

Plan d'action touristique de la MRC des Chenaux 2024-2026

Ce plan d'action est établi en fonction des priorités de développement énumérées par les différents acteurs touristiques lors du Forum touristique de 2023.

Orientation stratégique : Développement et structuration de l'offre

Objectif 1 : Réaliser des projets visant à améliorer la mise en valeur de la nature et du territoire.

Actions	2024	2025	2026	Moyens	Responsables	Partenaires	Échéancier	Budget	Type d'Action	Commentaires
1.1 Membre Tourisme Mauricie : Bénéficiaire des outils de Tourisme Mauricie pour accompagner les entreprises et renforcer la promotion.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Faire connaître les divers fonds de Tourisme Mauricie destinés au développement, de même que les services offerts aux différentes entreprises touristiques. Soutenir les entreprises touristiques et les accompagner dans leurs projets. Païement de l'adhésion de Tourisme Mauricie. 	Tourisme Mauricie Agente touristique Conseillère aux communications		Abonnement annuel	600 \$	Annuel	
1.2 Développer une offre structurée et rentable en matière d'expérience hivernale.		✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Conseiller les acteurs touristiques dans le développement d'activités hivernales. Inventorier et promouvoir les activités hivernales. 	Agente touristique Conseillère aux communications	Acteurs touristiques	2025	N/A	Développement d'offre	

Objectif 2 : Poursuivre et encourager les initiatives de développement et de structuration de l'offre.

Actions	2024	2025	2026	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier	Budget	Type d'action	Commentaires
2.1 Bénéficiaire des outils de Tourisme Mauricie pour accompagner les entreprises à faire vivre l'axe de positionnement Histoires étonnantes.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Faire connaître les divers fonds de Tourisme Mauricie destinés au développement, de même que les services offerts sous forme d'infolettre. Présenter des projets passés pour inspirer de nouveaux projets. 	Tourisme Mauricie Agente touristique Conseillère aux communications		En continu	N/A	En continu	

Objectif 3 : Faire évoluer l'expérience, la gestion et la promotion des circuits de la MRC des Chenaux.

Actions	2024	2025	2026	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier	Budget	Type d'action	Commentaires
3.1 Mettre en valeur l'expérience du Sacré Circuit.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Valider ce qu'il reste comme dépliant. Réimpression des dépliants. Mise à jour des outils du circuit, au besoin. Continuer les efforts en promotion. 	Agente touristique Conseillère aux communications	Municipalités de Champlain, Batiscan et Ste-Anne. Sanctuaire	Mai à août	6000 \$	Événement saisonnier	
3.2 Renforcer le lien avec le circuit des personnages historiques, la Voix des bâtisseurs.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Inclure le circuit dans la carte touristique interactive de la MRC. Faire la promotion du circuit et la distribution dans certains points d'intérêts. 	Agente touristique Agente culturelle Aménagement du territoire Conseillère aux communications		En continu	400 \$	Annuel	

Objectif 4 : Soutenir le développement de l'offre de restauration sur le territoire en lien avec les tendances en matière de tourisme gourmand, d'achat local, de saines habitudes de vie.

Actions	2024	2025	2026	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier	Budget	Type d'action	Commentaires
4.1 Identifier les initiatives et les opportunités avec le comité agrotourisme et tourisme gourmand de la région et les organismes experts Terroir et Saveurs, PDAAM, MIAM,...	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Participer aux rencontres régionales de l'ATG. Répertorier et partager les opportunités. 	PDAAM Agente touristique	Entreprises agrotouristiques du territoire participant au comité	En continu	N/A	En continu	
4.2 Des Chenaux Gourmand : Sensibiliser les restaurateurs locaux et les nouveaux promoteurs au niveau du tourisme gourmand.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Partager les tendances du marché aux restaurateurs. Valoriser l'achat local auprès des restaurateurs. Mettre en place des incitatifs pour l'adhésion des restaurateurs à l'utilisation de produits locaux (ex. : section locale dans la carte touristique). Consolider l'événement en recrutant plus de restaurateurs et en favorisant un maillage entre ces derniers. 	Agente touristique Conseiller en développement entrepreneurial Conseillère aux communications	Restaurateurs	Avril	1200 \$	Événement annuel	
4.3 Tournée Art et Terroir : Continuer les efforts d'attrait et de consommation de produits locaux par un événement artistique et gourmand.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Consolider l'événement en recrutant plus d'entreprises touristiques. Favoriser les maillages entre les entreprises pour mettre de l'avant ceux qui n'ont pas de lieux fixes permettant des visites. 	Agente touristique Conseiller en développement entrepreneurial Conseillère aux communications	Entreprises en agrotourisme et culturels	Septembre	8000 \$	Événement annuel	

Orientation stratégique : Promotion, mise en marché et développement des outils.

Objectif 5 : Faire évoluer les supports et outils de promotion touristique du territoire pour renforcer la notoriété de la destination et faciliter l'expérience des visiteurs.

Actions	2024	2025	2026	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier	Budget	Type d'action	Commentaires
5.1 Développer les outils de Tourisme des Chenaux. (Traduction de la carte touristique, carte interactive, application mobile, code QR, vidéos, etc.)	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Récupérer les informations des entreprises. Réaliser une séance photo pour compléter la banque. Évaluer l'intégration Google. Vérifier la faisabilité des outils. Relayer l'information aux entreprises touristiques. 	Agente touristique	Table touristique	En continu	1500 \$	Développement numérique	
5.2 Revoir la carte touristique pour faciliter l'information et l'expérience des visiteurs.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Organiser une rencontre du sous-comité de la table touristique. Répertorier les besoins de la clientèle cible et des lieux d'accueil. 	Agente touristique Table tourisme	BIT BAT	Février/ mars	N/A	Annuel	
5.3 Recruter des ambassadeurs et/ou un porte-parole pour représenter la MRC.	✓			<ul style="list-style-type: none"> Recruter des ambassadeurs saisonniers ou un porte-parole. Renouveler après évaluation des impacts de l'action. 	Agente touristique Conseillère aux communications		2024	600 \$	Mobilisation des acteurs	Évaluer l'impact après la première année.
5.4 Informer les acteurs touristiques des outils web gratuits.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Partager les informations sur les pages Facebook, Google, Instagram. Partager des opportunités de formations. 	Agente touristique Conseillère aux communications	Entreprises touristiques	En continu	N/A	Veille	

Objectif 6 : Créer des occasions de mobilisation de l'industrie touristique locale et des actions collectives (événements, thématiques, annonces,...)

Actions	2024	2025	2026	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier	Budget	Type d'Action	Commentaires
6.1 Renforcer les liens entre les acteurs touristiques en favorisant le réseautage.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Organiser une soirée réseautage et/ou conférence destinée aux entreprises touristiques. 	Agente touristique Conseiller en dev. Entrepreneurial Conseillère aux communications	Entreprises touristiques	Mai ou septembre	300 \$	Mobilisation des acteurs	
6.2 Adopter une approche de mutualisation pour regrouper certaines dépenses promotionnelles de la MRC.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Effectuer la planification des actions promotionnelles réalisées par la MRC. Regarder la possibilité de maillage promotionnel entre organismes/entreprises du territoire. 	Agente touristique Conseillère aux communications	Table touristique Entreprises touristiques	En continu	N/A	Mobilisation des acteurs	
6.3 Renforcer la promotion en fonction des saisons mettant en vedette les produits d'appels du territoire pour générer des visites bénéficiant à d'autres attraits et services.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Effectuer des publications Facebook payantes, articles de blogue, etc., pour augmenter le nombre d'adhérents à la page et procurer plus de visibilité aux entreprises. 	Agente touristique Conseillère aux communications	Entreprises touristiques	En continu	N/A	Promotion	
6.4 Inciter la forfaitisation entre attraits et services et la structuration de l'offre pour faciliter l'expérience des visiteurs.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Faire l'inventaire des forfaits qui pourraient se faire. Encourager les entreprises à forfaitiser et publiciser ces forfaits. 	Agente touristique	Entreprises/ organismes touristiques de la MRC. SADC	2024 printemps	2 000 \$	Promotion	

Orientation stratégique : Accueil et information

Objectif 7 : Développer la signalisation et les services d'accueil, notamment aux points d'entrée du territoire sur l'axe Montréal-Québec, pour être reconnu comme une destination et pas seulement un lieu de passage.

Actions	2024	2025	2026	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier	Budget	Type d'Action	Commentaires
7.1 Étudier les besoins réels en termes d'information touristique sur le territoire pour restructurer l'offre.		✓		<ul style="list-style-type: none"> Actualiser et restructurer l'information et l'accueil touristique. Étudier les besoins réels du territoire (quoi, où, pourquoi ?) en fonction des statistiques disponibles. Adapter l'information touristique en fonction des résultats. 	Agente touristique Table touristique	Municipalité de Champlain Corporation touristique de Champlain BAT/BIT	2025	N/A	En continu	
7.2 Poursuivre les efforts pour fournir les services d'accueil dans l'ensemble de la MRC.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Organiser une journée découverte annuellement pour les préposés des bureaux d'information et d'accueil touristique et des entreprises touristiques. Inclure une courte formation sur l'accueil. Informers les entreprises touristiques par rapport aux offres disponibles pour qu'ils puissent compléter le service d'accueil du BIT. 	Agente touristique	Entreprises touristiques du territoire Table touristique MRC des Chenaux	2024	1600 \$	Annuel	
7.3 Outiller les entreprises et lieux fréquentés par les visiteurs avec des informations et documents promotionnels du territoire.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Alimenter les présentoirs intérieurs. Informers les travailleurs touristiques dans les différents attrait pour mieux les outiller à accompagner les visiteurs. Réaliser des formations destinées aux travailleurs touristiques de la MRC. 	Agente touristique	Entreprises touristiques BIT BAT	Mai	N/A	Annuel	
7.4 Poursuivre la concertation et la collaboration en matière d'accueil avec les MRC voisines, des régions de la Mauricie et de Portneuf.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Participer aux rencontres de concertation organisées par Tourisme Mauricie. Inviter les autres régions aux activités journées découvertes effectuées au printemps. Assurer la distribution de la carte touristique et autres outils promotionnels de la MRC dans les lieux d'accueil stratégiques de la Mauricie (Tourisme Mauricie, Bureau touristique de Maskinongé). 	Tourisme Mauricie Agente touristique	BIT BAT	En continu	2200 \$	Annuel et en continu	
7.5 Identifier les améliorations prioritaires en termes de signalisation touristique et effectuer les démarches en conséquence.		✓		<ul style="list-style-type: none"> Déterminer en comité de la table touristique. Définir les résultats de l'identification comme recommandations à apporter au conseil des élus. Voir ce qu'il est possible de faire et trouver des alternatives au besoin. 	Agente touristique Table touristique Aménagiste	Conseil des élus de la MRC	2024	N/A		

Orientation stratégique : Organisation et concertation

Objectif 8 : Renforcer le lien entre la MRC et les acteurs touristiques et leur sentiment d'appartenance à la communauté touristique du territoire.

Actions	2024	2025	2026	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier	Budget	Type d'action	Commentaires
8.1 Mettre en avant la volonté politique de la MRC de développer l'activité touristique et l'intérêt socio-économique de ce secteur pour mobiliser l'industrie touristique et la population.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Faire la présentation de la planification stratégique ainsi que le plan d'action au conseil des élus, aux élus des municipalités ainsi qu'aux directions générales des municipalités. 	Agente touristique	Table touristique	En continu	N/A	Ponctuel	
8.2 Poursuivre les activités du Comité touristique pour la mise en œuvre du plan triennal et l'approche de concertation pour le développement et la promotion touristique.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Faire la création d'un plan d'action pour trois ans qui sera mis à jour annuellement. Faire un minimum de 4 rencontres de la table touristique annuellement afin d'effectuer la mise en œuvre des actions et en assurer la priorisation et le suivi. Avoir des sous-comités opérationnels au besoin. 	Agente touristique Table touristique		Mise à jour : décembre	N/A	Ponctuel Mise à jour annuelle	
8.3 Renforcer la connaissance des activités et services du territoire auprès de l'ensemble des acteurs touristiques.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Inciter les entreprises touristiques à participer à la Journée découverte. Rendre l'information touristique plus accessible et fonctionnelle pour les entreprises qui auront à conseiller les touristes (formations, vidéos, etc.). 	Agente touristique BIT BAT		Juin	N/A	Développement des outils	