

# CHALEURS

NOUVELLES



ACQUISITION DU CHALEURS NOUVELLES

# CHANGEMENT DE GARDE DANS L'EST

À lire en page 3

MÉDIALO



La part de touristes américains en Gaspésie demeure relativement marginale à chaque année, entre 3% et 5%.

Photo Tourisme Gaspésie

## Plus de touristes en Gaspésie cet été?

**Un Québécois sur 11 (9%) a déjà annulé un voyage prévu aux États-Unis en 2025, ou a l'intention de le faire. Cette volte-face pourrait avoir des répercussions positives sur le tourisme local, selon un sondage de Léger commandé par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec.**

Jean-Philippe Thibault | [jpthibault@medialo.ca](mailto:jpthibault@medialo.ca)

La moitié (49%) des Québécois ayant annulé leur voyage d'agrément aux États-Unis en 2025 compte rester au Québec. La Gaspésie étant une destination estivale prisée des touristes, elle pourrait évidemment en ressortir gagnante, bien qu'il soit encore trop tôt pour avoir un portrait clair. « Bien entendu, les gens vont disperser leurs vacances au Québec. Ce sera quoi au printemps le budget vacances disponible? On ne le sait pas encore. En mars, il est encore trop tôt; on s'occupe de l'hiver pour le moment », explique la directrice générale chez Tourisme Gaspésie, Joëlle Ross.

Les campagnes de promotion estivales ne sont pas encore lancées. Elles le sont généralement dans la deuxième moitié du mois de mars, alors que les réservations commencent à s'enregistrer en avril et en mai. D'ici là, plusieurs points d'interrogation demeurent avec le sud de la frontière, notamment la valeur du dollar canadien qui pointe actuellement à 0,69 \$ US.

La part de touristes américains en Gaspésie lui demeure relativement marginale à chaque année, entre 3% et 5%. « Ça bouge d'une année à l'autre, mais pas tant que ça. Ce sont des gens qui aiment les Québécois et il va falloir bien

les recevoir, ça, c'est certain. Ça va être un enjeu, je pense, mais où on va être rendus politiquement en juillet comparativement à aujourd'hui? On ne le sait pas; on ne sait même pas de quoi demain sera fait », précise Joëlle Ross alors que tout le pays se démène toujours à comprendre ce qu'il adviendra des tarifs douaniers à quelques heures de leurs débuts prévus.

Pour l'instant, la stratégie demeure donc la même. « On va continuer à le travailler comme d'habitude; à inciter nos Québécois et les Maritimes à planifier un séjour chez nous. » Chose certaine, peu importe la quantité de touristes – tant du Québec que d'ailleurs – le scénario de débordements malheureux de 2020 alors que les frontières étaient pratiquement fermées ne devrait pas se reproduire. La quantité d'hébergement était alors 20% inférieure à celle d'aujourd'hui en Gaspésie. « Ce n'était même pas un été époustoufflant; c'était juste mal organisé avec une situation de pandémie, plein de restrictions et un contexte particulier. Il n'y a aucun problème de prendre plus de gens. Nos taux d'occupation en juillet et août étaient de 77% l'an dernier alors il y a encore de la place », précise Joëlle Ross. Environ 483 000 visiteurs avaient été accueillis à l'époque; ils étaient 679 000 l'an dernier de mai à septembre inclusivement. « Et ça n'a pas paru. Les gens vont planifier, ça ne recommencera pas de la même façon. »

### Profiter de l'hiver

Si la neige est arrivée tardivement sur certains points de la Gaspésie – dont Gaspé – les conditions sont actuellement enviables pour la semaine de relâche scolaire. « Présentement on a la semaine de relâche idéale

pour venir en Gaspésie. Tous les centres de ski sont ouverts; on peut faire de la motoneige, de la raquette et du plein air. C'est exceptionnel comparativement à l'an dernier », se réjouit Joëlle Ross.

Les motoneigistes avaient été particulièrement affectés en 2024, avec seulement quelques semaines pour en profiter. Les conditions ne sont pas parfaites, mais il est tout de même possible de faire le tour de la Gaspésie par les sentiers fédérés.

L'industrie attire 35 000 motoneigistes touristes chaque année. Il s'agit d'un vecteur économique très important puisque ces 35 000 visiteurs représentent 28% des touristes hivernaux, mais 53% des retombées économiques de la saison froide, estimées à environ 40 millions de dollars. « L'année passée, les gens sont allés sur la Côte-Nord. C'est bien pour eux, mais ce sont des retombées qu'on n'a pas eues. Il n'aurait pas fallu avoir deux saisons consécutives comme ça en ligne. Mais là, on peut en profiter », précise la directrice générale de Tourisme Gaspésie. Les statistiques officielles de janvier à mars ne seront cependant connues qu'en juin.

Le sondage Léger a été réalisé auprès d'un échantillon de 1 007 répondants. Les répondants de 18 ans et plus ont été sélectionnés aléatoirement via le panel web de Léger. La collecte de données a été effectuée du 14 au 16 février. Les résultats ont été pondérés selon le sexe, l'âge, la région, la langue maternelle, la scolarité et la présence d'un enfant dans le ménage afin d'assurer que l'échantillon soit représentatif de la population à l'étude.

## EST-DU-QUÉBEC

# Les Publications Le Soir acquièrent les journaux de Médialo

Importante transaction dans le monde des médias de l'Est-du-Québec alors que Le Soir.ca – une plateforme numérique évoluant à Rimouski et les environs – s'associe avec Les Éditions Nordiques de la Côte-Nord et dans Charlevoix pour créer une nouvelle entité qui jouera sur les deux fronts, tant sur le Web que dans le contenu papier.

Jean-Philippe Thibault | jpthibault@medialo.ca

Les Publications Le Soir voient ainsi le jour, acquérant au passage les médias de Médialo dans l'Est-du-Québec : les journaux hebdomadaires Le Laurentien de Rimouski, L'Avantage Gaspésien de La Matanie, Le Gaspésie Nouvelles de La Côte-de-Gaspé et du Rocher-Percé, ainsi que la plateforme numérique Chaleurs Nouvelles, dans la Baie-des-Chaleurs.

Les nouveaux propriétaires – Olivier Therriault et Louise Ringuet (Le Soir) et Simon Brisson (Les Éditions Nordiques) veulent relancer les hebdomadaires de l'Est-du-Québec en leur donnant un nouvel élan. Fini les points de dépôt uniques dans les commerces : les journaux seront de nouveau distribués à chaque maison par Postes Canada. Les publications papier seront augmentées de plusieurs pages et des journalistes seront embauchés dans chacun des territoires.

L'équipe de 40 personnes sur la Côte-Nord pour les quatre journaux actuels (trois hebdomadaires et un mensuel) pourront être mis à contribution pour épauler les équipes de l'autre côté du fleuve. Des chroniqueurs et des éditorialistes viendront se greffer pour élargir l'éventail du lectorat. Cette union stratégique permettra de maintenir 12 emplois au Bas-Saint-Laurent et en Gaspésie et vise la création de huit à 10 autres postes au cours des prochains mois. Les nouvelles moutures des journaux devraient être lancées vers le mois de mai.

« Les gens de Rimouski-Neigette, La Mitis, La Matapédia, La Matanie, La Haute-Gaspésie et de l'ensemble de la péninsule gaspésienne méritent des journaux et du contenu de qualité. Avec l'expertise numérique des gens du Soir.ca, nous avons créé le mariage parfait. Nous sommes fiers de collaborer à leur essor », insiste Simon Brisson, président des Éditions Nordiques. Ce dernier abonnera aussi ses journaux à La Presse canadienne.

D'ici la fin de l'année, des changements seront aussi mis en place avec la création du Journal Le Soir - Matanie-Haute Gaspésie et du Journal Le Soir - Gaspésie. Le portail numérique Le Soir.ca demeurera actif dans Rimouski-Neigette, La Mitis et La Matapédia, en plus de la création des sites Le Soir.ca - Matanie-Haute Gaspésie, Le Soir.ca - Gaspésie et Le Soir.ca - Chaleurs. Toutes ces plateformes convergeront aussi sur l'application mobile Le Soir.ca, avec des sections spécialisées pour chacun des secteurs.

En tout, l'entreprise Les Publications Le Soir embauchera entre 20 et 25 personnes d'ici la fin de l'année. Elle publiera



En tout, l'entreprise Les Publications Le Soir embauchera entre 20 et 25 personnes d'ici la fin de l'année.

trois hebdomadaires, animera cinq sites Internet et dit vouloir s'imposer comme un important diffuseur de nouvelles en région, grâce à une équipe d'information de 12 personnes.

#### En rappel

Médialo – jadis baptisé Lexis Media – avait mis la main sur les hebdomadaires de Rimouski, La Matanie et de La Matapédia en 2018, auprès de TC Media. L'entreprise médiatique dont le siège social est à Repentigny avait par la suite

ajouté une corde à son arc en mettant sur pied le Gaspésie Nouvelles dans La Côte-de-Gaspé et Rocher-Percé, suite au départ précipité du directeur général du groupe média de l'époque, MédoMédia. Claude Dauphin avait quitté le navire sans donner de nouvelles, de cessation d'emplois et avec plusieurs dizaines de milliers de dollars en souffrance auprès de ses ex-employés.

Crédit photo de couverture: Jean-Philippe Thibault

**CHALEURS**  
NOUVELLES

1 888 767-7156

www.chaleurnouvelles.com

Rédacteur en chef : Jean-Philippe Thibault  
Directrice des ventes Médialo : Audrey Darcy  
Directrice des ventes régionales : Nadia Normand

Adjointe aux ventes : Mélanie Daraïche  
Directrice web : Sabrina Giguère  
Directeur de production : Cédric Juguet

Publié par Médialo inc.  
Président : Frédéric Couture  
Vice-Présidente : Véronique Gauthier  
Consultant - Ambassadeur : André Juteau



MÉDIALO

RS RÉSEAU SÉLECT  
MÉDIAS RÉGIONAUX

Nous reconnaissons  
l'appui financier du  
gouvernement du Canada

Canada Québec



# 100%

## intelligence humaine!

Nos journaux locaux sont **alimentés par des journalistes**, et non par l'IA.

Ils vérifient les faits pour que vous puissiez vous fier à ce que vous lisez.

**CHALEURS**  
NOUVELLES