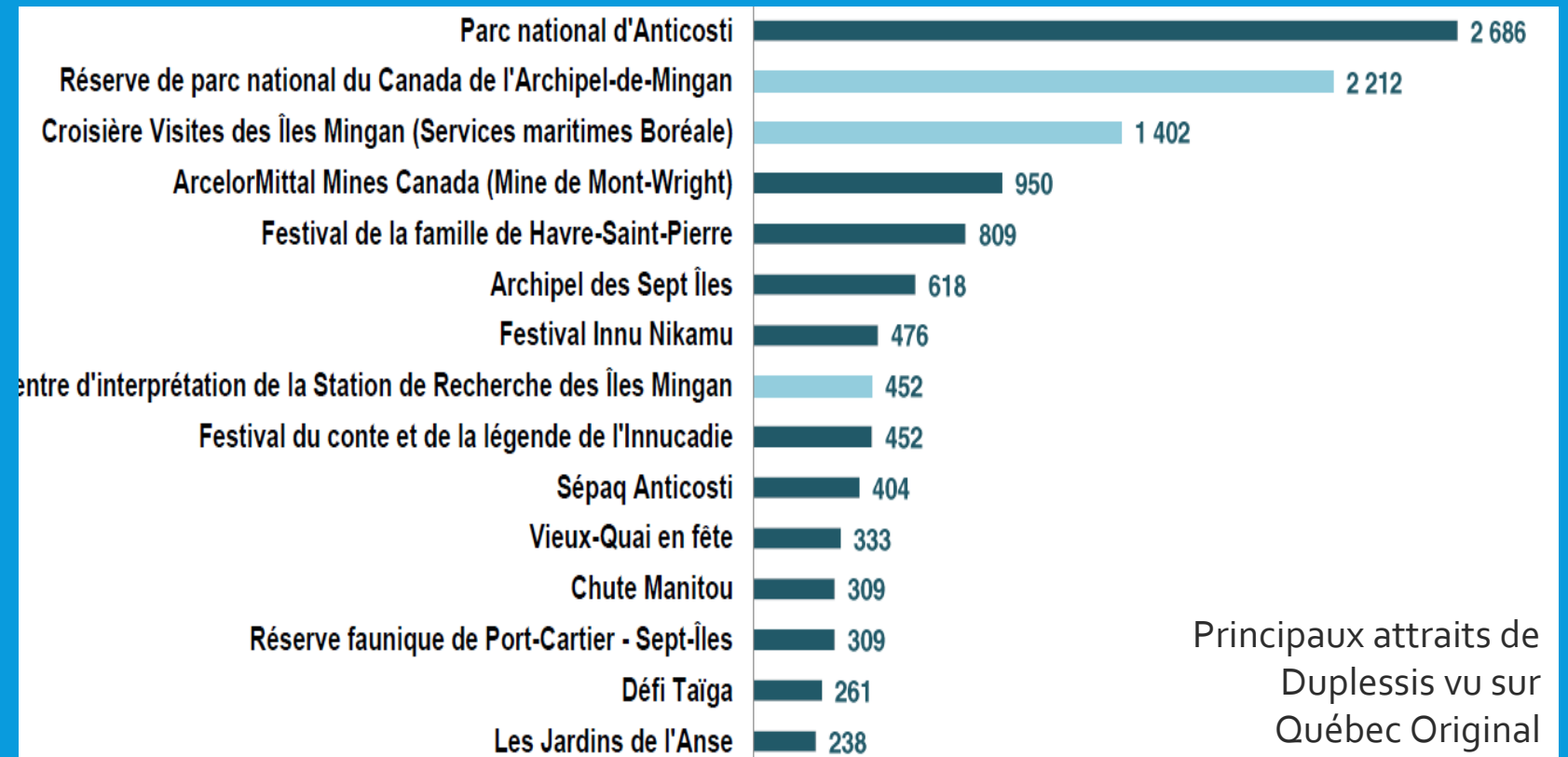
Taux d'occ.  
Manicouagan : **48 %**  
Duplessis : **36 %**  
(2017)

# TOURISME DANS LA CÔTE-NORD

- Principales motivations des touristes

71 %  
attraits  
naturels

13 %  
attraits  
culturels



# QUAND ON PENSE AU TOURISME...



Disney World



Venise



Paris



Tremblant



Costa Brava



Vieux-Québec



# QUAND ON PENSE AU TOURISME...



Le tourisme de masse n'est pas une option pour Anticosti!



Paris

Costa Brava

Tremblant

Grande muraille

... MAIS IL Y A AUSSI LE TOURISME DE NICHE!





# QU'EST-CE QUE LE TOURISME DE NICHE?

Un produit « limité »

Limité par l'intérêt



Limité par l'accessibilité physique



Limité par le coût



# QU'EST-CE QUE LE TOURISME DE NICHE?

## Un produit « limité »

### Limité par l'intérêt

À Anticosti :

- Pas de limite au niveau de l'intérêt pour l'offre d'Anticosti (nature, aventure, chasse et pêche, etc.)

### Limité par l'accessibilité physique

À Anticosti :

- Limites au niveau de l'accès aérien et maritime
- Limites au niveau de l'accès sur l'île (grandes distances entre les attractions)
- Limites au niveau de la disponibilité de l'hébergement

### Limité par le coût

À Anticosti :

- Limites de par le coût élevé de l'accès aérien
- Limites pour le coût de certaines activités (existantes ou potentielles)



# QU'EST-CE QUE LE TOURISME DE NICHE?

Un produit « limité »,  
Mais à valeur ajoutée

Expérience authentique



Expérience unique



Expérience forte



# QU'EST-CE QUE LE TOURISME DE NICHE?

Expérience **authentique**

Expérience **unique**

Expérience **forte**

Des expériences déjà présentes dans l'offre d'Anticosti et qui ont le potentiel d'être développées encore plus!



Une île plus grande que nature



Un patrimoine géologique unique



Une faune riche



Des rencontres mémorables

Des explorations sans fin

Un sentiment de « bout du monde »

Des histoires exceptionnelles

# QU'EST-CE QUE LE TOURISME DE NICHE?

Quelques avantages du tourisme de niche :

- Une clientèle ciblée qui veut réellement vivre l'expérience « Anticosti »
- Une clientèle qui est prête à se déplacer plus loin et qui dépense généralement plus d'argent, générant de meilleures retombées pour la destination
- Un tourisme qui se fait davantage dans le respect de la population locale que le tourisme de masse



# COMMENT DÉVELOPPER LE TOURISME DE NICHE?

## Développement de l'offre

Avoir une offre  
touristique  
authentique, unique et  
forte à offrir aux  
visiteurs et la mettre  
en valeur

### Accueil

Avoir une capacité  
d'accueil pour les  
visiteurs

### Promotion

Faire connaître  
notre offre aux  
visiteurs potentiels

# DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

## Expériences générales

Le  
Saint-  
Laurent

Culture

Plein  
air

Traditions  
autochtones

Routes  
découvertes

Faune

Plaisirs  
gourmands

Escapades  
nature

Villes  
vibrantes

Festivités

## Expériences de niche

Motoneige

Ski

Vélo

Chasse et  
pêche

# DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

- Avoir un produit touristique qui respecte l'ADN de la destination
- Avoir une offre complète avec une densité suffisamment grande
- Structurer l'offre en la mettant en valeur

Importance d'avoir un produit touristique qui respecte l'ADN de la destination

Sinon :

- Produit qui manque d'authenticité
- Faible implication de la population et des entreprises
- Difficulté à maintenir le produit à long terme



# DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

- Avoir un produit touristique qui respecte l'ADN de la destination
- Avoir une offre complète avec une densité suffisamment grande
- Structurer l'offre en la mettant en valeur

Il ne suffit pas d'avoir un seul produit à offrir, si on veut que le visiteur se déplace : il doit pouvoir vivre une expérience complète à destination

Si un visiteur planifie un séjour, il doit avoir des activités potentielles à réaliser chaque jour

# DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

- Avoir un produit touristique qui respecte l'ADN de la destination
- Avoir une offre complète avec une densité suffisamment grande
- Structurer l'offre en la mettant en valeur

Il ne suffit pas d'avoir un produit touristique, il faut le mettre en valeur :

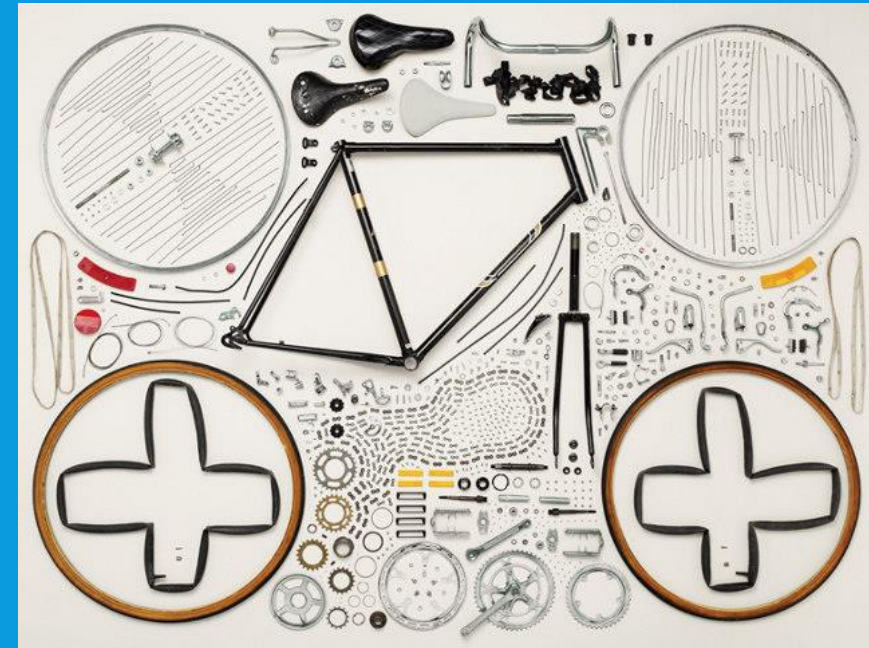
- Animation
- Structuration de l'offre
- Forfaitisation
- Thématisation
- Etc.

# POURQUOI LA STRUCTURATION DE L'OFFRE?

Ce à quoi les visiteurs s'attendent...

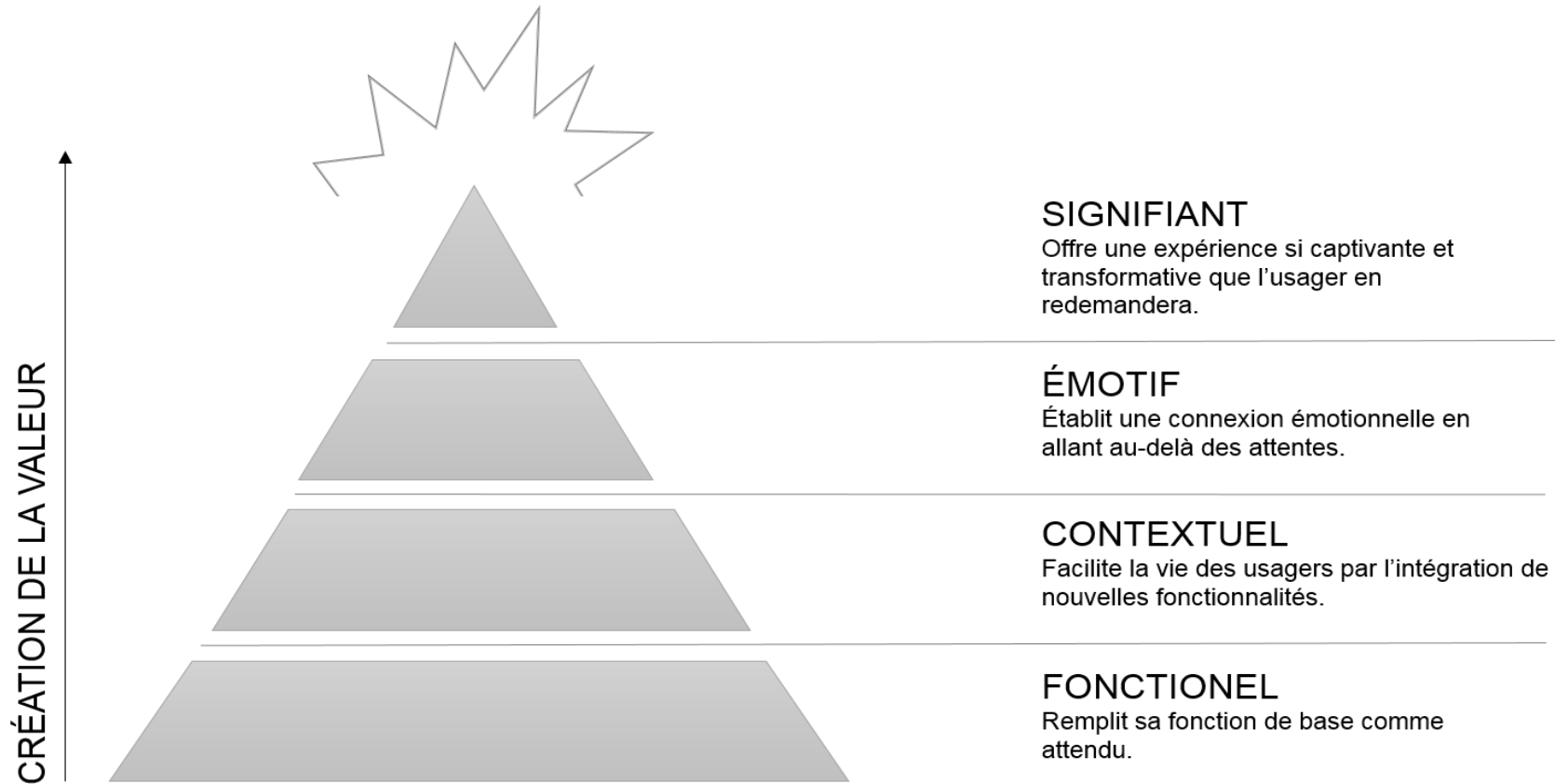


...ce qu'ils ont tendance à trouver!





# CRÉATION DE VALEUR DANS LES EXPÉRIENCES TOURISTIQUES

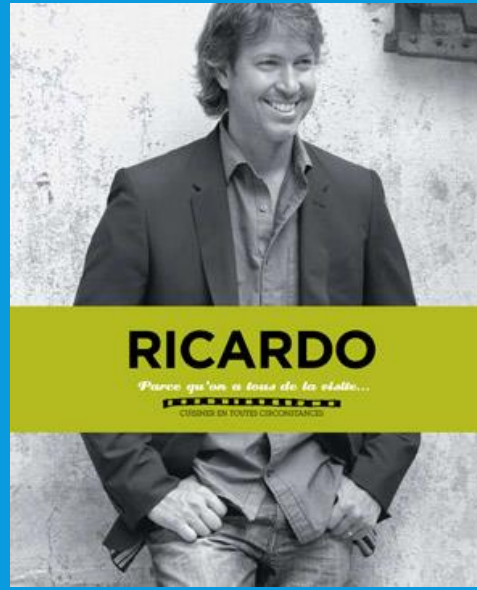


# CRÉATION DE VALEUR DANS LES EXPÉRIENCES TOURISTIQUES

COMPOSANTES  
ATTRACTIVES  
D'UN  
TERRITOIRE



RECETTE  
GAGNANTE DE LA  
STRUCTURATION  
DE L'OFFRE



EXPÉRIENCE  
TOURISTIQUE À  
VALEUR AJOUTÉE



# ACCUEIL

- Information aux visiteurs (sur place, papier, en ligne, etc.) pour les aider à planifier et organiser leur séjour avant et pendant leur voyage
- Services de base pour les visiteurs : hébergement, restauration, transport, boutiques, etc.
- Accueil de la population locale (favorable aux touristes)



# PROMOTION

- Définir une image de marque ou un positionnement pour la destination
- Préciser les clientèles cibles qu'on souhaite attirer pour le produit qu'on a à offrir
- Se démarquer parmi les images de marque touristiques déjà existantes



québecoriginal



QUÉBEC  
CÔTÉ  
MER





# EN CONCLUSION

- On peut développer le tourisme sans tomber dans le tourisme de masse

Mais :

- On doit développer une offre qui corresponde bien à notre ADN et on doit la mettre en valeur
- On doit « enrober » cette offre : services d'accueil, offre complémentaire, accès, etc.
- On doit définir une image de marque forte

Pour tout ça, il faut avoir une vision touristique forte!

# RESTE PLUS QU'À DÉFINIR NOTRE VISION DU TOURISME POUR ANTICOSTI...

