



PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LANAUDIÈRE 2013-2020

RÉCAPITULATIF DES STRATÉGIES PRIORISÉES POUR LA PÉRIODE 2017-2020

(ADOPTÉ, CA 2016-11-08, À LA SUITE D'UN ATELIER DE TRAVAIL
RÉALISÉ À LA TABLE D'ORIENTATION D'OCTOBRE 2016)

Code couleur pour estimer l'état d'avancement des stratégies:

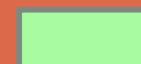
État d'avancement insuffisant et/ou problématiques importantes



Problématiques spécifiques



État d'avancement satisfaisant ou stratégie réalisée



Note au lecteur

- *Adopté en 2013, le Plan de développement de l'industrie touristique de Lanaudière 2013-2020 a encore toute sa pertinence.*
 - *Les principaux indicateurs de performance sont à la hausse, confirmant qu'il est toujours possibles d'atteindre les cibles établies.*
 - *Les orientations stratégiques sont toujours valables et constituent la pierre angulaire des actions de développement effectuées par l'ATR, et aussi, par plusieurs partenaires socioéconomiques du territoire.*
 - *Cependant, parmi toutes les actions identifiées au plan de mise en œuvre, Tourisme Lanaudière a cru bon d'identifier les actions jugées prioritaires. Le document qui suit présente ces actions prioritaires. Nous invitons cependant le lecteur à prendre connaissance de l'ensemble du PDTL 2013-2020 afin de bien comprendre le contexte entourant ces actions.*

Rappel de la vision

- *En 2020, Lanaudière aura réussi à générer une augmentation marquée des retombées économiques associées au tourisme sur son territoire. Elle sera reconnue en matière de tourisme durable comme étant :*
 - *Une région appréciée pour son authenticité et son contact avec la nature, avec une offre diversifiée et accessible, surprenant par ses multiples découvertes.*
 - *Offrant en toutes saisons des expériences variées dans des activités attractives et distinctives s'adressant à tous types de clientèles, procurant ainsi diverses occasions d'excursions et de courts séjours.*
 - *Reconnue tant pour la diversité que pour la qualité de ses lieux d'hébergement et pour son accueil empreint de simplicité.*
 - *Avec une industrie touristique animée par un esprit de partenariat, menée par des entrepreneurs dynamiques et près de leurs clients et supportée dans son développement par des organisations locales et régionales travaillant en complémentarité.*

Organisation

L'approche proactive et sélective du développement de l'offre en collaboration étroite avec les organismes de développement local.

1.1.2	. Clarifier les rôles et responsabilités des parties prenantes au développement de l'offre touristique.	
1.1.3	. Informer les élus, les partenaires et les entreprises touristiques de l'organisation du développement de l'offre touristique.	
1.1.4	. Disposer d'une ressource spécialisée en développement touristique au sein de Tourisme Lanaudière pour stimuler et animer la démarche concertée de développement de l'offre.	
1.1.6	. Favoriser la participation financière cumulée des acteurs locaux et régionaux, ainsi que des partenaires pour optimiser les chances de réalisation des projets porteurs.	

Le développement d'une culture régionale favorisant le maillage et la concertation des entreprises.

1.2.2	. Définir et mettre en place des moyens de communication pour optimiser la circulation de l'information, le maillage et la concertation au sein des différentes zones d'expérience	
1.2.3	. Mettre à profit l'analyse par pôle touristique pour identifier et mettre en place les occasions concrètes de maillage.	
1.2.7	. Définir une stratégie d'accueil, comprenant la formation et l'information du personnel des entreprises touristiques et d'entreprises de services sur les produits d'appel de la région et l'ensemble de l'offre par pôle.	
1.2.8	. Augmenter les occasions de maillage dans les stratégies et actions marketing initiées par Tourisme Lanaudière.	

L'accompagnement des défis en ressources humaines des entreprises touristiques.

1.3.1	. Élaborer une stratégie avec les partenaires concernés, dont Emploi Québec et les organisations de formation, et identifier les sources de financement.	
-------	--	--

Territoire

Le renforcement de pôles attractifs d'activités et de services, en lien avec les produits d'appel au sein des zones d'expérience.

4.1.5	. Favoriser le jumelage d'attraits d'un même pôle pour inciter à allonger la durée de visite.	
4.1.6	. Sensibiliser les autorités locales à l'amélioration de la qualité urbanistique et architecturale des municipalités situées dans les pôles touristiques.	
4.1.11	. Travailler à la structuration des pôles urbains spécifiques Terrebonne, L'Assomption, Joliette, Repentigny	
4.1.12	. Inventorier les infrastructures aptes à recevoir des événements à caractère sportif et mettre en réseau les gestionnaires et municipalités des pôles concernés afin de développer des stratégies pour attirer des événements d'envergure.	

La préservation, la consolidation et la pérennité des sentiers

4.2.2	. Soutenir les actions en matière de planification, de préservation, de consolidation de pérennité concernant les sentiers de randonnée.	
4.2.4	. Appuyer une initiative visant à doter la région d'une charte des paysages pour favoriser leur préservation.	
4.2.8	. Consolider des réseaux de pistes cyclables et identifier des potentiels de développement de nouvelles pistes cyclables.	

L'accessibilité routière

4.4.1	. Soutenir toute démarche visant à compléter et asphalté la route 3 reliant Saint-Michel-des-Saints à Saint-Donat, dans une perspective de route panoramique qui deviendrait un véritable « lien touristique » permettant le bouclage régional et un accès de premier ordre au parc national avec tout le potentiel de développement qui en découle.	
-------	--	--

Services

L'amélioration de la qualité de l'offre d'hébergement (incluant les infrastructures de tourisme d'affaires).		
3.1.3	. Mettre en œuvre les mesures visant à contrer l'hébergement illégal et à promouvoir les avantages de la classification, en lien avec Tourisme Québec.	
3.1.5	. Soutenir le développement d'un centre de congrès dans le sud de la région et son intégration dans l'offre touristique.	
Le développement d'hébergement alternatif distinctif		
3.2.1	. Supporter la volonté et les capacités de développement des entreprises de la région en matière d'hébergement alternatif.	
L'association plus étroite entre l'offre d'hébergement et l'offre d'activités attractives		
3.3.1	. Développer la forfaitisation combinant les produits d'appel avec les lieux d'hébergement au sein des pôles touristiques.	
3.3.3	. Encourager l'information croisée sur les sites Web des hébergements et des attraits avoisinants.	
3.3.5	. Organiser systématiquement l'information sur l'hébergement et des offres promotionnelles en lien avec les festivals et événements touristiques.	

Activités

Le renforcement des produits d'appel.

Général

2.1.1.2	. Soutenir l'amélioration de l'offre actuelle et accompagner la réalisation des projets de développement identifiés.	
2.1.1.4	. Considérer l'automne comme une saison phare pour se démarquer et pour décliner ce thème sur les produits d'appel, afin d'allonger la saison touristique.	

La création d'icônes et de produits distinctifs

2.2.1.4	. Faire évoluer le concept des produits touristiques majeurs suivants et renforcer leur rôle d'icônes régionales : Auberge du Lac Taureau, Festival de Lanaudière, Île-des-Moulins, La Source Bains Nordiques	
---------	---	--

Le renouvellement progressif de produits traditionnels (pourvoiries, motoneige)

Pourvoiries

2.3.1.1	. Favoriser le développement du concept de multiactivités dans certaines pourvoiries pour se positionner sur le créneau de « l'aventure douce accessible ».	
2.3.1.2	. Favoriser le développement de nouvelles activités hivernales dans certaines pourvoiries pour allonger la saison et diversifier l'expérience.	

Motoneige

2.3.2.1	. Supporter la pérennité de corridors et de sentiers durables.	
2.3.2.4	. Favoriser le développement de l'expérience motoneige hors piste dans un environnement encadré et sécuritaire.	

Stratégies par catégorie d'activités

Grande nature		
2.1.2.1	. Accélérer le développement des parcs régionaux, dont ceux de la SDPRM, en augmentant l'offre d'activités et de services dans les parcs, notamment en matière d'hébergement distinctif.	
2.1.2.3	. Planifier le développement touristique du Lac Taureau pour en faire un produit d'appel, notamment pour la clientèle hors Québec.	
Agrotourisme et tourisme gourmand		
2.1.3.1	. Poursuivre progressivement les initiatives de structuration de l'agrotourisme, avec un accompagnement spécialisé	
2.1.3.2	. Développer le tourisme gourmand, en supportant et valorisant des tables champêtres et des restaurants ciblés offrant, notamment, des produits du terroir.	
Attractions touristiques		
2.1.4.3	. Soutenir le développement des stations de ski majeures de la région pour renforcer le positionnement de Lanaudière en ski alpin.	
2.1.4.7	. Évaluer les opportunités de développement de tourisme nautique sur le territoire (Lac Taureau, St-Donat)	
Culture		
2.1.5.3	. Renforcer le niveau d'intégration et de forfaitisation des attraits culturels avec le reste de l'industrie touristique pour générer un volume accru d'excursions et de séjours.	
2.1.5.7	. Évaluer la possibilité de créer une vitrine culturelle lanauoise à partir du site Web de Tourisme Lanaudière, en partenariat.	
2.1.5.8	. Élaborer une charte du tourisme culturel, permettant de « qualifier » les produits culturels aptes à être considérés touristiques	
2.1.5.9	. Saisir toute opportunité de développement de l'offre qui permettrait de profiter du grand intérêt pour la culture amérindienne de la part des clientèles européennes	



SUGGESTIONS DE NOUVELLES STRATÉGIES

(ATELIER TABLE D'ORIENTATION OCTOBRE 2016)

Suggestions de nouvelles stratégies

(synthèse résultant du tour de table effectuée en fin d'atelier en Table d'orientation)

- Renforcer l'utilisation des nouvelles technologies pour une meilleure compréhension et un meilleur suivi du parcours des visiteurs et pour faciliter l'expérience client, notamment pour les nouvelles générations.
- Miser de façon plus marquée sur la complémentarité des produits par pôle et par zone et outiller nos membres afin qu'ils utilisent ce contenu auprès de leur clientèle.
- Développer une approche spécifique et homogène de l'expérience client, en lien avec la positionnement touristique de la région, pour outiller les entreprises touristiques en matière de formation et de compétences en gestion de la relation client.
- Identifier des « leaders de zone » au sein des différentes zones d'expérience pour favoriser le réseautage et la concertation au niveau local, avec le soutien de Tourisme Lanaudière.
- Utiliser la population et des porte-paroles dans des rôles d'ambassadeurs pour la promotion et le développement de la destination.
- Structurer l'offre visant significativement les marchés internationaux et les réseaux de distribution ciblant les clientèles étrangères, en lien avec les efforts de l'AITQ.