

RAPPORT ANNUEL



2025-2026



CROISIÈRES
DU SAINT-
LAURENT

Table des matières

1. Mot de la présidente	3
Mot du directeur général sortant	5
Vie associative	7
Mission	7
Valeurs	7
Exercice financier	7
Firme comptable	8
Fournisseurs de services	8
Notre équipe dédiée	9
Employés	9
Conseil d'administration	10
Membres réguliers	11
Membres corporatifs	12
Partenaires stratégiques	13
Adhésions	13
Planification stratégique 2024-2027	14
Évolution de l'achalandage	15
Orientation triennale 1 : Croissance économique responsable (Marketing)	16
Stratégie compagnies de croisières	17
Salons	17
Matériel promotionnel	20
Sollicitation directe	24
Stratégie réseau de distribution	25
Salon	25
Développement et recherche	28
Orientation triennale 2 : Politique d'accueil durable	31
Orientation triennale 3 : Développement durable	32
Orientation triennale 4 : Gouvernance	38
Projet spécial : Croisières hivernales	41
Cap sur 2026-2027	43
Mot de la nouvelle directrice générale	46



1. Mot de la présidente

Chers membres, partenaires et collaborateurs,

L'année 2025-2026 aura été marquée par des avancées significatives pour l'avenir des croisières sur le Saint-Laurent. Fidèles à la vision définie dans notre plan stratégique 2024-2027, nous avons poursuivi nos efforts afin de renforcer la compétitivité, l'attractivité et la durabilité de notre destination, tout en consolidant les partenariats qui font la force de notre réseau.

Alors que l'industrie des croisières retrouve progressivement une trajectoire de croissance, il est plus que jamais essentiel de positionner le Saint-Laurent afin de reprendre des parts de marché et de saisir les nouvelles occasions de développement. Dans un contexte de forte concurrence entre les destinations, notre capacité à nous démarquer par une offre concertée, performante et durable constitue un avantage stratégique déterminant.

Parmi les réalisations les plus structurantes de la dernière année, la mise en œuvre de notre nouvelle stratégie auprès du réseau de distribution a permis de rallier les destinations membres de l'alliance Canada Nouvelle-Angleterre autour d'une vision commune. Cette approche collaborative nous dote désormais d'une véritable stratégie 360°, offrant une force de frappe complète auprès du marché des croisières. En agissant de manière coordonnée auprès des agents de voyage, des conseillers spécialisés, des tour-opérateurs et des principaux acteurs de la distribution, nous renforçons le positionnement de notre destination auprès des marchés ciblés et maximisons notre capacité à influencer les décisions des voyageurs. Cette mobilisation sans précédent démontre la capacité de notre industrie à travailler ensemble afin de saisir les opportunités de croissance dans un environnement touristique en constante évolution.

L'année a également été marquée par des annonces gouvernementales majeures qui témoignent de la confiance accordée au potentiel de développement de notre industrie. Nous avons accueilli très favorablement l'investissement additionnel de 4,6 millions de dollars du gouvernement du Québec dans l'enveloppe du Programme d'incitatif au développement des liaisons aériennes, désormais élargie afin d'inclure le développement des croisières au Québec. Cette bonification constitue un levier important pour soutenir l'attraction de nouvelles clientèles, accroître notre compétitivité et favoriser la croissance durable de notre secteur.

Ces réalisations s'ajoutent aux nombreux projets menés par nos membres et partenaires pour enrichir l'expérience des visiteurs, développer une industrie toujours plus responsable et générer des retombées positives dans les communautés riveraines. Elles démontrent également que notre vision de développement s'inscrit dans la durée et qu'elle repose sur une mobilisation forte de l'ensemble de l'écosystème.

Je tiens également à remercier chaleureusement les membres du conseil d'administration pour leur engagement, leur rigueur et leur leadership tout au long de cette année particulièrement chargée. Votre implication a permis de poursuivre la mise en place de hauts standards de gouvernance et d'éthique, tout en guidant l'Association dans des décisions stratégiques importantes. Votre collaboration, votre confiance et votre vision contribuent directement à la crédibilité et au succès de notre organisation.

Enfin, merci à toutes et à tous, membres, partenaires et collaborateurs, pour votre confiance, votre engagement et votre passion. C'est grâce à votre contribution que nous continuons de faire rayonner le Saint-Laurent ici comme à l'international et que nous bâtissons ensemble l'avenir de notre industrie.



Marie-Andrée Blanchet
Présidente | Croisières du Saint-Laurent

Mot du directeur général sortant

Chers membres, partenaires et amis du Saint-Laurent,

Alors que je termine mon parcours à la direction générale de Croisières du Saint-Laurent, c'est avec beaucoup de fierté et d'émotion que je regarde le chemin parcouru collectivement au cours des vingt dernières années.

Lorsque j'ai accepté ce défi en 2005, je connaissais déjà bien le Saint-Laurent, que j'avais eu le privilège de promouvoir tout au long de ma carrière. J'étais convaincu que ce fleuve exceptionnel avait tout pour séduire les visiteurs du monde entier. Aujourd'hui, cette conviction est devenue une réalité partagée par l'ensemble de notre industrie. Grâce au travail concerté des escales, des partenaires, des gouvernements et des compagnies de croisières, le Saint-Laurent s'est imposé comme une destination de calibre international, accueillant aujourd'hui quatre fois plus de visiteurs qu'à mes débuts.

Je suis particulièrement fier des liens tissés au fil des ans avec nos partenaires d'ici et d'ailleurs. Cette année encore, la mise en place de la stratégie de réseau de distribution avec nos partenaires de Canada Nouvelle-Angleterre démontre la force de la collaboration et notre capacité à nous unir autour d'une vision commune pour mieux rejoindre les agents de voyage et accroître l'attractivité de notre destination.

Je retiendrai également l'aboutissement de projets qui semblaient autrefois ambitieux, voire impossibles. L'arrivée des premières croisières hivernales sur le Saint-Laurent en 2025 restera pour moi un moment inoubliable. Elle témoigne de la persévérance et de l'audace qui caractérisent notre réseau. Je suis tout aussi fier du virage durable entrepris par notre organisation, qui a permis de mobiliser l'ensemble des acteurs autour d'une même vision : assurer un développement harmonieux des croisières tout en protégeant ce milieu naturel unique qu'est le Saint-Laurent.

Au moment de tourner cette page, je souhaite remercier sincèrement toutes les personnes qui ont contribué à cette aventure : les membres du conseil d'administration, présents et passés, les équipes de Croisières du Saint-Laurent, les escales, les partenaires, les élus et les nombreux collaborateurs qui ont partagé cette passion avec moi. Les réalisations de notre organisation

sont le résultat d'un effort collectif porté par des gens profondément engagés envers notre fleuve.

Plus que tout, je retiens les rencontres, les amitiés et les passions partagées. Parce qu'au fond, ce qui m'a animé durant toutes ces années, ce n'était pas seulement le développement d'une industrie, mais le désir de faire découvrir et aimer le Saint-Laurent.

Je quitte mes fonctions avec confiance et sérénité, convaincu que l'avenir de Croisières du Saint-Laurent est entre bonnes mains et que les prochaines années seront porteuses d'opportunités extraordinaires pour notre destination.

Merci pour votre confiance, votre engagement et votre passion.

A handwritten signature in black ink, reading "René Trépanier". The signature is stylized, with a large, sweeping initial "R" and a long, horizontal stroke extending from the end of the name.

René Trépanier
Directeur général | 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 regroupe 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 2025-2026, qui s'étend du 1er avril 2025 au 31 mars 2026. Cette période a été caractérisée par le début de la stratégie de réseau de distribution.

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 possédant 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.

Communication :

- TACT
- Julie Gagnon Communications
- Sensei Media

Solutions Web et systèmes

statistiques :

- Vertisoft
- Le groupe Sygif

Consultation et services :

- Access Cruise
- Creative Assassin

Développement et recherche :

- Aiseo Conseil
- DFSA (Daniel Fournier, Gestion de l'expérience client)
- Panorama média
- Phar veille stratégique
- Ellio
- Guy Dalphond

Comptabilité

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



Notre équipe dédiée

Forte d'une équipe expérimentée et spécialisée, Croisières du Saint-Laurent peut compter sur l'engagement précieux de ses membres et partenaires pour faire progresser l'industrie. Cette collaboration soutenue nous permet de consolider notre positionnement sur les marchés, de bonifier notre offre touristique et de promouvoir un développement durable qui enrichit l'expérience des visiteurs tout en préservant notre patrimoine.

Croisières du Saint-Laurent tient à remercier Nancy Houley, qui a quitté l'équipe en cours d'année financière, pour son apport important à notre organisation.

Employés

1. **René Trépanier** : Directeur général
2. **Nancy Houley** : Directrice du développement des affaires
3. **Karine Blais** : Directrice des opérations
4. **Valérie Patry** : Conseillère en développement durable et communication

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 & développement international - Port de Québec
2. **Trésorière** : Priscilla Nemey, Directrice générale, Promotion Saguenay
3. **Secrétaire** : Odessa Thériault, Directrice générale - Port de Havre-Saint-Pierre
4. **Administrateur** : Philippe Bertout, Directeur Grand Quai et croisières - Port de Montréal
5. **Administrateur(trice)** :
 - a. Suzanne Cassista, Cheffe d'escale - Destination Sept-Îles Nakauinanu ; *(1 avril 2025 au 28 août 2025)*
 - b. Pascale Rémillard, Directrice générale - Destination Gaspé / Escale Gaspésie *(24 août 2025 au 15 janvier 2026)*
 - c. Poste vacant ; *(16 janvier au 25 avril 2026)*
 - d. Igor Urban, Directeur général adjoint - Destination Gaspé / Escale Gaspésie ; *(26 avril 2026 à ce jour)*

Au cours de la période 2025-2026, le conseil d'administration a organisé six 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, des villes ou municipalités, ou toute autre organisation responsable de l'accueil des navires de croisière, de la gouvernance, des ressources, des infrastructures et des procédures en lien avec les opérations d'accueil des navires de croisière. La tarification de leur adhésion est établie à partir d'un plancher de base et selon un modèle de volume de passagers. En 2025-2026, nos membres réguliers sont :

MEMBRES		DÉLÉGUÉ OFFICIEL 2025-26
CATÉGORIE A		
MEMBRES RÉGULIERS DESTINATION (VOTANT)	Port de Montréal	Philippe Bertout
	Tourisme Montréal	Geneviève Archambault
	Port de Québec	Marie-Andrée Blanchet
	Destination Québec Cité	Simon Marinier
	Promotion Saguenay	Priscilla Nemey
	Port de Saguenay	Carl Laberge
CATÉGORIE B		
MEMBRES RÉGULIER ESCALE (VOTANT)	Croisières Baie-Comeau	Elizabeth Moreau
	Destination Sept-Îles Nakauinanu	Suzanne Cassista
	Port de Havre-Saint-Pierre	Odessa Thériault
	Escale Îles de la Madeleine	Denis Bourque
	Innovation et développement économique de Trois-Rivières	Daniel Rioux
	Escale Gaspésie	Pascale Rémillard

Membres corporatifs

Les membres corporatifs de CSL sont des organisations ou entreprises bénéficiant directement de l'industrie des croisières et offrant des services directs aux compagnies de croisière ou aux fournisseurs de services en lien avec les opérations d'accueil des navires de croisière. En 2025-2026, les membres corporatifs sont :

CATÉGORIE C		
MEMBRES CORPORATIFS (VOTANT)	Destination North America	John Matte
	Lola	Simon de Repentigny
	Mc Lean Kennedy	Dan Karageorge
	Ramsey Greig & Cie Ltée	

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 2025-26, les partenaires stratégiques sont :

CATÉGORIE D		
PARTENAIRES ASSOCIÉS (NON- VOTANT)	Parcs Canada	Hugues Michaud
	SÉPAQ	Francis Vallée
	Armateurs du Saint-Laurent	Saul Polo

Partenaires stratégiques

Les partenaires stratégiques sont des destinations, ports, régions géographiques, provinces 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 2025-2026, les partenaires stratégiques sont :

CATÉGORIE		
PARTENAIRES STRATÉGIQUES (NON-VOTANT)	Collectivité territoriale Saint-Pierre et Miquelon	Béatrice Les coublots
	The Great Lakes Cruise Association	Stephen Burnett

Adhésions

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

1. L'Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ)
2. Cruise Line International Association (CLIA)
3. Fédération Maritime du Canada
4. Tourisme durable Québec
5. Sodes
6. Armateurs du Saint-Laurent
7. Association des administrations portuaires canadiennes (AAPC)

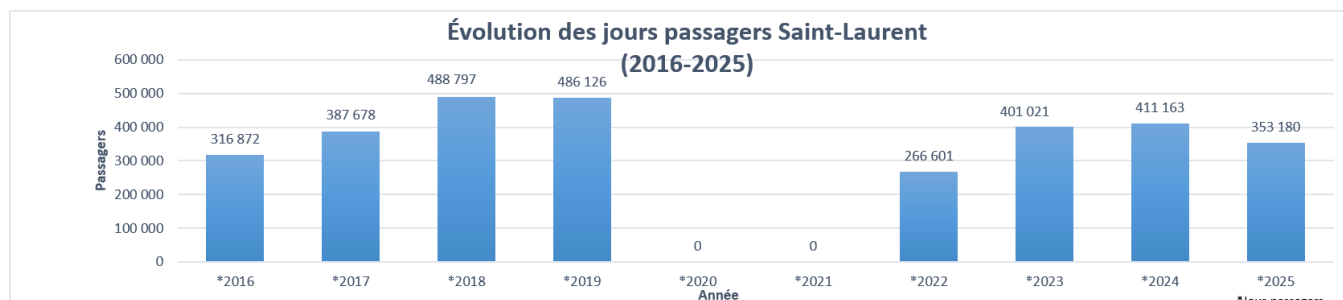


Planification stratégique 2024-2027

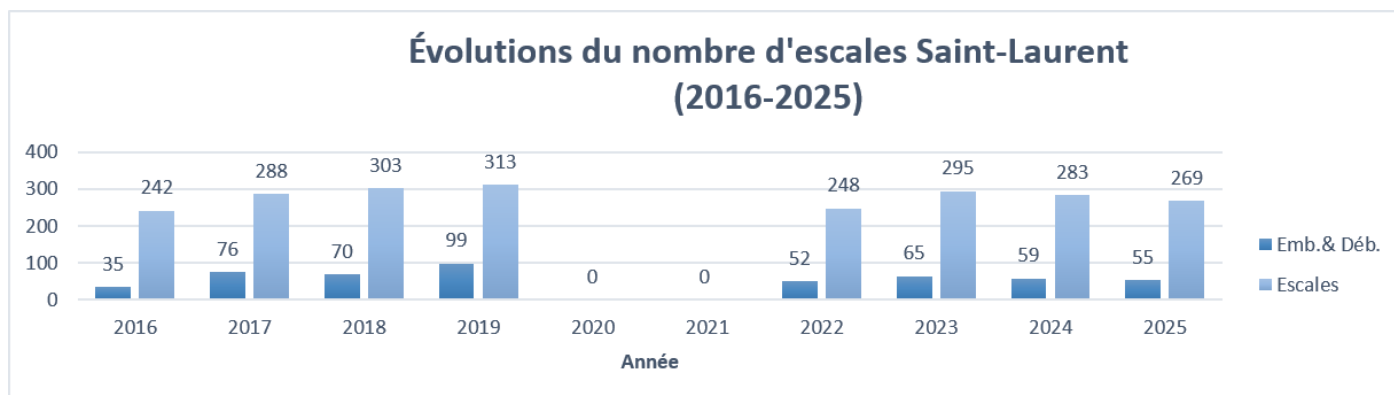
Au cours de l'année 2025-2026, CSL a poursuivi le travail vers la réalisation de son plan stratégique 2024-2027. Structuré autour de quatre grandes orientations — la croissance économique responsable, l'ancrage de la marque Best bienvenue, le leadership en développement durable et une gouvernance agile — 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 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 2025, nous avons eu un total de 353 180 jours-passagers, soit une baisse de 14,10 % par rapport à la saison 2024.



Quant au nombre d'escales et d'opérations d'embarquement et de débarquement, nous avons eu 269 escales et 55 embarquements-débarquements, soit un total de 324 opérations, ce qui représente une légère baisse de 5,26 % par rapport à l'année dernière.





Orientation triennale 1 : Croissance économique responsable (Marketing)

Mesures

1. Accroître les dépenses directes des compagnies et des passagers en fonction des attentes des escales
2. Accroître le nombre de jours d'escale pour la destination
3. Accroître le nombre de jours-passagers pour la destination
4. Obtenir les plans stratégiques des escales
5. Accroître les jours d'escales sur plusieurs saisons
6. Évaluer l'impact économique local
7. Augmenter le nombre d'embarquements et de débarquements complets
8. Se doter d'un plan marketing

Stratégie compagnies de croisières

Salons

a. Seatrade Cruise Global à Miami

Résumé :

Nous avons participé au plus grand salon des croisières internationales, qui s'est tenu du 5 au 10 avril 2025 à Miami. Notre présence s'est déclinée sous différentes formes, notamment grâce au kiosque Canada-Nouvelle-Angleterre. Nous avons organisé des rendez-vous de groupe et individuels avec les compagnies de croisière. De plus, nous avons participé à des activités de réseautage pour nos membres, telles que les événements suivants : le souper Destinations Amérique du Nord, le brunch Cruise Professional Advisor's Alliance (CPAA), le luncheon Cruise Canada New England, ainsi que les rendez-vous individuels organisés par la CPAA.

Objectifs :

- Mesure 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ Participation à 8 événements lors du salon
- ✓ Visibilité du Saint-Laurent en tant que panéliste lors des conférences
- ✓ Participation à 12 rencontres individuelles avec les représentants de compagnies de croisières
- ✓ Participation de 27 de nos membres au salon

b. Symposium Cruise Canada New England à Halifax

Résumé :

Le Symposium Canada New England a eu lieu à Halifax du 9 au 11 juin 2025 (65^e édition). L'événement a accueilli 175 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 des 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.

Objectifs :

- Mesure 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ Rencontre avec 175 partenaires de l'industrie.
- ✓ Rencontres individuelles avec 31 représentants de compagnies de croisières
- ✓ Visibilité du Saint-Laurent en tant que panéliste lors des conférences
- ✓ Participation de 35 de nos membres au salon

c. Seatrade Europe à Hambourg & CLIA Ports & Destinations Dialogue

Résumé :

Salon des croisières internationales tenu du 8 au 12 septembre 2025 à Hambourg, en Allemagne, où nous avons rencontré des compagnies de croisière principalement européennes qui, dans plusieurs cas, ne participent pas au Seatrade Cruise Global de Miami. De plus, le Seatrade Europe est jumelé au CLIA Ports & Destinations Dialogue : grâce à notre adhésion, nous obtenons des rendez-vous avec les compagnies de croisière. Access Cruise nous a aidés dans l'organisation et la prise de rendez-vous, et nous a permis d'être conférenciers lors d'un panel (« Year-Round Cruising: Maximising Destination Potential and Extending Seasons »), ce qui nous a donné davantage de visibilité. Nous avons aussi participé à des activités de réseautage organisées par Seatrade.

Objectifs :

- Mesure 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ Participation à 2 événements lors du salon
- ✓ Participation à 15 rencontres individuelles avec les représentants de compagnies de croisières
- ✓ Participation de 3 de nos membres au salon
- ✓ Participation à titre de panéliste sur le développement des basses saisons et, plus spécifiquement, sur l'hiver

d. CLIA Cruise Forward à Miami

Résumé :

Salon des croisières internationales tenu du 4 au 7 novembre 2025 à Miami. Ce salon permet de rencontrer des clients et des partenaires de l'industrie, ainsi que des représentants gouvernementaux et environnementaux des compagnies de croisière. Nous avons aussi participé à des activités de réseautage et à des conférences.

Objectifs :

- Mesure 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ Participation à 2 événements lors du salon
- ✓ Participation à 8 rencontres individuelles avec les représentants de compagnies de croisières
- ✓ Participation de 2 de nos membres au salon

e. Tournée de familiarisation

Résumé :

Organisation d'une tournée de familiarisation pour Lindblad Expeditions du 5 au 9 juin 2025. C'est la première fois que cette compagnie de croisières visite plus d'un port dans le Saint-Laurent avec l'ajout d'un nouvel itinéraire. Visite des escales de la Côte-Nord.

Objectifs :

- Mesure 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ Visite de 3 escales du Saint-Laurent ;
- ✓ 1 représentant de Linblad Expedition présent ;
- ✓ Développement de 4 nouveaux tours.

Matériel promotionnel

a. Développement et mise à jour de matériel (Programme COOP)

Pour faire suite à notre stratégie de réseau de distribution, nous avons besoin d'un grand nombre d'images pour aider à la production d'outils, de présentations diverses et de publicités. Nous avons lancé le programme coop images en collaboration avec nos escales. 50 % du contrat était financé via l'entente de subsidiarité. Les escales ont pu acheter des photos ou octroyer un contrat à un photographe. Les besoins en photos ont été déterminés au préalable et des catégories ont été énumérées. Nous avons aussi optimisé nos sites web et notre médiathèque « Frame.io » afin de faciliter l'amélioration et le partage des images.

Objectifs :

- Mesure 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ -8 escales sur 9 se sont prévaluées du programme coop ;
- ✓ Acquisition de plus de 200 nouvelles photos des escales ;
- ✓ Mise à jour et maintien des 2 sites Web.

b. Plan de communication

Résumé :

En 2025, nous avons présenté le plan de communication réalisé par l'agence TACT à nos membres lors d'une rencontre en présentiel à Saguenay. Nous avons par la suite commencé à appliquer certaines recommandations, mais avons convenu que le déploiement complet du plan devrait être retardé en raison de la situation financière et des ressources humaines de l'équipe de CSL.

Lors d'un dépôt de projet au volet collectif de l'EPRTNT, il a été convenu que le déploiement du plan de communication allait faire partie intégrante de notre demande de subvention, afin d'obtenir les moyens de nos ambitions.

Objectifs :

- Mesure 8

Résultats :

- ✓ Présentation du plan de communication à nos membres
- ✓ Dépôt d'un projet à l'EPRTNT incluant le déploiement du plan de communication

c. Médias sociaux

Résumé :

En 2025-2026, Croisières du Saint-Laurent a repris la gestion des médias sociaux et des communications à l'interne. Nous avons, entre autres, publié une série d'articles afin de souligner les 25 ans de notre association. Nous avons également publié une entrevue avec René Trépanier afin de souligner ses 20 ans de carrière au sein de notre organisation. Une campagne sur l'acceptabilité sociale des croisières internationales a également été déployée, et les résultats ont été communiqués publiquement.

Objectifs :

- Mesure 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ 4 articles dans la section « pour un tourisme durable sur le Saint-Laurent » de notre site web
- ✓ 6 articles dans la section « nouvelles » de notre site web
- ✓ Plus de 10 000 impressions sur LinkedIn

d. Relations de presse

Résumé :

CSL a octroyé un mandat en tout début d'année à Julie Gagnon, puis a repris à l'interne la gestion des relations de presse. Au total, deux communiqués de presse ont été relayés sur le fil de presse. Pour obtenir les revues de presse, veuillez faire la demande auprès de CSL.

Objectifs :

- Mesure 6

Résultats :

- ✓ Annonce de l'étude de retombée économique
- ✓ 5 entrevues accordées au niveau national
- ✓ Annonce du bilan de fin d'année 2025
- ✓ 5 entrevues accordées au niveau national

e. Sites Web

Résumé :

Cette année marque le début de la stratégie de réseau de distribution avec les partenaires Canada–Nouvelle-Angleterre. Le site Web de CSL a été alimenté et mis à jour principalement au chapitre du développement durable mais aussi au niveau des nouvelles et des études. Notre site Web Canada–Nouvelle-Angleterre sera révisé l'an prochain afin de répondre aux objectifs de la stratégie de réseau de distribution.

Objectifs :

- Mesure 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ Site Web Saint-Laurent ;
 - 34 127 visiteurs ; augmentation de 29,18 % d'augmentation par rapport à l'année dernière.
 - Provenance ; La majorité des visiteurs soit 60,8% viennent du Canada (20 719 visiteurs), en 2^e position, avec 13,29% viennent de la Chine (4 447 visiteurs) et, en 3^e position, avec 11,67% viennent des États-Unis (3 947 visiteurs).
- ✓ Site web Canada New England :

- 35 714 visiteurs ; augmentation de 25.15% par rapport à l'année dernière.
- Provenance ; La majorité (soit 68,65%) des visiteurs viennent du Canada (24 468 visiteurs) et 15,57% des visiteurs proviennent des États-Unis (5 549 visiteurs). En 3^e position, avec 5,8%, on retrouve la Chine.

Sollicitation directe

a. Contrat avec Access Cruise

Résumé :

Nous avons poursuivi le contrat avec Access Cruise, qui nous aide à maximiser notre présence et à nous représenter auprès des compagnies de croisière. Cette année, Access Cruise nous a aidés à revoir notre stratégie et nos priorités auprès des compagnies de croisière, en déterminant des cibles pour chaque compagnie et pour nos escales. Access Cruise nous aidera dorénavant dans notre stratégie de réseau de distribution et contribuera au développement de partenariats de type coop avec les compagnies de croisière.

Objectifs :

- Mesure 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ Développement de la nouvelle stratégie destinée aux compagnies de croisières ;
- ✓ Collaboration à la stratégie réseau de distribution au niveau des compagnies de croisières ;
- ✓ Organisation de 5 rencontres avec les compagnies de croisières lors du CLIA Cruise Forward
- ✓ 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 lors du Seatrade Cruise Global et Seatrade Europe ;

Stratégie réseau de distribution

L'année 2025-2026 marque un tournant majeur pour Croisières du Saint-Laurent, qui passe d'une stratégie marketing exclusivement B2B — centrée sur l'attraction des compagnies de croisières et l'augmentation des escales, des passagers et des retombées économiques — à une approche structurée autour du réseau de distribution. Face à une concurrence plus visible et mieux organisée depuis la pandémie, l'organisation travaille depuis plus d'un an à mobiliser ses partenaires afin de positionner le Saint-Laurent comme une destination demandée par les passagers, ce qui permettra d'accroître la valeur des cabines, les taux de remplissage et, ultimement, le nombre de navires et les retombées économiques. L'année 2025-2026 a été consacrée à la mise en place de cette stratégie et au ralliement des partenaires, tandis que son déploiement complet est prévu pour 2026-2027.

Salon

a. GTM North America à Fort Lauderdale

Résumé :

Participation au salon GTM North America 10 au 12 juillet 2025 à Fort Lauderdale en Floride. GTM North America est un événement d'élite, accessible uniquement sur rendez-vous, qui met en relation les conseillers en voyages les plus influents avec des fournisseurs touristiques du monde entier lors de rencontres individuelles et de sessions en salle de conférence. Cet événement de style boutique offre une plateforme professionnelle aux meilleurs vendeurs de l'industrie, les incitant à élargir leur portefeuille de fournisseurs et à développer leurs ventes à l'échelle internationale.

Objectifs :

- Mesure 1, 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ Participation de 2 représentants du Saint-Laurent à l'événement;
- ✓ Présentation de la région dans le répertoire du salon;
- ✓ Direction créative pour une publicité pleine page dans le répertoire de GTM North America;
- ✓ Co-branding Saint-Laurent et North Star des sacs à dos incluant de l'information sur le Saint-Laurent destinés aux agents;
- ✓ Présentation du vidéo Saint-Laurent de 3 minutes lors de l'événement;
- ✓ 50 rencontres avec des conseillers en voyages sélectionnés (\$1M USD vente/an requis)

b. On stage avec Holland America

Résumé :

Début d'une série de formations en collaboration avec les Business Development Managers (BDM), ainsi qu'avec le département marketing de la compagnie de croisières Holland America Line et ses meilleures agences de voyages. Cette série de quatre formations a eu lieu du 3 au 7 novembre 2025 dans les États de la Nouvelle-Angleterre : Connecticut, New Hampshire et deux au Massachusetts. Il s'agit d'une série de formations avec incitatifs de vente dans le but de créer une notoriété, de remplir les navires de croisière qui visitent le Saint-Laurent et de créer une demande pour l'avenir.

Objectifs :

- Mesure 1, 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ 190 agents de voyage ont été formés sur notre région
- ✓ Formation sur les produits Holland America et le Saint-Laurent
- ✓ Rabais pour groupe et incitatifs offerts aux meilleurs vendeurs de croisières dans notre région
- ✓ Intérêt pour les croisières dans le Saint-Laurent.

c. Contrat avec Creative Assassin

Résumé :

Creative Assassin, notre nouvelle agence, nous a aidés à créer un plan marketing stratégique afin de faire du Saint-Laurent une destination incontournable, demandée par les voyageurs. Creative Assassin déploiera la stratégie en collaboration avec Access Cruise pour la partie coop avec les compagnies de croisière, et par le biais d'activations partenaires, de médias payants et d'événements.

Objectifs :

- Mesure 2, 3, 5, 7

Résultats :

- ✓ Création de la stratégie réseau de distribution au niveau du réseau de distribution ;
- ✓ Développement d'un plan d'actions et d'un budget pour l'année 2026-2027 ;
- ✓ Organisation des 50 rencontres lors du GTM North America ;
- ✓ Création de la campagne : "Close to Home, Far from Ordinary ;
- ✓ Présentation de la stratégie à plus de 25 membres partenaires de Canada Nouvelle Angleterre.

Développement et recherche

a. Tableau de bord croisières avec MTO

Résumé :

En collaboration avec le ministère du Tourisme (MTO), nous avons créé un [tableau de bord](#) interactif pour présenter les principales variables caractérisant l'activité relative aux escales de navires de croisières internationales au Québec. Le tableau, sous forme de Power BI, permet de consulter le nombre de jours-passagers en escale, en embarquement et en débarquement aux ports d'origine et de destination. Il permet de suivre diverses variables clés dans le temps et de comparer les résultats par port d'escale et par compagnie. Nous avons fourni les données de 2019 à 2024. Chaque année, à la fin de la saison des croisières, nous fournirons les résultats réels au ministère du Tourisme.

Objectifs :

- Mesure 1, 5, 6

Résultats :

- ✓ Données publiques accessibles facilement ;
- ✓ Appuyer les décisions de MTO en matière de financement, promotion et développement ;
- ✓ Justifie les actions de CSL auprès des partenaires et bailleurs de fonds ;
- ✓ Outil stratégique donnant des informations claires et comparables ;
- ✓ Outil de mesure et d'évolution du marché dans le Saint-Laurent ;

b. Étude de retombées économiques hiver

Résumé :

En 2024, Croisières du Saint-Laurent avait mandaté Aviséo 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. Afin de broser un portrait encore plus complet de notre industrie, nous avons octroyé un mandat supplémentaire à Aviséo Conseil afin qu'elle analyse les chiffres des croisières hivernales (hiver 2025). L'étude a été produite comme une annexe à notre étude principale et livrée en septembre 2025. Elle révèle que les premières croisières hivernales internationales sur le Saint-Laurent ont démontré qu'un nombre limité de voyages (5 croisières) peut générer plus de 4 M\$ en retombées économiques, soutenir 56 emplois et renforcer le positionnement du Québec comme destination hivernale distinctive.

Objectifs :

- Mesure 1, 5, 6

Résultats :

- ✓ Les cinq croisières hivernales de Ponant ont généré 4,15 M\$ en valeur ajoutée (PIB) pour l'économie québécoise;
- ✓ Les activités liées aux croisières hivernales ont soutenu 56 emplois équivalent temps complet (ETC), répartis entre les effets directs, indirects et induits.
- ✓ Les croisiéristes et membres d'équipage ont dépensé environ 2,4 M\$, ce qui a généré à lui seul 1,86 M\$ en retombées économiques et soutenu 32 emplois.
- ✓ Avec plus de 1,09 M\$ en retombées économiques et 19 emplois soutenus, la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine arrive en tête des régions bénéficiaires, notamment grâce à la forte fréquentation des ports de Gaspé et des Îles-de-la-Madeleine.
- ✓ Les cinq croisières hivernales ont accueilli environ 575 croisiéristes à bord du Commandant Charcot, avec des escales prolongées dans plusieurs régions du Québec.
- ✓ Les croisières hivernales ont entraîné 577 000 \$ d'investissements portuaires, favorisé l'approvisionnement local, soutenu le développement régional et contribué à la mise en valeur de la culture québécoise ainsi que des expériences autochtones auprès d'une clientèle internationale.

c. Groupe de travail 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, 2, 3, 4, 5

Résultats :

- ✓ 3 réunions du comité
- ✓ Analyse des contraintes liées au cabotage et aux opérations.
- ✓ Discussions avec des partenaires tels que Ponant et CroisiEurope.
- ✓ Proposition d'itinéraires adaptés pour 2027.
- ✓ Sensibilisation aux retombées économiques hivernales.

d. Groupe de travail structuration des frais portuaires

Résumé :

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

Objectifs :

- Mesure 6

Résultats :

- ✓ 3 réunions du comité
- ✓ 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.
- ✓ Consultations et rencontres avec les corporations de pilotes.
- ✓ Identification des défis pour une stratégie tarifaire unifiée.
- ✓ Les travaux du comité sont complétés et la suite relève du comité d'opération de CSL.



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

Mesures :

1. Évaluer le nombre de débarquements des passagers en escale
2. Offrir un accueil de qualité
3. Accroître le nombre de passagers en tours guidés
4. Accroître le nombre de tours orientés DD dans chaque escale
5. Mesurer le taux de satisfaction des passagers

a. Réseau performance avec Guy Dalphond

Résumé :

Poursuite de l'implantation du Qualimètre, tenu d'un réseau performance en présentiel avec les escales, les données au cœur de la réussite.

Objectifs :

- Mesure 2

Résultats :

- ✓ Rencontre de réseau performance les 20 et 21 mai 2025 à Saguenay



Orientation triennale 3 : Développement durable

Mesures :

1. Encourager l'achat local auprès des compagnies de croisières et des passagers.
2. Faire la promotion d'attractions touristiques écoresponsables et d'OBNL locaux auprès des passagers.
3. Faire rayonner les communautés et cultures locales à travers des activités.
4. Maximiser les retombées économiques de l'offre touristique des croisières.
5. Prendre des mesures concrètes en matière de lutte contre les changements climatiques.
6. Protéger et contribuer à la restauration de la biodiversité sur laquelle repose l'industrie touristique.
7. Récompenser les comportements écoresponsables des acteurs clés de la destination.
8. Faire de nos conditions d'accueil un levier facilitant les comportements responsables de la part des passagers.
9. Placer les différentes cultures du Saint-Laurent au centre de l'expérience du passager.
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.
11. S'intégrer pleinement au sein des acteurs du fleuve Saint-Laurent, au-delà du secteur des croisières.
12. Communiquer régulièrement sur nos enjeux de développement durable.

a. Diagnostic et accompagnement

Résumé :

Dans le cadre du projet Destination durable et action concertée, qui s'est terminé en juillet 2025, les 9 escales du Saint-Laurent ont reçu un diagnostic et un accompagnement en matière de développement durable.

Objectifs :

- Mesures 8,10

Résultats :

- ✓ 9 diagnostics et 9 escales accompagnés en développement durable

b. Consultations des parties prenantes de nos escales

Résumé :

Dans le cadre du projet Destination durable et action concertée, qui s'est terminé en juillet 2025, nous avons motivé nos escales à tenir des forums de consultations de leurs parties prenantes.

Objectifs :

- Mesures 10, 12

Résultats :

- ✓ 8 de nos 9 escales ont tenu au moins 1 exercice de consultation ou d'information de parties prenantes.

c. Mise en place d'un projet de communication pour sensibiliser les croisiéristes à une expérience durable sur le Saint-Laurent

Résumé :

Dans le cadre du projet Destination durable et action concertée, qui s'est terminé en juillet 2025, un système de communication par écran a été mis en place dans les 9 escales du Saint-Laurent afin de promouvoir des comportements écoresponsables chez les croisiéristes.

Objectifs :

- Mesures 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 12

Résultats :

- ✓ En collaboration avec Tourisme Autochtone Québec et le Fonds d'action Saint-Laurent, il met de l'avant les communautés autochtones de nos escales et partage de l'information sur la biodiversité et les écosystèmes du fleuve. De plus, il met en valeur les attraits locaux des prochaines escales visitées, dans l'objectif d'augmenter les retombées économiques locales. Certaines escales se sont démarquées avec du contenu personnalisé, comme Québec, qui a fait produire une vidéo mettant en lumière leurs actions en développement durable.

d. Participation active au réseau de ressources en transition climatique (MTO)

Résumé :

Croisières du Saint-Laurent fait partie, depuis le printemps 2025, du réseau de ressources mis en place par le Ministère du Tourisme afin de faire état de notre industrie en matière de transition climatique.

Objectifs :

- Mesures 5, 10, 11, 12

Résultats :

- ✓ 6 rencontres avec les membres du RRTC, début des travaux pour remettre le rapport final en décembre 2026

e. Mise en place d'une plateforme intelligente pour suivre l'évolution de l'acceptabilité sociale des croisières internationales au Québec

Résumé :

Connaître le niveau d'acceptabilité des Québécois vis-à-vis des croisières sur le Saint-Laurent.

Objectifs :

- Mesures 8,10, 12

Résultats :

- ✓ Des sondages ont été réalisés à la fois auprès de la population générale du Québec (500 répondants) et dans les différentes communautés d'accueil des croisières auprès des citoyens. Ces résultats sont intégrés à une plateforme intelligente qui nous permet de questionner la donnée et d'obtenir des recommandations concrètes pour régler les points de friction.

f. Les Courants durable du Saint-Laurent

Résumé :

Des rencontres dédiées à divers sujets pour une destination Saint-Laurent plus durable et concertée.

Objectifs :

- Mesure 10

Résultats :

- ✓ Au total, 9 rencontres ont eu lieu en 25-26, permettant aux membres de CSL d'échanger sur les pratiques et défis du tourisme durable. Plusieurs thématiques ont déjà été abordées, dont l'empreinte environnementale des croisières, l'adaptation aux changements climatiques et le tourisme autochtone.

g. Participation de CSL à divers événements, formations et groupes en tourisme durable

Résumé :

CSL fait partie de la Table du développement durable de l'Alliance touristique, est membre de Tourisme Durable Québec.

Objectifs :

- Mesures 10, 11

Résultats :

- ✓ Participation aux diverses rencontres en ligne, au Symposium Tourisme Durable Québec, au Rendez-vous touristique sur l'innovation et aux Grands Remous.

h. Bulletin de veille stratégique mensuel pour outiller CSL et ses membres

Résumé :

Les membres reçoivent chaque mois un bulletin de veille stratégique en lien avec le développement durable et l'industrie des croisières. Trois axes sont couverts : meilleures pratiques et réglementations, innovations et concepts, ainsi que données et outils de mesure.

Objectifs :

- Mesure 10

Résultats :

- ✓ 12 bulletins de veille

i. Réalisation d'une étude sur les retombées économiques des croisières hivernales

Résumé :

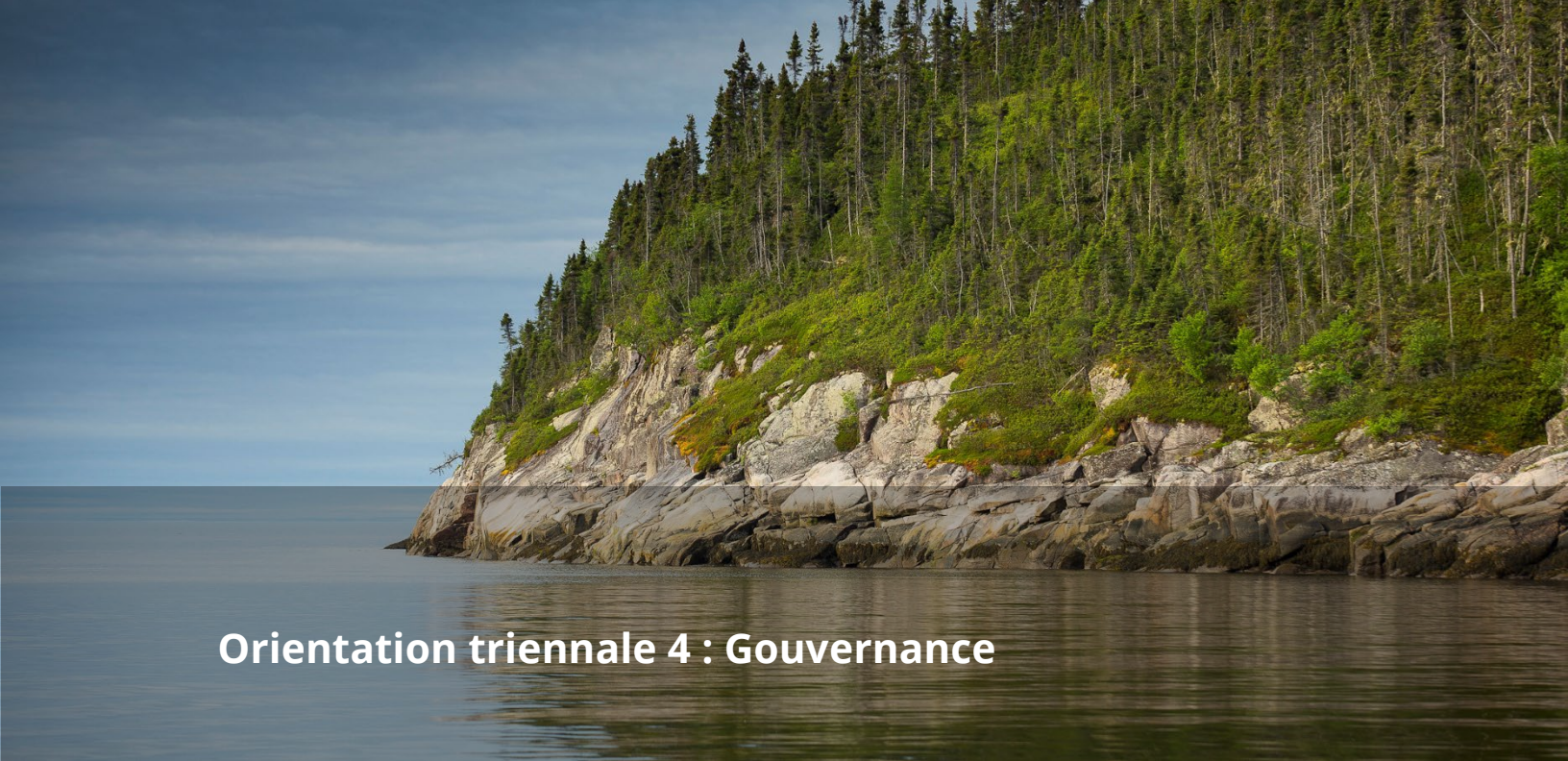
Une firme a été mandatée pour faire état des retombées économiques des croisières internationales au Québec lors de la toute première saison de croisières hivernale.

Objectifs :

- Mesure 4

Résultats :

- ✓ Le rapport a été publié à l'automne 2025 et vient compléter l'étude de retombées économiques réalisée à l'automne 2024.



Orientation triennale 4 : Gouvernance

Mesures :

1. Mesurer la satisfaction des membres
2. Évaluer l'état de la gouvernance
3. Élaborer une vision 2030-2040-2050
4. Mettre à jour la gouvernance (Une gouvernance en lien avec les défis 2030-2040-2050)
5. S'assurer du bien être des employés

a. Comité Ressources humaines

Résumé :

Le comité des ressources humaines supervise les pratiques liées au personnel, incluant le recrutement, les politiques internes, la performance, la formation, la rémunération et le climat de travail. Il soutient également la direction dans les changements organisationnels afin d'assurer une gouvernance cohérente et conforme aux obligations légales.

Objectifs :

- Mesure 5

Résultats :

- ✓ 3 réunions tenues au cours de l'année.
- ✓ Élaboration d'un nouvel organigramme
- ✓ Processus de recrutement et d'embauche d'une nouvelle direction générale
- ✓ Plan de relève interne élaboré.
- ✓ Mise à jour des politiques internes.

b. Comité Éthique & Gouvernance & Audit

Résumé :

Le comité d'éthique et de gouvernance assure la transparence, l'intégrité et la conformité des pratiques de l'organisation, en supervisant les politiques de gouvernance, les processus décisionnels et les risques liés aux comportements non conformes. Le comité d'audit, pour sa part, veille à la fiabilité de l'information financière en examinant les états financiers, en évaluant les contrôles internes et en supervisant les audits internes et externes. Ensemble, ces deux comités garantissent une gestion responsable, rigoureuse et conforme aux obligations réglementaires.

Objectifs :

- Mesure 2, 3, 4

Résultats :

- ✓ 3 réunions tenues du comité éthique et gouvernance
- ✓ 1 réunion tenu comité d'audit
- ✓ Révision des politiques de délégation, confidentialité et remboursements.
- ✓ Limitation des pouvoirs financiers (DG et directeurs).
- ✓ Création d'un calendrier annuel des événements.
- ✓ Proposition d'ouverture de sièges supplémentaires au conseil.

c. 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

Résultats :

- ✓ 7 réunions virtuelles réalisées pour comité des opérations général
- ✓ 4 réunions virtuelles réalisées pour comité des opérations chefs d'escale
- ✓ Identification de problématiques communes (flux passagers, transport, attentes).
- ✓ Développement de stratégies pour une croissance responsable et un accueil durable.



Projet spécial : Croisières hivernales

Résumé :

Ce projet financé par développement économique Canada avec le Programme Canadien en tourisme 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 l'année dernière de soutenir l'an passé dix entreprises touristiques incluant 5 escales de croisières du Saint-Laurent soit les Îles-de-la-Madeleine, Gaspé, Sept-Îles, Saguenay et Québec.

Avec la confirmation de la venue du Commandant Charcot de la compagnie PONANT à l'hiver 2027 ainsi que l'ajout d'une nouvelle escale, Montréal qui sera le port d'embarquement et de débarquement de 2 croisières hivernales. Montréal a pu bénéficier d'une partie de l'enveloppe prévu à cet effet pour acquérir de l'équipement permettant d'accueillir un navire durant la période hivernale.

Rappelons que près de 800 000\$ ont été investis par Développement économique Canada avec le programme canadien pour le tourisme pour la mise en place d'infrastructures 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 cibles 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

Orientation 3 : Développement durable

- 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

Résultats :

- ✓ 1 escale supportée cette année (Montréal)
- ✓ Acquisition d'équipement hivernal
- ✓ Création d'emplois de qualité et stabilisation d'emplois saisonniers.
- ✓ Augmentation des recettes touristiques hivernales,
- ✓ Stimulation de l'entrepreneuriat local et diversification de l'offre touristique
- ✓ Prolongation de la saison des croisières au-delà du mois d'octobre



Cap sur 2026-2027

L'année 2026-2027 s'amorce sous le signe du renouvellement, de l'innovation et de la collaboration. Forte des réalisations des dernières années et de la mobilisation de ses membres et partenaires, Croisières du Saint-Laurent poursuivra sa mission avec la même ambition : faire du Saint-Laurent une destination de croisières de calibre mondial, reconnue pour son accueil, sa durabilité et sa capacité à innover.

L'année à venir sera marquée par plusieurs projets structurants qui contribueront à renforcer le positionnement de la destination sur les marchés internationaux. En juin 2026, le Saint-Laurent accueillera à Saguenay le Symposium Canada Nouvelle-Angleterre, un rendez-vous incontournable de l'industrie qui réunit les principaux décideurs des compagnies de croisières, les ports, les destinations et les partenaires touristiques de la région. Cet événement est jumelé à une importante tournée de familiarisation à travers les neuf escales du réseau, offrant une occasion privilégiée de mettre en valeur la diversité, l'authenticité et la qualité de l'expérience proposée sur l'ensemble du territoire.

L'organisation poursuivra également la mise en œuvre de sa stratégie de réseau de distribution, un chantier majeur visant à accroître la notoriété du Saint-Laurent auprès des agents de voyage et des réseaux de vente. Développée en collaboration avec les destinations membres de Canada Nouvelle-Angleterre, cette initiative permettra de renforcer la présence de notre destination auprès des marchés prioritaires et de stimuler la demande touristique à long terme. Les actions déjà accomplies dans le cadre de cette stratégie ont connu un franc succès jusqu'à présent.

L'année 2026-2027 sera aussi marquée par le démarrage du projet *EPRTNT – Collecte et gestion innovante de données pour la destination croisières Saint-Laurent*, qui permettra de moderniser nos outils d'analyse, d'améliorer la connaissance des clientèles et de soutenir une prise de décision davantage basée sur des données fiables et partagées. Ce projet contribuera à renforcer la compétitivité de l'ensemble du réseau dans un contexte touristique en constante évolution.

Parallèlement, Croisières du Saint-Laurent poursuivra le déploiement des initiatives rendues possibles grâce à l'appui renouvelé du ministère du Tourisme, dans le cadre d'une entente de 400 000 \$ répartie sur deux ans. Cet investissement contribuera à soutenir la destination, à faire progresser le développement durable, à bonifier l'expérience visiteur ainsi qu'à réaliser des projets collectifs structurants pour l'industrie. C'est notamment grâce à ce soutien que CSL pourra élaborer, en collaboration avec ses membres, une nouvelle stratégie de développement durable pour la destination.

Cette entente permettra également d'entreprendre les travaux nécessaires à la mise à niveau de notre modèle associatif, conformément aux attentes formulées par le Ministère à l'égard des associations touristiques. Une révision de la gouvernance, une mise à jour des normes organisationnelles ainsi qu'une analyse des mandats et des responsabilités font partie des actions qui devront être réalisées dans le cadre de cette démarche.

L'organisation participera également à la mise en œuvre du nouveau programme gouvernemental de soutien au développement des croisières, découlant de l'élargissement du Programme d'incitatif au développement des liaisons aériennes. Cette nouvelle enveloppe représente une occasion stratégique d'attirer de nouveaux itinéraires, de renforcer l'accessibilité de notre destination avec des arrivées et départs de Québec et Montréal, et de soutenir la croissance durable du secteur des croisières.

La prochaine année sera aussi marquée par le renouvellement de partenariats stratégiques essentiels à la poursuite de notre mission. Nous sommes actuellement au début des négociations entourant les ententes avec Développement économique Canada (DEC) et l'Alliance de l'industrie touristique du Québec (AITQ), dont les échéances sont prévues en mars 2026. Les prochains mois seront donc déterminants pour définir et présenter une vision claire, mobilisatrice et ambitieuse pour l'avenir de la destination. Ces démarches représenteront une occasion importante de réaffirmer le rôle de Croisières du

Saint-Laurent comme acteur rassembleur et de consolider les ressources nécessaires à la mise en œuvre de nos priorités et projets collectifs pour les années à venir.

Enfin, cette nouvelle année marquera une étape importante dans l'histoire de l'organisation avec l'arrivée en poste de Marjolaine de Sa à titre de directrice générale. Cette transition s'inscrit dans la continuité du travail réalisé au cours des dernières décennies, tout en ouvrant la voie à une nouvelle phase de développement pour Croisières du Saint-Laurent. Marjolaine de Sa succède à René Trépanier, qui a mené la barque de CSL pendant plus de 20 ans, et que nous remercions chaleureusement pour son apport à notre organisation, notre destination et notre industrie.

Mot de la nouvelle directrice générale

Chers membres, partenaires et collaborateurs,

C'est avec beaucoup de fierté et d'enthousiasme que j'entreprends ce nouveau chapitre à la direction générale de Croisières du Saint-Laurent. Je mesure le privilège qui m'est accordé de poursuivre le travail exceptionnel réalisé au fil des années et de pouvoir compter sur un réseau aussi engagé, innovant et passionné.

Les fondations sont solides, les ambitions sont grandes et les occasions de développement sont nombreuses. Ensemble, nous poursuivrons nos efforts pour renforcer l'attractivité du Saint-Laurent, soutenir nos membres, développer des partenariats durables et faire rayonner notre destination auprès des clientèles du monde entier.

Je suis convaincue que les défis qui nous attendent se transformeront en opportunités grâce à la force de notre collaboration et à notre vision commune. Plus que jamais, nous continuerons à faire du Saint-Laurent une destination distinctive, responsable et inspirante, au bénéfice des communautés qui l'animent et des visiteurs qui le découvrent.

Au plaisir de construire avec vous la prochaine étape de cette belle aventure collective.

A handwritten signature in black ink, reading "Marjolaine de Sa". The script is elegant and cursive, with the first letters of the first and last names being capitalized and prominent.

Marjolaine de Sa
Directrice générale | Croisières du Saint-Laurent