

RAPPORT ANNUEL



2024-2025



**CROISIÈRES
DU SAINT-
LAURENT**

Table des matières

Mot de la présidente	3
Vie associative	4
Mission	4
Valeurs	4
Exercice financier	5
Firme comptable	5
Fournisseurs de services	5
Notre équipe dédiée	6
Employés	6
Conseil d'administration	7
Membres réguliers	8
Membres corporatifs	8
Partenaires stratégiques	9
Partenaires associés	9
Adhésions	9
Planification stratégique 2024-2027	10
Évolution de l'achalandage	11
Orientation triennale 1 : Croissance économique responsable	12
Salons	12
Publicité	16
Relations de presse	17
Matériel promotionnel	19
Sollicitation directe	20
Tournée de familiarisation	23
Réseau de distribution	24
Développement et recherche	25
Orientation triennale 2 : Politique d'accueil durable	29
Orientation triennale 3 : Développement durable	33
Orientation triennale 4 : Gouvernance	41
Projet spécial : Croisières hivernales	45
Cap sur 2025-2026	47



Mot de la présidente

Chers membres, partenaires et collaborateurs,

L'année 2024-2025 a marqué un tournant stratégique pour Croisières du Saint-Laurent. Ensemble, nous avons franchi une étape déterminante avec le lancement de notre plan stratégique 2024-27, une feuille de route ambitieuse qui reflète notre volonté d'innover, de collaborer et de faire du Saint-Laurent une destination exemplaire, durable et accueillante. De plus, nous entamons la 2^e phase de développement pour tirer le plein potentiel des croisières internationales sur le Saint-Laurent.

Notre réseau a su démontrer une résilience remarquable, tout en poursuivant sa croissance de manière responsable. Grâce à l'engagement de nos membres, à la mobilisation de nos partenaires et à l'expertise de notre équipe, nous avons renforcé notre position sur les marchés internationaux, tout en intégrant des pratiques exemplaires en matière de développement durable et de gouvernance. Les résultats sont tangibles : une présence accrue dans les événements internationaux, des tournées de familiarisation stratégiques, des projets structurants, comme les croisières hivernales, et une politique d'accueil renouvelée, plus durable. Croisières du Saint-Laurent a connu une année record, redistribuant près de 900 000 \$ auprès de ses membres et partenaires afin de soutenir des projets axés sur le développement durable et favoriser l'essor des croisières hivernales. Nous avons également posé les bases d'une gouvernance tournée vers l'avenir, avec une vision claire pour 2030, 2040 et au-delà.

Alors que nous amorçons l'année 2025-26, nous poursuivrons avec détermination la mise en œuvre de nos actions, en nous appuyant sur des indicateurs clairs, des objectifs partagés et une volonté commune de faire rayonner le Saint-Laurent. Ensemble, nous continuerons à bâtir une industrie des croisières à la fois prospère, responsable et profondément ancrée dans les communautés qui la font vivre.

Merci à toutes et à tous pour votre confiance, votre engagement et votre passion.



Marie-Andrée Blanchet
Présidente | Croisières du Saint-Laurent



Vie associative

Pour Croisières du Saint-Laurent, la mission est la raison d'être de l'organisation, décrivant son objectif fondamental, ses principales activités, et sa contribution à ses parties prenantes. Elle guide les actions quotidiennes et les décisions stratégiques, reflétant les valeurs et les aspirations de l'organisation.

Mission

Croisières du Saint-Laurent regroupent neuf escales et les parties prenantes de l'industrie le long du fleuve Saint-Laurent. Sa mission est de contribuer à la croissance durable du marché des croisières au Québec et d'offrir des services de commercialisation et de développement à ses membres.

Valeurs

Nos valeurs fondamentales guident nos actions et notre éthique organisationnelle :

Chef de file : Nous visons l'excellence et cherchons à devancer la concurrence.

Innovation : Nous nous engageons à introduire des solutions nouvelles et améliorées.

Collaboration : Nous croyons en l'union de nos efforts pour atteindre des objectifs communs.

Responsable et durable : Nous agissons en tenant compte de notre impact sur l'environnement.

Exercice financier

Le présent document présente un aperçu des activités menées au cours de l'année financière 2024-25, qui s'étend du 1er avril 2024 au 31 mars 2025. Cette période a été caractérisée, entre autres, par la gestion de multiples projets, un soutien financier important à nos escales et les premières croisières hivernales.

Firme comptable

La firme comptable **MALLETTE S.E.N.C.R.L.** a été responsable de la comptabilité de l'association, garantissant la transparence et la conformité de nos pratiques financières. Un audit externe a été réalisé, confirmant la bonne gestion de nos ressources.

Fournisseurs de services

Au cours de l'année, nous avons octroyé des contrats à plusieurs entreprises avec différentes expertises afin de compléter et d'améliorer l'offre de services à nos membres et de nous aider à mettre à exécution notre planification stratégique.

Graphisme et Communication :

- Paginart,
- Sensei media,
- Boum communications
- TACT
- Julie Gagnon Communications

Solutions Web :

- Vertisoft

Consultation et Services :

- Guy Dalphond
- Ellio
- Anne Legars
- Mario Sévigny
- Molloy Nettoyage

Traduction :

- Textpertise

Statistiques et Analyse :

- Groupe Sygif

Relations et Marketing :

- Access Cruise

- Creative Assassin

Études et Recherche :

- La Chaire de Tourisme Transat, ESG, UQAM
- Bermello & Ajamil a Woolpert Company
- DFSA (Daniel Fournier, Gestion de l'expérience client)
- Aviseo Conseil

Intervention et Planification :

- Mtlab
- Intervention, DRP
- Daniel Parayre
- François Belzile

Ressources humaines :

- Gallagher
- Go RH
- Impact Crescendo

Comptabilité

- MALLETTE S.E.N.C.R.L.

A man in a grey jacket is riding a pedicab (a bicycle with a passenger seat) on a paved area. Two passengers, a man and a woman, are seated in the back. The pedicab has a sign that says "TROIS-RIVIÈRES CENTRE" and "BIKE". In the background, there is a modern building with many windows and a blue sky.

Notre équipe dédiée

Croisières du Saint-Laurent s'appuie sur une équipe chevronnée et spécialisée. Le soutien de nos membres et partenaires joue un rôle clé dans le renforcement de notre position sur le marché et dans l'enrichissement de notre offre. Ensemble, nous œuvrons à la promotion de cette industrie, tout en favorisant un développement durable sur le Saint-Laurent et en optimisant l'expérience des visiteurs.

Employés

1. **René Trépanier** : Directeur général
2. **Nancy Houley** : Directrice du développement des affaires
3. **Karine Blais** : Directrice du marketing
4. **Valérie Patry** : Conseillère en développement durable
5. **Suzanne Caron** : Agente marketing & administration

Conseil d'administration

Le conseil d'administration a été renforcé avec des membres engagés qui apportent une expertise précieuse à notre organisation :

1. **Présidente** : Marie-Andrée Blanchet, Directrice croisières & écosystème d'affaires - Port de Québec
2. **Trésorière** : Priscilla Nemey, Directrice générale - Promotion Saguenay
3. **Secrétaire** : Odessa Thériault, Directrice générale - Port de Havre-Saint-Pierre
4. **Administratrice** : Suzanne Cassista, Cheffe d'escale - Destination Sept-Îles Nakauinanu
5. **Administrateur** : Philippe Bertout, Directeur Grand Quai et croisières - Port de Montréal

Au cours de la période 2024-25, le Conseil d'administration a organisé sept rencontres pour examiner divers enjeux stratégiques, permettant ainsi des discussions approfondies sur le développement de Croisières du Saint-Laurent.

Membres réguliers

Les membres réguliers de CSL sont des organisations ou entreprises portuaires ou touristiques, ville ou municipalité ou toute autre organisation responsable de l'accueil des navires de croisières, responsable de la gouvernance, des ressources, infrastructures et procédures en lien avec les opérations d'accueil des navires de croisières. La tarification de leur adhésion est établie à partir d'un plancher de base et selon un modèle de volume de passagers. En 2024-25, nos membres réguliers sont :

	MEMBRES	DÉLÉGUÉ OFFICIEL 2023-24	CONTACT
CATÉGORIE A			
MEMBRES DESTINATIONS (VOTANT)	Port de Montréal	Yves Gilson	gilsony@port-montreal.com
	Tourisme Montréal	Geneviève Archambault	garchambault@mtl.org
	Port de Québec	Marie-Andrée Blanchet	Marie-Andree.Blanchet@portquebec.ca
	Destination Québec Cité	Simon Marinier	Simon.Marinier@quebec-cite.com
	Promotion Saguenay	Priscilla Nemy	priscilla.nemy@saguenay.ca
	Port de Saguenay	Carl Laberge	info@portsaguenay.ca
CATÉGORIE B			
MEMBRES ESCALES (VOTANT)	Croisières Baie-Comeau	Elizabeth Moreau	emoreau@portbcomeau.ca
	Destination Sept-Îles Nakauinanu	Suzanne Cassista	scassista@destination7in.com
	Port de Havre-Saint-Pierre	Odessa Thériault	odessa.theriault@porthsp.ca
	Escale Iles de la Madeleine	Denis Bourque	denis.bourque@escalejm.ca
	Innovation et développement économique de Trois-Rivières	Daniel Rioux	drioux@idetr.com
	Escale Gaspésie	Pascale Rémillard	directions@destinationgaspie.ca

Membres corporatifs

Les membres corporatifs de CSL sont des organisations ou entreprises bénéficiant directement de l'industrie des croisières offrant des services directs aux compagnies de croisières ou aux fournisseurs de services en lien avec les opérations d'accueil des navires de croisières. En 2024-25, les membres corporatifs sont :

	MEMBRES	DÉLÉGUÉ OFFICIEL 2023-24	CONTACT
CATÉGORIE C			
MEMBRES CORPORATIFS (VOTANT)	Navitrans	Stefanos Scourtellis	agency@navitranscanada.com
	Destination North America	Manon Vigneux et John Matte	manon@destinationnsna.com
	Lola	Simon de Repentigny	simon@lola.ca
	Mc Lean Kennedy	Dan Karageorge	dkarageorge@mcleankenedy.ca
	Ramsey Greig & Cie Ltée	Martial Savard	msavard@logistec.com

Partenaires associés

Les partenaires associés de CSL représentent des organisations ou entreprises qui regroupent une communauté d'intérêts pour le développement et la promotion de l'offre, des services, de l'expertise et des produits de notre destination. En 2024-25, les partenaires stratégiques sont :

CATÉGORIE D		
PARTENAIRES ASSOCIÉS (NON-VOTANT)	Parcs Canada	Hugues Michaud hugues.michaud@pc.gc.ca
	SÉPAQ	Francis Vallée vallee.francis@sepaq.com

Partenaires stratégiques

Les partenaires stratégiques sont des destinations, ports, région géographique, province ou pays qui représentent un intérêt pour notre destination et notre regroupement, que ce soit sur le plan stratégique géographique ou sur le potentiel de partage de bonnes pratiques, de procédures et d'éventuels maillages. En 2024-25 les partenaires stratégiques sont :

CATÉGORIE E		
PARTENAIRES STRATÉGIQUES (NON-VOTANT)	Collectivité territoriale Saint-Pierre et Miquelon	Béatrice Les coublots Beatrice.Lescoublet@ct975.fr
	The Great Lakes Cruise Association	Stephen Burnett sburnett934@gmail.com
	Great Lakes St. Lawrence Seaway Development Corporation	Jazmine Jurkiewicz jazmine.jurkiewicz@dot.gov

Adhésions

Croisières du Saint-Laurent est aussi membre de plusieurs associations qui lui permet d'être au cœur des discussions et enjeux de l'industrie croisières. Au cours de l'année, nous avons renouvelé notre adhésion aux associations suivantes :

1. Cruise Line International Association (CLIA)
2. Alliance Verte
3. L'Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ)
4. Fédération Maritime du Canada
5. Association des administrations portuaires canadiennes (AAPC)

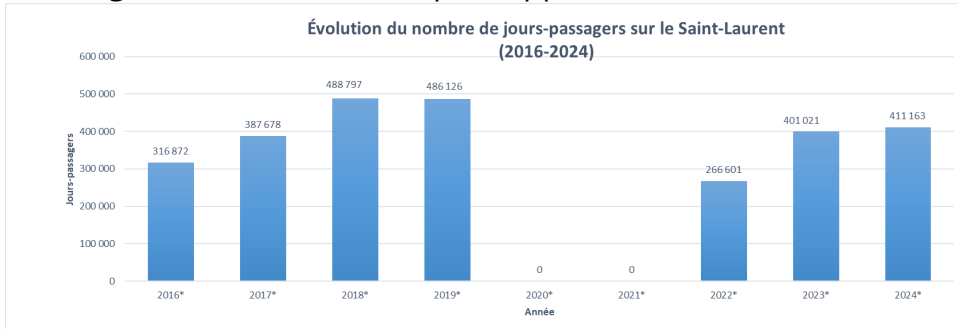


Planification stratégique 2024-2027

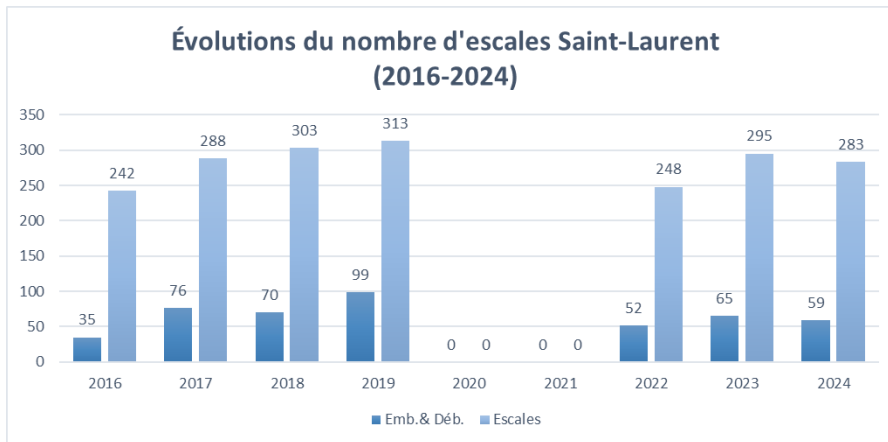
Au cours de l'année 2024-25, CSL a franchi une étape déterminante avec l'élaboration et le lancement de son nouveau plan stratégique 2024-27. Fruit d'une démarche collaborative impliquant le conseil d'administration, l'équipe de direction et plusieurs partenaires clés, ce plan trace une feuille de route ambitieuse pour guider notre croissance et notre transformation. Structuré autour de quatre grandes orientations — la croissance économique responsable l'ancrage de la marque Best bienvenue, le leadership en développement durable et une gouvernance agile —il reflète notre volonté d'innover, de collaborer et de répondre aux enjeux contemporains de l'industrie des croisières. Sa mise en œuvre s'appuie sur un plan d'action rigoureux, des indicateurs de performance clairs et un mécanisme de suivi régulier, assurant ainsi une progression mesurable et une adaptation continue. Ce nouveau cadre stratégique positionne CSL comme un acteur de premier plan, engagé à faire du Saint-Laurent une destination exemplaire, durable et accueillante.

Évolution de l'achalandage

Lors de la saison 2024, nous avons eu un total de 411 163 jours-passagers, soit une augmentation de 2.53% par rapport à la saison 2023.



Quant aux nombres d'escales et d'opérations d'embarquements et de débarquements, nous avons eu 283 escales et 59 embarquements-débarquements, soit un total de 342 opérations, soit, une légère baisse de 4.06% par rapport à l'année dernière.





Orientation triennale 1 : Croissance économique responsable (Marketing)

Salons

a. Seatrade Cruise Global à Miami

Résumé :

Nous avons participé au plus grand salon des croisières internationales qui a eu lieu du 6 au 12 avril 2024 qui a eu lieu à Miami. Notre présence a lieu sous différentes formes. L'une d'elles est grâce au kiosque Canada New England. Nous avons organisé des rendez-vous de groupe et individuels avec les compagnies de croisières. De plus nous avons participé et organisé des activités de réseautage pour nos membres, tels les événements suivants ; le souper Destinations Nord Amérique, le Brunch Cruise Professional Advisor's Alliance (CPAA), le Luncheon Cruise Canada New England, le Souper Saint-Laurent et Grands Lacs ainsi que les rendez-vous individuels organisés par CPAA. De plus, nous avons organisé une formation de préparation pour le Seatrade aux membres intéressés.

Objectifs :

- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ Participation à 8 événements lors du salon
- ✓ Visibilité du Saint-Laurent en tant que panéliste lors des conférences
- ✓ Participation à 10 rencontres individuelles avec les représentants de compagnies de croisières
- ✓ Participation de 12 de nos membres au salon

b. Symposium Cruise Canada New England à New York

Résumé :

Le Symposium Canada New England a eu lieu à New York cette année du 11 au 13 juin 2024 c'était la 24^e édition. L'événement a accueilli une centaine de délégués de l'industrie des croisières internationales, dont des représentants des ports, des compagnies de croisière, des opérateurs touristiques, des agences maritimes, des intervenants gouvernementaux et médias de l'industrie. Le Symposium CCNE offre une plateforme inestimable à l'industrie et aux intervenants pour partager des idées, nouer des relations et s'informer sur les dernières tendances. De plus, nous avons organisé une formation de préparation pour le Symposium aux membres intéressés.

Objectifs :

- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ Rencontre avec 150 partenaires de l'industrie.
- ✓ Rencontres individuelles avec 23 représentants de compagnies de croisières
- ✓ Visibilité du Saint-Laurent en tant que panéliste lors des conférences
- ✓ Participation de 14 de nos membres au salon

c. Seatrade Med à Malaga

Résumé :

Salon des croisières internationales qui a eu lieu du 10 au 12 septembre 2024 à Malaga en Espagne où nous avons rencontré les compagnies de croisières principalement européennes qui, dans plusieurs cas, ne participent pas au Seatrade Cruise Global de Miami. Avec l'aide de Access Cruise, nous avons pu obtenir des rencontres de groupe et individuelles avec les représentants de compagnies de croisières. Nous avons aussi participé à des activités de réseautage organisées par Seatrade.

Objectifs :

- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ Participation à 3 événements lors du salon
- ✓ Participation à 9 rencontres individuelles avec les représentants de compagnies de croisières
- ✓ Participation de 2 de nos membres au salon

d. CLIA Cruise Forward à Miami

Résumé :

Salon des croisières internationales qui a eu lieu du 5 au 8 novembre à Miami. Ce salon permet de rencontrer des clients partenaires de l'industrie et les représentants gouvernementaux et environnementaux des compagnies de croisières. Plusieurs rencontres ont été orchestrées à l'aide d'Access Cruise avec plusieurs compagnies de croisières. Nous avons aussi participé à des activités de réseautage et aux conférences.

Objectifs :

- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ Participation à 2 événements lors du salon
- ✓ Participation à 6 rencontres individuelles avec les représentants de compagnies de croisières
- ✓ Participation de 2 de nos membres au salon
- ✓ Suite aux rencontres, résultats du taux de vente et de satisfaction des excursions terrestres dans le Saint-Laurent chez certaines compagnies

Publicité

a. Médias sociaux et infolettre

Nous avons poursuivi le mandat avec Senseï média et Boom Communications pour la gestion des infolettres, création de contenu et médias sociaux d'avril à août 2024. Après l'implantation de notre nouvelle planification stratégique, nous avons analysé nos nouveaux objectifs et nous avons conclu que les médias sociaux et notre infolettre coordonnés de cette façon ne nous permettent pas d'atteindre nos objectifs. De plus, nous avons donné un contrat à Senseï Media pour la création de la vidéo croisière hivernale.

Objectifs :

- Mesure 2 – Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 – Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 – Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 – Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ - 4 infolettres française et anglaise
- ✓ - 39 publications sur les réseaux sociaux français et anglais
- ✓ - 10 articles de blogue français et anglais
- ✓ - 5 entrevues (article LinkedIn) avec partenaire local français et anglais
- ✓ - 1 eblast pour le CLIA français et anglais
- ✓ 1 vidéo promotionnelle 1^{re} croisière hivernale sur le Saint-Laurent.

Relations de presse

Résumé :

Nous poursuivons de façon ponctuelle les contrats avec Julie Gagnon Communications, pour les relations de presse, pour l'annonce du début de la saison printemps 2024 et notamment pour les croisières hivernales. Pour obtenir les revues de presse, veuillez faire la demande auprès de CSL.

Objectifs :

- Mesure 2 – Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 – Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 – Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 – Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats

- ✓ Annonce de la saison printemps 2024 plus de 5 000 000 en portée médiatique nationale
- ✓ 10 entrevues accordées au niveau national
- ✓ Annonce croisières hivernales de 20 000 000 en portée médiatique nationale
- ✓ 10 entrevues accordées au niveau national

b. Sites Web

Résumé :

Optimisation du contenu et mise à jour des différentes sections de nos sites web cruisesaintlawrence.com, cruisecanadanewengland.com/ et le microsite cruisecnesymposium.com/ qui sert de plateforme de gestion des inscriptions, hébergement, paiement, gestion des rendez-vous et activités. De plus, nous avons 2 sites de formations ; celui de la formation Best Bienvenue qui a été renouvelée cette année et intégrée à la plateforme <https://formation.cruisesaintlawrence.com/formation-bienvenue/> et formation pour agents de voyage et professionnels de l'industrie. <https://formation.cruisesaintlawrence.com/formation-agent-voyage/>. De plus, chaque année, nous faisons la mise à jour et optimisation de notre plateforme pour la gestion des statistiques d'achalandage du Saint-Laurent, <https://statistic.cruisecanadanewengland.com/>. Pour les rapports détaillés, veuillez faire la demande à CSL.

Objectifs :

- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ 1 formation Best Bienvenue déployée
- ✓ Site Web Saint-Laurent ;
 - Visiteurs 26 417 ; 21% d'augmentation par rapport à l'année dernière, et
 - Nouveaux visiteurs : augmentation de 19% avec 26 261.
 - Provenance ; 65% viennent du Canada (17 159 visiteurs) et une partie, soit 17,43% vient des États-Unis (4 601 visiteurs).
- ✓ Site web Canada New England :
 - Visiteurs ; pratiquement le même nombre que l'année dernière (-1%) avec 28 537 visiteurs
 - Nouveaux visiteurs 28 426 (-1%).
 - Provenance ; 67,66% Canada (19 173 visiteurs), 20,88% États-Unis (5 952 visiteurs) et autres pays - de 3%) Royaume-Uni (857 visiteurs), France (840 visiteurs) et Allemagne (166 visiteurs).

Matériel promotionnel

c. Plan de communication

Résumé :

En fin d'année 2024, CSL reçoit le mandat de la part du conseil d'administration de trouver une agence à qui confier la création d'un plan de communication pour notre organisation. Après avoir cadré nos besoins dans une offre de service, cinq agences ont été contactées afin de les inviter à soumissionner. Sur les cinq agences, quatre ont déposé une offre. La création d'un comité d'analyse a permis d'étudier les offres et de sélectionner, à l'unanimité, l'agence TACT afin de leur octroyer le mandat.

Objectifs :

- Mesure 7 - Se doter d'un plan marketing faisant état de la nouvelle mission du plan stratégique

Résultats :

- ✓ Un contrat octroyé à une agence pour la réalisation d'un plan de communication
- ✓ La précision de nos besoins quant aux communications de Croisières du Saint-Laurent
- ✓ Un plan déposé pour une exécution en 2025-27

Sollicitation directe

a. Contrat avec Access Cruise

Résumé :

Nous avons poursuivi le contrat avec Access Cruise qui nous aide à maximiser notre présence et nous représenter auprès des compagnies de croisières. De plus, ils nous ont aidés à l'organisation des missions de vente Europe et Floride. De plus, Access Cruise s'assure que nous avons les représentants clefs qui soient présents lors de nos événements.

Objectifs :

- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ Organisation d'entrevues avec 19 compagnies de croisières
- ✓ À la suite des entrevues, résultats du taux de vente et de satisfaction des excursions terrestres dans le Saint-Laurent chez certaines compagnies.
- ✓ Organisation de rencontres avec les compagnies de croisières lors du CLIA Cruise Forward
- ✓ Organisation de 2 missions de vente
- ✓ Assure la visibilité de CSL en invitant un membre de l'équipe comme panéliste lors du Seatrade Cruise Global
- ✓ Invitation à des rencontres privées lors de l'événement CPAA

b. Rencontres virtuelles avec les compagnies de croisières

Résumé :

Une série de rencontres virtuelles ont été organisées en collaboration avec Access Cruises avec presque toutes les compagnies de croisières qui visitent le Saint-Laurent. Une grille questionnaire a été créée afin de poser les questions appropriées concernant les itinéraires, le déploiement, les saisons, l'offre terrestre et les revenus associés.

Objectifs :

- Mesure 1 - Accroître les dépenses directes des cie et des passagers
- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ 19 compagnies de croisières rencontrées
- ✓ Obtention du taux de satisfaction des passagers
- ✓ Obtention du taux de satisfaction des compagnies de croisières
- ✓ Meilleures compréhensions de leur modèle de revenus

c. Missions de vente à Hambourg et à Londres

Résumé :

Mission de vente auprès des compagnies de croisières allemandes, britanniques et aussi françaises. Nous avons organisé une journée de présentations, de réunions individuelles et activité de réseautage pour nos membres, et ce, en collaboration avec nos partenaires Canada Nouvelle-Angleterre. De plus, nous avons organisé une formation de préparation pour la mission aux membres intéressés.

Objectifs :

- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ 10 membres de Croisières du Saint-Laurent ont participé à la mission
- ✓ Rencontres individuelles avec 14 représentants de compagnies de croisières en Allemagne
- ✓ Rencontres individuelles avec 3 représentants de compagnies de croisières au Royaume-Uni.
- ✓ 8 compagnies de croisières différentes ont participé aux rencontres.

d. Mission de vente Floride, à Hollywood

Résumé :

Mission de vente auprès des compagnies de croisières américaines basées en Floride. Nous avons organisé une journée de présentations, de réunions individuelles et activité de réseautage pour nos membres, et ce, en collaboration avec nos partenaires Canada Nouvelle-Angleterre.

Objectifs :

- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ 5 membres de Croisières du Saint-Laurent ont participé à la mission
- ✓ Rencontres individuelles avec 27 représentants de compagnies de croisières
- ✓ 15 compagnies de croisières différentes ont participé aux rencontres.

Tournée de familiarisation

a. Tournée influenceurs et agents

Résumé :

Nous avons organisé une tournée avec des influenceurs Scott Eddy et Chris Warren avec l'aide de la firme MGA, spécialisée dans les relations publiques aux États-Unis. Cette tournée était dans le cadre des premières croisières hivernales au Québec avec le navire le Commandant Charcot de la compagnie Le Ponant. De plus, nous avons aussi organisé une tournée avec un groupe d'agents de voyage, les "Virtuoso Icons", qui sont les meilleurs vendeurs de croisières sur la planète. Pour obtenir le rapport complet, veuillez faire la demande auprès de CSL.

Objectifs :

- Mesure 1 – Accroître les dépenses directes des compagnies et des passagers
- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ Retombées médiatiques internationales de plus de 165 000 000
- ✓ 1 conférence de presse nationale et internationale
- ✓ Instagram Stories : Followers 446K, 157 story post, moyenne de vues par story 800-1 200
- ✓ Instagram posts : 28, Likes 73 194, Shares 2 849
- ✓ Facebook ; Followers 30K, Posts 27, Post reactions 966, Video views 4 920
- ✓ LinkedIn : Followers 32K, posts 19, Reactions 846
- ✓ Threads : Followers 17.1K, posts 7, Likes 106
- ✓ Tiktok : Followers 48.1, Posts 5, Views 13 391
- ✓ Bonification de la banque d'images d'hiver
- ✓ 37 agents de voyages de luxe ont participé à la tournée "croisières hivernales"
- ✓ 2 influenceurs ont participé à la tournée " croisières hivernales"
- ✓ Croisières hivernales annoncées par Ponant dans le Saint-Laurent pour 2027

Réseau de distribution

a. Événements Saint-Laurent réseau de distribution

Résumé :

Début d'une série de formation en collaboration avec les Business Development Manager (BDM) de la compagnie de croisières Norwegian Cruise Line Holdings de leurs meilleures agences de voyages. Une série de formation avec incitatifs de vente dans le but de créer une notoriété, remplir les navires de croisières qui visitent le Saint-Laurent et créer une demande pour le futur.

Objectifs :

- Mesure 1 - Accroître les dépenses directes des compagnies et des passagers
- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 5 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 7 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ 64 agents de voyage ont été formés sur notre région
- ✓ Formation sur les produits Norwegian Cruise Line, Regent Sevens Seas et Oceania
- ✓ Rabais pour groupe et incitatifs offerts aux meilleurs vendeurs de croisières dans notre région
- ✓ Intérêt pour les croisières dans notre région

Développement et recherche

a. Étude de marché de proximité

Résumé :

La firme Dynata en collaboration avec CLIA a été mandatée pour nous effectuer une étude de marché de proximité qui a été effectuée entre mars et avril 2024. Nous sous-estimons le potentiel du marché qui se trouve à un rayon de 3h+ de route de Montréal et Québec. Cette étude a été effectuée auprès d'agents de voyage et des consommateurs provenant des États-Unis provenant des états suivants ; Massachussetts, Maine, New Hampshire, Rhode Island, Vermont, New York, Pensylvannie, Maryland et New Jersey. Au Canada ils devaient habiter le Nouveau-Brunswick, Ontario et Québec.

Objectifs :

- Mesure 1 – Accroître les dépenses directes des compagnies et des passagers
- Mesure 6 - Évaluer l'impact économique local

Résultats :

- ✓ Environ deux tiers des répondants sont au moins un peu au courant des croisières sur le Saint-Laurent.
- ✓ 80 % des répondants connaissent Québec et Montréal comme destinations de croisière.
- ✓ 40 % des répondants prévoient réserver une croisière sur le Saint-Laurent dans les deux prochaines années.
- ✓ 80 % des répondants s'attendent à faire une croisière océanique, 50 % une croisière fluviale.
- ✓ Plus de 80 % sont prêts à conduire pour prendre une croisière, avec près de la moitié prête à conduire plus de 3 heures.
- ✓ La majorité prévoit voyager avec une autre personne et rester une nuit à l'embarcation.

b. Étude d'impacts du "Carbon Intensity Indicator (CII)

Résumé :

Bermello Ajamil & Partners a été mandatée pour effectuer une étude sur l'impact du CII dans la région Canada Nouvelle-Angleterre.

Objectifs :

- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
- Mesure 4 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
- Mesure 5 - Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Résultats :

- ✓ Plusieurs facteurs influencent l'indice d'intensité carbone (CII), notamment le type de carburant, l'efficacité du navire, la vitesse, l'itinéraire, l'alimentation à quai, et les technologies utilisées. En se concentrant uniquement sur les caractéristiques non spécifiques au navire (comme les itinéraires, la vitesse et la distance), les éléments suivants permettent généralement de réduire le CII.
- ✓ Maintenir une vitesse inférieure à 17,5 nœuds, car la consommation de carburant augmente de façon exponentielle au-delà de 18 nœuds.
- ✓ Privilégier des itinéraires à faible vitesse et longue distance, qui offrent de meilleures performances en matière de CII.
- ✓ Les itinéraires "open jaw" (départ et arrivée dans des ports différents) permettent de couvrir de longues distances avec une variété d'escales, ce qui améliore l'attractivité commerciale tout en réduisant potentiellement le CII.

c. Étude de retombées économiques

Résumé :

Croisières du Saint-Laurent a mandaté Aviseo Conseil, firme de propriété 100% québécoise, afin d'obtenir un premier portrait réaliste et représentatif de la réelle contribution des croisières internationales à l'économie du Québec. L'étude a été soutenue financièrement par le Ministère du Tourisme, Croisières du Saint-Laurent, ainsi que les escales de Montréal, Québec et Saguenay.

Objectifs :

- Mesure 1 - Accroître les dépenses directes des compagnies et des passagers en fonction des attentes des escales
- Mesure 6 - Évaluer l'impact économique local

Résultats :

- ✓ Les croisiéristes ont dépensé en moyenne 364\$ par jour en 2024 lorsqu'ils visitaient l'une des neuf escales du Québec ;
- ✓ Au total, les croisières internationales ont généré des dépenses de 329,3 M\$ en 2024 dans les différentes régions du Saint-Laurent. Ces dépenses ont également engendré une valeur ajoutée de 192,2 M\$ pour l'économie québécoise ;
- ✓ Le secteur des croisières génère également 2 299 emplois directs, indirects et induits ;
- ✓ La saison 2024 compte un total de 411 163 jours-passagers, soit 2,5% de plus qu'en 2023 et 54,5% de plus qu'en 2022, montrant que le Québec tend à se rapprocher de la situation prépandémique en tant que destination de croisières ;
- ✓ 91,6% de la dépense touristique est réalisée en devises étrangères par des croisiéristes internationaux, ce qui représente environ 167 M\$ sur les 4,1 G\$ de devises étrangères qui entrent annuellement par le tourisme au Québec.

Projet de planification d'itinéraire

Résumé :

Faciliter la planification des itinéraires de croisière en créant un outil de référence complet et uniforme sur les infrastructures d'accueil (quais, services portuaires, capacités techniques) dans plus de 50 ports de la région Canada Nouvelle-Angleterre. Ce projet vise à répondre aux besoins des compagnies de croisière pour l'optimisation des déploiements, ainsi qu'à ceux des partenaires régionaux pour améliorer la coordination, la promotion et la préparation opérationnelle.

Objectifs :

- Mesure 1 - Accroître les dépenses directes des cie et des passagers
 - Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
 - Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
 - Mesure 4 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
 - Mesure 5 - Accroître le nombre d'embarquements et de débarquements complets
-
- Résultats :
 - ✓ Lancement d'un appel d'offres envoyé à 6 fournisseurs. Un guide d'évaluation uniforme a été fourni. Deux soumissionnaires ont répondu aux critères : Brenock et Marine Exchange.
 - ✓ Les deux ont présenté leur solution aux membres lors de séances publiques.
 - ✓ Prochaine étape : sélection du fournisseur et lancement du développement



Orientation triennale 2 : Politique d'accueil durable (Pratiques de gestion exemplaires)

Réseau performance avec Guy Dalphond

Résumé :

Poursuite de l'implantation du Qualimètre, tenu des réseaux performance en formule hybride avec les escales, avancement dans la planification stratégique de chacune des escales.

Objectifs :

- Mesure 2 - Performer dans la politique d'accueil durable
- Mesures 6 - Se doter du plan stratégique des escales

Résultats :

- ✓ Rencontre de réseau performance les 28 et 29 novembre à Montréal et le 19 mars à Québec
- ✓ Présentation des plans stratégiques des escales, plusieurs ateliers et réflexions, échanges sur la collecte de données

Implantation de l'outil de mesure d'expérience client (DFSA)

Résumé :

Dans le cadre de la convention d'aide financière en développement durable, dans la portion soutenue par le MTO DD, nous avons proposé aux escales d'adhérer au programme La voix du client de DFSA. Utilisé par l'Escale de Saguenay depuis quelques années, ce programme permet d'offrir une expérience client optimale en prenant le pouls des croisiéristes tout au long de leur parcours. Au total, 4 escales sur 9 ont décidé d'adhérer au programme, soit Havre-Saint-Pierre, Sept-Îles, Saguenay et les Îles-de-la-Madeleine.

Objectifs :

- Mesure 5 - Mesurer le taux de satisfaction des passagers

Résultats :

- ✓ Programme en place dans 4 des 9 escales. Le déploiement aura lieu lors de la saison 2025-26

Mise à jour 2024 de la politique d'accueil

Résumé :

La politique d'accueil, le cahier des charges, les grilles d'évaluation ainsi que tous autres documents complémentaires ont été mis à jour afin de refléter la réalité de 2024 et d'intégrer pleinement le développement durable.

Objectifs :

- Mesure 2 - Performer dans la politique d'accueil durable

Résultats :

- ✓ Tous les documents ont été mis à jour
- ✓ Intégration du volet développement durable dans la politique

Évaluations des escales

Résumé :

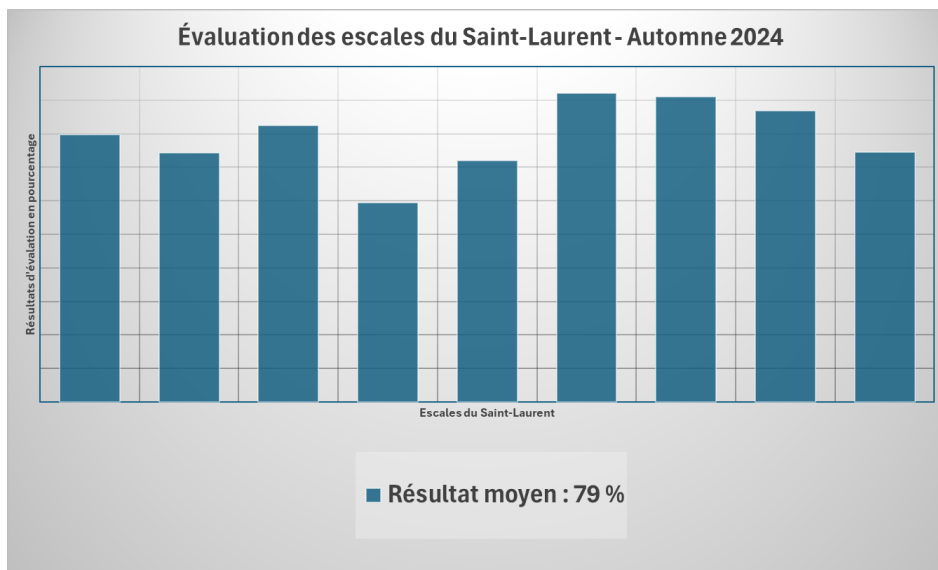
Évaluer les 9 escales du Saint-Laurent selon la nouvelle politique d'accueil et grille d'évaluation à jour.

Objectifs :

- Mesure 2 - Performer dans la politique d'accueil durable

Résultats :

- ✓ 9 rapports d'évaluation à l'automne 2024
- ✓ Présentation des résultats globaux en mars 2025
- ✓ Résultat moyen de 79%



Mise à jour et production de matériel Best Bienvenue

Résumé :

En lien avec la refonte de la politique d'accueil, l'équipe a revu les besoins de ses membres quant à l'utilisation du matériel Best Bienvenue (épinglettes, affichage, etc). La [formation Best bienvenue](#) a également été mise à jour avec l'intégration du développement durable.

Objectifs :

- Mesure 2 - Performer dans la politique d'accueil durable

Résultats :

- ✓ Plusieurs outils produits et envoyés aux escales
- ✓ Vidéo de la formation Best Bienvenue à jour et en ligne sur l'accès membre



Orientation triennale 3 : Développement durable

Stratégie d'achat local

Résumé :

Déploiement de la stratégie d'achat local auprès des compagnies de croisières avec les principaux partenaires.

Objectifs :

- Mesure 1 - -Encourager l'achat local auprès des compagnies de croisières et des croisiéristes.

Résultats :

- ✓ Des produits 100% québécois à bord des navires de croisières en 2024 1 millions d'œufs, plus de 900 000 lbs de fruits et légumes frais, près de 18 000 lbs de fromages d'ici, plus de 6200 lbs de fruits de mer pêchées localement.

Cadre pour les tours guidés

Résumé :

Création d'un cadre d'évaluation de tours guidés durables.

Objectifs :

- Mesure 2 - Faire la promotion d'attractions touristiques écoresponsable et d'OBNL locaux auprès des croisiéristes.

Résultats :

- ✓ Afin de répondre à l'objectif de faire la promotion d'attractions touristiques écoresponsables auprès des passagers, la première étape était de réaliser un portrait complet de la situation avec le tour opérateur. Pour ce faire, un cadre d'évaluation des tours guidés écoresponsables a été créé cette année. Dans la prochaine année, grâce à ce cadre, nous pourrons effectuer l'inventaire des offres touristiques responsables et durables et augmenter cette offre au besoin.

Démarrage d'un projet de communication

Résumé :

Mise en place des premières étapes d'un projet de communication visant à sensibiliser et outiller les croisiéristes pour une expérience durable sur le Saint-Laurent

Objectifs :

- Mesure 1 - Encourager l'achat local auprès des compagnies de croisières et des croisiéristes.
- Mesure 2 - Faire la promotion d'attractions touristiques écoresponsable et d'OBNL locaux auprès des croisiéristes.
- Mesure 3 - Faire rayonner les communautés et cultures locales à travers des activités
- Mesure 7 - Récompenser les comportements écoresponsables des acteurs clés de la destination.
- Mesure 8 - Faire de nos conditions d'accueil un levier facilitant les comportements responsables de la part des passagers
- Mesure 10 - -Participer à faire du développement durable un sujet incontournable des événements du secteur des croisières et mettre les parties prenantes dans une position de contributeurs à notre stratégie.
- Mesure 11 - -S'intégrer pleinement au sein des acteurs du fleuve Saint-Laurent, au-delà du secteur des croisières.
- Mesure 12 - Communiquer régulièrement et de manière transparente sur nos enjeux de développement durable.

Résultats :

- ✓ Le projet « Écrans » permettra, au cours de la prochaine saison de croisière, d'avoir un système de communication unifié sur le Saint-Laurent et de véhiculer des messages pour favoriser les comportements écoresponsables et durables des croisiéristes dans les 9 escales.

Décarbonation de l'industrie maritime

Résumé :

Co-présidence du groupe de travail sur la décarbonation de l'industrie maritime

Objectifs :

- Mesure 5 - Prendre des mesures concrètes en matière de lutte contre les changements climatiques

Résultats :

- ✓ Le directeur général de CSL, René Trépanier, a co-président le groupe de travail sur la décarbonation de l'industrie maritime. Lors de la rencontre du Forum de concertation sur le transport maritime du 19 janvier 2022, un groupe de travail sur la décarbonation de l'industrie maritime a été créé afin de soutenir et d'accompagner le gouvernement du Québec dans l'élaboration d'outils permettant à l'industrie maritime québécoise d'atteindre les cibles fixées en matière de décarbonation du secteur. Les travaux se sont terminés à l'automne 2024 par le dépôt d'un rapport.

Portrait des escales en matière de développement durable

Résumé :

Visite des escales du Saint-Laurent par la conseillère en développement durable de CSL accompagner d'un consultant de la firme ELLIO afin d'analyser la situation en matière de développement durable

Objectifs :

- Mesure 8 - Faire de nos conditions d'accueil un levier facilitant les comportements responsables de la part des passagers

Résultats :

- ✓ Rencontre de parties prenantes clés et remise d'un rapport sur la situation de l'escale et ses opportunités en matière de développement durable.

Convention d'aide financière

Résumé :

Signature de conventions d'aide financière avec les 9 escales du Saint-Laurent afin de les appuyer dans le déploiement et la mise en place concrète d'action de développement durable et responsable sur leur lieu d'accueil des croisiéristes

Objectifs :

- Mesure 8 - Faire de nos conditions d'accueil un levier facilitant les comportements responsables de la part des passagers

Résultats :

- ✓ Les escales ont reçu un support financier important afin de concrétiser leurs aspirations en matière de développement durable et d'assurer un accueil responsable des croisiéristes.

Cadre d'acceptabilité sociale

Résumé :

Création d'un cadre d'acceptabilité sociale et déploiement de premières mesures

Objectifs :

- Mesure 8 - Faire de nos conditions d'accueil un levier facilitant les comportements responsables de la part des passagers
- Mesure 10 - Participer à faire du dd un sujet incontournable du secteur des croisières et mettre les parties prenantes dans une position de contributeurs à notre stratégie
- Mesure 12 - Communiquer régulièrement et de manière transparente sur nos enjeux de dd et nos résultats

Résultats :

- ✓ Les escales ont reçu un support financier important afin de concrétiser leurs aspirations en matière de développement durable et d'assurer un accueil responsable des croisiéristes.

Les Courants Durables du Saint-Laurent

Résumé :

Création d'une communauté de pratiques dédiée au développement durable :
Les Courants Durables du Saint-Laurent

Objectifs :

- Mesure 10 - Participer à faire du dd un sujet incontournable du secteur des croisières et mettre les parties prenantes dans une position de contributeurs à notre stratégie

Résultats :

- ✓ Débutant en février 2025, ces rencontres sont dédiées aux échanges des membres de CSL par rapport aux différentes pratiques, défis et opportunités liés au tourisme durable du secteur des croisières internationales. Les rencontres ont lieu une fois par mois.

Tableau de bord avec indicateurs

Résumé :

Création d'un tableau de bord avec des indicateurs reflétant la performance de la destination de manière alignée sur les principes du développement durable (indicateurs économiques, sociaux, environnementaux, de gouvernance)

Objectifs :

- Mesure 10 - Participer à faire du dd un sujet incontournable du secteur des croisières et mettre les parties prenantes dans une position de contributeurs à notre stratégie
- Mesure 12 - Communiquer régulièrement et de manière transparente sur nos enjeux de dd et nos résultats

Résultats :

- ✓ Développement d'un outil de mesure pour toute la destination afin de suivre l'évolution de nos objectifs en termes de développement durable.

Formation à nos membres

Résumé :

Formation *Intelligence émotionnelle, diversité et communication d'impact* offerte à tous nos membres

Objectifs :

- Mesure 8 - Faire de nos conditions d'accueil un levier facilitant les comportements responsables de la part des passagers
- Participer à faire du dd un sujet incontournable du secteur des croisières et mettre les parties prenantes dans une position de contributeurs à notre stratégie

Résultats :

- ✓ Animée par une professionnelle RH, cette formation visait à améliorer la communication inclusive et la sensibilisation à la diversité de nos membres.

Participer activement aux activités DD de l'industrie

Résumé :

Participation de CSL aux différents événements, comités, formations, groupes de travail, cohortes en tourisme durable au Québec

Objectifs :

- Mesure 10 - Participer à faire du dd un sujet incontournable du secteur des croisières et mettre les parties prenantes dans une position de contributeurs à notre stratégie
- Mesure 11 - S'intégrer pleinement au sein des acteurs du fleuve Saint-Laurent, au-delà du secteur des croisières

Résultats :

Croisières du Saint-Laurent a, entre autres, terminé avec succès la cohorte d'adaptation en changement climatique dirigée par Ouranos, de plus que le Parcours DD en tourisme de l'Alliance touristique.

Veille stratégique

Résumé :

Déploiement d'un bulletin de veille stratégique pour outiller l'équipe de CSL et la destination. Le bulletin est envoyé 1 fois par mois aux membres de CSL.

Objectifs :

- Mesure 10 - Participer à faire du dd un sujet incontournable du secteur des croisières et mettre les parties prenantes dans une position de contributeurs à notre stratégie

Résultats :

- ✓ L'équipe de PHAR dirige cette veille sur 3 axes d'information : axe 1 = Meilleures pratiques et réglementation en développement durable observées dans les destinations de croisières internationales ; axe 2 = Innovations et nouveaux concepts dans le domaine ; axe 3 = Données / collecte de données - Outils de mesure pour le domaine des croisières.

Biodiversité et écosystème du Saint-Laurent

Résumé :

René Trépanier, directeur général de Croisières du Saint-Laurent, est vice-président du conseil d'administration du Fonds d'Action Saint-Laurent, dont la mission est de favoriser la conservation des écosystèmes, du patrimoine et du maintien des usages du fleuve Saint-Laurent et de ses tributaires, au profit de la population.

Objectifs :

- Mesure 6 - Protéger et contribuer à la restauration de la biodiversité sur laquelle repose l'industrie des croisières.

Résultats :

- ✓ Le FASL favorise la conservation des écosystèmes et le maintien des usages du fleuve Saint-Laurent et de son golfe, en soutenant des projets de préservation, de mise en valeur et de réhabilitation du fleuve, ainsi que des projets d'éducation et de sensibilisation aux enjeux du fleuve Saint-Laurent. Les projets soutenus respectent l'approche de concertation, de conciliation et d'ancrage territoriale.



Orientation triennale 4 : Gouvernance

Évaluation et satisfaction des membres

Résumé :

Un sondage mené en 2024-2025 auprès des membres de CSL pour mesurer leur satisfaction sur les services offerts.

Objectifs :

- Mesure 1 - Mesurer la satisfaction des membres

Résultats :

- ✓ Taux de participation élevé (75 %).
- ✓ 82 % des membres satisfaits ou très satisfaits.
- ✓ Fort succès des formations (90 %), réseautage (85 %) et marketing (78 %).
- ✓ Besoin d'améliorer la communication (67 %), la diversité des formations (72 %) et le soutien marketing (70 %).

Rencontres individuelles des membres

Résumé :

Consultations avec les escales pour intégrer leurs retours dans le plan stratégique, en privilégiant des pratiques écoresponsables.

Objectifs :

- Mesure 1 - Mesurer la satisfaction des membres

Résultats :

- ✓ Participation active des escales régionales.
- ✓ Partage des objectifs communs d'augmentation de l'achalandage et de respect environnemental.
- ✓ Renforcement des liens et d'une approche inclusive.

Comité Ressources humaines (RH)

Résumé :

Gérer les politiques RH, la performance, la relève et le bien-être des employés.

Objectifs :

- Mesure 5 - S'assurer du bien être des employés

Résultats :

- ✓ Trois réunions avec consultante externe.
- ✓ Adoption d'un programme de bonification basé sur des critères SMART.
- ✓ Évaluations menées avec ajustement des responsabilités.
- ✓ Plan de relève interne élaboré.
- ✓ Mise à jour des politiques internes.

Comité Éthique & Gouvernance

Résumé :

Promouvoir la conformité, l'intégrité et une bonne gouvernance dans l'organisation.

Objectifs :

- Mesure 2 - Évaluer l'état de la gouvernance
- Mesure 3 - Élaborer une vision 2030-2040-2050
- Mesure 4 - Mettre à jour la gouvernance

Résultats :

- ✓ Trois réunions tenues.
- ✓ Révision des politiques de délégation, confidentialité et remboursements.
- ✓ Limitation des pouvoirs financiers (DG et directeurs).
- ✓ Budget de 10 000 \$ pour soutenir les escales éloignées.
- ✓ Création d'un calendrier annuel des événements.
- ✓ Proposition d'ouverture de sièges supplémentaires au conseil.

Comité des opérations

Résumé :

Soutenir le développement des escales en améliorant l'accueil des passagers et les services portuaires, avec les échanges et le partage de bonnes pratiques entre les escales, tour-opérateurs et agents maritimes.

Objectifs :

- Mesure 1 - Mesurer la satisfaction des membres

Résultats :

- ✓ 12 réunions virtuelles réalisées
- ✓ Identification de problématiques communes (flux passagers, transport, attentes).
- ✓ Développement de stratégies pour une croissance responsable et un accueil durable.
- ✓ Création de comité à la suite des rencontres du comités des opérations
- ✓ Création d'une alternance entre comité des opérations général et chefs d'escale.

Groupes de travail

a. Affaires légales

Résumé :

Influencer les partenaires gouvernementaux pour obtenir des assouplissements à la loi sur le cabotage, favorisant le développement des croisières.

Objectifs :

- Mesure 1 - Mesurer la satisfaction des membres

Résultats :

- ✓ Analyse des contraintes liées au cabotage et aux opérations.
- ✓ Proposition d'itinéraires adaptés pour 2027.
- ✓ Sensibilisation aux retombées économiques hivernales.
- ✓ Collecte de données économiques en cours.
- ✓ Collaboration avec avocats spécialisés.

b. Structuration des frais portuaires

Résumé :

Analyser et proposer des solutions pour une tarification claire, compétitive et cohérente des services portuaires.

Objectifs :

- Mesure 1 - Mesurer la satisfaction des membres

Résultats :

- ✓ Analyse d'une étude comparative avec d'autres ports, dont en Colombie-Britannique et en Europe.
- ✓ Proposition d'un frais passager uniforme
- ✓ Proposition d'un tarif forfaitaire pour les annulations.
- ✓ Dialogue engagé avec les parties prenantes et pilotes.
- ✓ Identification des défis pour une stratégie tarifaire unifiée.



Projet spécial : Croisières hivernales

Résumé :

Ce projet visait à bonifier l'offre touristique des croisières au Québec en mettant de l'avant une nouvelle offre de croisière hivernale incluant des excursions écoresponsables proposant du transport durable, des activités de plein air et en impliquant une participation active des communautés autochtones.

Coordonné par Croisières du Saint-Laurent, il a permis de soutenir dix entreprises touristiques incluant 5 escales de croisières du Saint-Laurent soit les Îles-de-la-Madeleine, Gaspé, Sept-Îles, Saguenay et Québec.

Près de 800 000\$ ont été investis par Développement économique Canada pour la mise en place d'infrastructures (ex : stations d'accueil), l'achat d'équipements, et les frais de coordination et de gestion assumés dans le cadre de ce projet qui totalise des investissements totaux de près de 1 030 000 \$.

Objectifs :

Orientation 1 : Croissance économique responsable (marketing)

- Mesure 1 - Accroître les dépenses directes des cie et des passagers
- Mesure 2 - Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
- Mesure 3 - Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination,
- Mesure 4 - Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons,
- Mesure 5 - Accroître le nombre d'embarquements et de débarquements complets

Orientation 2 : Politique d'accueil durable

- Mesure 2 - Performer dans la politique d'accueil durable
- Mesure 3 - Accroître le nombre de passagers en tours guidés
- Mesure 4 - Accroître le nombre de tours orientés DD dans chaque escale

Orientation 3 : Développement durable

- Mesure 1 - Encourager l'achat local auprès des compagnies de croisière et des passagers,
- Mesure 2 - Faire la promotion d'attractions touristiques écoresponsables et d'obnl locaux auprès des passagers
- Mesure 3 - Faire rayonner les communautés et cultures locales à travers des activités,
- Mesure 4 - Maximiser les retombées économiques de l'offre touristique des croisières
- Mesure 9 - Placer les différentes cultures du Saint-Laurent au centre de l'expérience du passager

Orientation 4 : Positionnement 2030 et gouvernance

- Mesure 1 - Mesurer la satisfaction des membres

Résultats :

- ✓ Plus d'1M\$ en investissement dans plusieurs régions du Québec
- ✓ 5 escales supportées
- ✓ 10 entreprises supportées
- ✓ Création de 25 nouvelles excursions
- ✓ Acquisition d'équipement hivernal



Cap sur 2025-2026

L'année 2025-26 marque la deuxième année de mise en œuvre du plan stratégique 2024-27 de Croisières du Saint-Laurent. Elle s'annonce comme une période d'intensification des efforts, avec des actions concrètes alignées sur nos quatre grandes orientations stratégiques.

Principales actions prévues

Croissance économique responsable

L'organisation maintiendra son partenariat stratégique avec Access Cruise, notamment par l'organisation de rencontres ciblées avec les compagnies de croisières. Elle assurera une présence active dans les principaux salons de l'industrie, tels que Seatrade Cruise Global, le Symposium CCNE à Halifax, Seatrade Europe à Hambourg et CLIA Cruise Forward. Des tournées de familiarisation ciblées seront également réalisées. Par ailleurs, des efforts soutenus seront consacrés à la mise à jour des outils promotionnels, à l'optimisation des plateformes numériques et à la réalisation de projets de recherche portant sur les retombées économiques hivernales, la législation sur le cabotage, la gestion des données et la planification d'itinéraires.

De plus, dans le cadre de nos efforts pour accroître la visibilité et la performance de la région Canada Nouvelle-Angleterre, un programme de développement du réseau de distribution visera à travailler directement avec les équipes marketing et ventes des compagnies de croisières afin d'outiller et mobiliser les agents de voyage autour du Saint-Laurent. Les actions prévues incluent des campagnes de

formation et de sensibilisation en collaboration avec les compagnies de croisières, la création de contenus co-marqués à destination des réseaux de distribution le tout pour stimuler les ventes et l'organisation de présentations ciblées auprès d'agents influents dans les marchés clés. Ce programme est conçu pour générer de la demande concrète sur les itinéraires existants, en assurant une meilleure compréhension et promotion de notre région au sein des canaux de vente des compagnies.

Best Bienvenue – Politique d'accueil durable

Le réseau performance, animé par Guy Dalphond, sera reconduit afin d'accompagner les escales dans l'amélioration continue de leurs pratiques. Des formations spécifiques sur l'expérience terrestre seront également offertes aux escales, dans le but de renforcer la qualité de l'accueil et l'intégration des principes de durabilité.

Développement durable

L'année 2025-2026 sera celle du déploiement du projet « Écrans », visant entre autres à sensibiliser les croisiéristes aux comportements écoresponsables. La stratégie d'achat local sera consolidée, tout comme l'accompagnement des escales dans leurs démarches de durabilité. Un suivi rigoureux de l'acceptabilité sociale sera assuré à l'aide de sondages et d'un indice de confiance. La communauté de pratiques « Les Courants Durables » poursuivra ses activités mensuelles, et un nouveau bilan annuel de développement durable sera produit, accompagné d'une mise à jour de la stratégie.

Gouvernance et vision 2030

Plusieurs chantiers structurants seront menés, incluant la mise à jour des règlements généraux, du manuel de l'employé et des catégories de membres. Un plan de gouvernance renouvelé sera élaboré, en cohérence avec les défis à venir. Enfin, le comité RH poursuivra ses travaux, notamment en lien avec la planification de la transition du directeur général.

Une année d'action et de collaboration

L'année 2025-26 sera marquée par la concrétisation de projets structurants, le renforcement des partenariats et la mobilisation de nos membres autour d'objectifs communs. Portée par l'engagement de toutes les parties prenantes, cette nouvelle étape consolidera notre ambition collective de faire du Saint-Laurent une destination exemplaire, durable et accueillante.