

## Stratégie de développement et image de marque pour le tourisme de la Baie-des-Chaleurs

**Carleton-sur-Mer, le 14 mars 2023** - À l'occasion de la deuxième édition de la *Journée du tourisme*, près de 75 acteurs du tourisme local sont réunis aujourd'hui au Centre des congrès de la Gaspésie à Carleton-sur-Mer. Les MRC Avignon et de Bonaventure y lancent officiellement une stratégie de développement touristique et une image de marque pour ce secteur économique important dans la Baie-des-Chaleurs.

La stratégie de développement touristique est le résultat d'activités de concertation de la communauté touristique de la Baie-des-Chaleurs et du travail d'un comité aviseur en tourisme des dernières années. Cette stratégie est un guide mis en place pour l'ensemble de la communauté touristique et des partenaires de la Baie-des-Chaleurs. Ce plan comporte 4 axes pour renforcer, renouveler, promouvoir et perfectionner le secteur touristique local de façon durable et responsable. Les axes sont déclinés en 24 stratégies afin de soutenir un tourisme bénéfique pour les collectivités et l'environnement, de s'adapter aux nouvelles réalités d'affaires, de proposer des expériences créatives et annuelles ainsi que de bâtir une réputation durable de la destination.

« *L'an dernier, à la première Journée du tourisme, on a eu des échanges qui ont servi à alimenter nos équipes pour construire ce plan de match collectif. C'est avec une grande fierté que la MRC Avignon et la MRC de Bonaventure présentent conjointement cette première stratégie de développement touristique lors de la deuxième édition de cet événement. Ça va permettre à tous les acteurs qu'il soit un entrepreneur, une organisation, un élu, d'avancer dans la même direction, d'avoir le même but.* » Éric Dubé, préfet de la MRC de Bonaventure.

La stratégie identitaire et l'image de marque définissent une identité de destination à laquelle les acteurs du secteur touristique pourront adhérer et dans laquelle la population, meilleure ambassadrice de son territoire, se reconnaîtra. La nouvelle identité touristique permet ainsi de positionner, en toutes saisons, le territoire qui s'étend de Shigawake à l'Ascension-de-Patapédia comme LA destination du bonheur. Elle repose avant tout sur les gens, les paysages grandioses, les multiples possibilités d'activités et toutes les émotions s'y rattachant. Le nom à forte notoriété touristique Baie-des-Chaleurs est mis de l'avant dans un logo actuel et un slogan évocateur qui viennent signer le territoire. Cette image pourra facilement évoluer dans le temps, tout comme les éléments graphiques s'y rattachant où la prédominance du "B" permet plusieurs déclinaisons et agencements.

« *Cette image de marque permet beaucoup d'inclusivité et diversité, comme notre destination touristique. Tous les secteurs de Shigawake à Matapédia-les-Plateaux peuvent se reconnaître dans le nouveau positionnement et conserver leurs spécificités en même temps. C'est vrai que la Baie-des-Chaleurs, c'est plus qu'une baie, c'est le bonheur !* » Mathieu Lapointe, préfet de la MRC Avignon.

La *Journée du tourisme* se conclut par la signature d'une promesse d'engagement envers les orientations proposées par la stratégie de développement touristique et appuyées par le nouveau positionnement de la destination. Il est du ressort de chacun de poser des gestes concrets afin d'atteindre la vision commune de la destination : *être établie comme une destination durable 4 saisons et effervescente ralliant les gens d'ici et d'ailleurs à travers des expériences inspirantes et conviviales.*

**À propos de la collaboration des MRC en tourisme** - Les MRC Avignon et de Bonaventure ont conclu une entente de partenariat en 2019 afin d'assurer le développement du potentiel touristique 4 saisons par la relance de la concertation, le développement et la promotion sur le territoire de la Baie-des-Chaleurs. Ce partenariat a pour objectif de combler le vide dû à l'arrêt des activités de l'organisme à but non lucratif Tourisme Baie-des-Chaleurs. Il ne s'agit plus que de faire de la promotion pour certains attraits et entreprises membres, mais bien de développer des projets concrets en tourisme et de bonifier l'offre en place. Depuis 2021, chacune des MRC dispose d'un.e agent.e de développement touristique travaillant en étroite collaboration.

-30-

**Source :** MRC Avignon et MRC de Bonaventure

### **Pour entrevue :**

Mathieu Lapointe, préfet de la MRC Avignon  
mathieu.lapointe@mrcavignon.com

Éric Dubé, préfet de la MRC de Bonaventure  
edube@mrcbonaventure.com

**\_ Téléchargez le kit de presse.**