

Planification stratégique touristique de la MRC des Chenaux 2020-2023

Ce plan d'action est établi en fonction des priorités de développement énumérées lors du Forum touristique de 2017.

Orientation stratégique : Développement et structuration de l'offre

Objectif 1: Réaliser des projets d'aménagement visant à améliorer la mise en valeur de la nature en lien avec le positionnement touristique « Naturellement attrayant » de la MRC des Chenaux.

Actions	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
1.1 Poursuivre l'amélioration du réseau cyclable et des aménagements et services, en lien avec les municipalités, Vélo Québec et Véloboucle Mauricie.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Faire partie du comité de la Véloboucle Carte Vélo imprimée (projet en cours) Marquage sur chaussée et installation pancartes (toilettes, buvettes, aires de repos) Prendre l'information sur la clientèle cycliste lorsqu'elle arrête au BIT et au BAT afin de mieux connaître leurs besoins et pouvoir entrer en communication avec eux au besoin. 	Agente touristique Cartographe Aménagiste BIT BAT	Tourisme Mauricie Municipalités	En continu Été 2020 Été 2020
1.2 Encourager les initiatives de développement du Parc de la rivière Batiscan, produit d'appel du territoire sur les activités de plein air.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Maintenir et promouvoir le programme de gratuité d'accès aux citoyens afin de développer leur sentiment d'appartenance au Parc Maintenir le soutien financier aux divers projets de développement Soutenir le développement d'activités hivernales ou autres Poursuivre le soutien technique aux projets 	Parc de la rivière Batiscan MRC des Chenaux Agente touristique Agent développement territoire Agent développement entreprise Aménagiste Municipalités	Tourisme Mauricie	En continu

Actions	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
1.3 Identifier des lieux d'intérêt pour les clientèles récréotouristiques et nautiques pour planifier ou améliorer à terme les accès aux cours d'eau.	✓	✓		<ul style="list-style-type: none"> • Répertorier les points d'accès aux cours d'eau et les services nautiques pour les plaisanciers et les touristes (an 1) • Améliorer les aménagements de mise à l'eau, les stationnements, l'affichage, etc. (an 2) 	Municipalités concernées Cartographe	Agente touristique TCREF St-Laurent Zip les 2 rives SAMBBA Capsa	2020 Répertorier 2021 Améliorer
1.4 Effectuer une réflexion régionale sur le produit d'appel distinctif « Pêche aux petits poissons des Chenaux », pour renouveler le concept et enrichir l'expérience	✓			<ul style="list-style-type: none"> • Créer un comité de réflexion • Bonifier l'offre 	Association des pourvoyeurs	Agente touristique Table touristique Tourisme Mauricie Municipalité Ste-Anne-de-la-Pérade CAPSA	Été 2020
1.5 Bénéficier des outils de Tourisme Mauricie pour accompagner les entreprises à faire vivre l'axe de positionnement « Nature authentique » et à en 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 sous forme d'infolettre • Soutenir les entreprises touristiques et les accompagner dans leurs projets 	Tourisme Mauricie Agente touristique	Table touristique	En continu
1.6 Développer une offre structurée et rentable en matière d'expérience hivernale et la mise en valeur de ses produits d'appel	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> • Conseiller les acteurs touristiques dans le développement d'activités hivernales • Inventorier et promouvoir les activités hivernales 	Agente touristique	Agente saines habitudes de vie Bulletin des Chenaux Acteurs touristiques	En continu

Objectif 2 : Poursuivre et encourager les initiatives de développement et de structuration de l'offre renforçant l'axe de positionnement « Histoires étonnantes » de la planification du tourisme en Mauricie.

Actions	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
2.1 Reconduire et renforcer les projets récents et émergents exploitant cette approche expérientielle remportant du succès	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> • Poursuivre l'accompagnement • Favoriser l'alliance entre les acteurs touristiques pour une meilleure connaissance des outils et opportunités disponibles 	Agente touristique Agente culturelle Agent développement territoire	Tourisme Mauricie SADC Acteurs touristiques	En continu
2.2 Faire évoluer l'expérience, la gestion et la promotion du circuit des personnages historiques la Voix des bâtisseurs et les liens avec les autres attraits, activités et services à proximité	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> • Assurer une bonne identification du lieu où est situé le personnage • Inclure le circuit dans la carte touristique interactive de la MRC • Ressortir les statistiques de fréquentation du Balado découverte • Trouver des moyens pour mettre en valeur les personnages historiques à terme • Structurer l'offre 	Municipalités Agente culturelle Cartographe	Agente touristique Sociétés d'histoire	À déterminer
2.3 Contribuer aux recherches faites par l'UQTR et Tourisme Mauricie sur les personnages marquants et les histoires étonnantes du territoire pour inciter les municipalités et les entreprises à les mettre en valeur	✓	✓		<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en relation l'UQTR et les sociétés locales historiques en lien avec ce dossier • Avoir accès aux résultats de la recherche 	Tourisme Mauricie Agente touristique Agente culturelle	Sociétés d'histoire Municipalités	2020 recherches 2021 résultats/actions

Actions	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
2.4 Identifier les attraits et les lieux ayant un potentiel de développement en matière d'histoires étonnantes et les accompagner dans l'amélioration de leur expérience en lien avec cet axe de positionnement		✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> • Répertorier certains attraits et lieux ayant un potentiel en matière d'histoires étonnantes, suite à la recherche • S'assurer de la diffusion auprès des entreprises et des municipalités et les sensibiliser afin de développer des activités en lien avec les histoires étonnantes 	Agente touristique Agente culturelle	Table touristique Tourisme Mauricie Sociétés d'histoire Acteurs touristiques	
2.5 Contribuer à l'évolution du produit Chemin du Roy en collaboration avec les régions concernées	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> • Participer aux rencontres du grand comité, formé des représentants de la Mauricie, de Portneuf, Lanaudière et Québec 	MRC des Chenaux Coordonnateur mise en valeur Chemin du Roy	Tourisme Mauricie Comité de mise en valeur du Chemin du Roy Vieux presbytère Domaine seigneurial	En continu
2.6 Bénéficier des outils de Tourisme Mauricie pour accompagner les entreprises à faire vivre l'axe de positionnement Histoires étonnantes et à en 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 sous forme d'infolettre • Soutenir les entreprises touristiques et les accompagner dans leurs projets 	Tourisme Mauricie Agente touristique	Table touristique	En continu
2.7 Encourager l'appropriation de l'axe de positionnement Histoires étonnantes par les entreprises, commerces et organismes de l'industrie touristique du territoire			✓	<ul style="list-style-type: none"> • Organiser une soirée réseautage et conférence destinée aux entreprises touristiques pour les sensibiliser à raconter des histoires étonnantes. 	Agente touristique	Tourisme Mauricie Table touristique	

Objectif 3: Faire évoluer l'expérience, la gestion et la promotion du circuit de patrimoine religieux Sacré circuit

Actions	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
3.1 Revoir les rôles et responsabilités en termes de gestion (municipalités, MRC, sites du circuit)	✓			<ul style="list-style-type: none"> Effectuer une rencontre avec les responsables actuels. Structurer l'offre actuelle 	Comité de mise en valeur du Chemin du Roy	Comités des églises Agente touristique Agente culturelle	Printemps 2020
3.2 Faire ressortir le potentiel de chaque église faisant partie du Sacré circuit afin d'en créer un produit touristique distinctif.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Sensibiliser les promoteurs de chaque église du Sacré Circuit Démontrer ce qui se fait ailleurs Analyser le potentiel de développement d'autres églises 	Agente touristique Agente culturelle Comités des églises	Comité de mise en valeur du Chemin du Roy Vieux presbytère Domaine seigneurial	
3.3 Refaire le dépliant concernant le circuit, pour mettre en valeur l'expérience		✓		<ul style="list-style-type: none"> Valider ce qu'il reste comme dépliant actuellement et en faire la distribution afin de les écouler 	Agente touristique Agente culturelle	Comité des églises Comité de mise en valeur du Chemin du Roy	
3.4 Renforcer le lien avec le circuit des personnages historiques, la Voix des bâtisseurs		✓		<ul style="list-style-type: none"> Valider l'intérêt suite aux discussions avec les responsables 	Agente touristique Agente culturelle	Comité de mise en valeur du Chemin du Roy	
3.5 Augmenter le budget de promotion et la mise en valeur de ces expériences		✓		<ul style="list-style-type: none"> Valider les besoins soulevés lors des rencontres Éviter les dédoublements au niveau du budget promotionnel Valider l'adhérence de chacun des milieux 	Agente touristique Agente culturelle	Comité de mise en valeur du Chemin du Roy	

Objectif 4 : Améliorer 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	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
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 	MAPAQ Agente touristique	Entreprises agrotouristiques du territoire participant au comité	En continu
4.2 Sensibiliser les restaurateurs locaux et les nouveaux promoteurs au niveau du territoire sur les besoins concernant l'offre de restauration et les tendances en matière de 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) Regarder la possibilité de faire une activité du type Trois-Rivières à table ou Bon appétit Maski 	Agente touristique Table touristique	Comité achat local Restaurateurs	En continu 2021 carte touristique 2021
4.3 Mettre en place et animer un Comité Tourisme gourmand au niveau de la MRC pour exploiter les initiatives les plus porteuses et adapter au territoire pour la mise en valeur des produits du terroir.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Faire l'organisation d'une rencontre des entreprises en agrotourisme du territoire qui permettra la création d'un comité 	Agente touristique	Entreprises en agrotourisme	2020
4.4 Soutenir les initiatives de marchés de proximité éphémères qui offrent des produits locaux	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Répertorier les marchés éphémères Faire la promotion de ces marchés pour en favoriser l'achalandage 	Agente touristique	Entreprises en agrotourisme	En continu

Orientation stratégique : Promotion et mise en marché

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	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
5.1 Développer un site web Tourisme des Chenaux, comme les autres MRC de la Mauricie, intégrant la carte interactive.	✓			<ul style="list-style-type: none"> • Effectuer l'arborescence du site web • Faire des soumissions à au moins 3 entreprises • Récupérer les photos et textes des entreprises • Réaliser une séance photo pour compléter la banque • Évaluer l'intégration Google 	Agente touristique	Table touristique	
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 Sous-comité table tourisme	BIT BAT	2020 analyse 2021 impression
5.3 Renforcer la mise en valeur de l'axe de positionnement « Histoire étonnantes » dans les différents supports et initiatives de promotion au niveau de la MRC et de la région.	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> • Raconter un fait étonnant lors de la rédaction des textes, publicités, articles de blogues d'entreprise/organisme/événements • Répertorier les histoires étonnantes sur le territoire suite à l'étude de l'UQTR et les mettre en valeur 	Agente touristique BIT BAT		En continu
5.4 Effectuer une analyse du compte Facebook Tourisme des Chenaux pour décider des actions à prendre	✓			<ul style="list-style-type: none"> • Valider l'intérêt de poursuivre le compte facebook • S'il est poursuivi, effectuer une stratégie ainsi qu'un calendrier des publications • Valider la pertinence de faire la gestion en sous-traitance 	Agente touristique Table touristique BIT BAT		Printemps 2020

Actions	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
5.5 Inciter les entreprises et organismes touristiques à bénéficier de l'expertise de Tourisme Mauricie concernant les outils numériques et de l'accompagnement de son Conseiller marketing	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> • Définir les services que Tourisme Mauricie peut apporter aux entreprises • Démontrer et promouvoir les bienfaits d'adhérer comme membre de Tourisme Mauricie aux entreprises du territoire 	Agente touristique Tourisme Mauricie		En continu
5.6 Informer les acteurs touristiques des outils web gratuits	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> • Partager les informations sur les pages facebook, google, Instagram • Offrir des formations • Partager des opportunités de formations 	Agente touristique	Table touristique Entreprises touristiques	En continu

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

Actions	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
6.1 Organiser un événement spécial de présentation du Plan triennal en tourisme de la MRC	✓			<ul style="list-style-type: none"> Effectuer une rencontre avec les acteurs du milieu touristiques incluant un incitatif tel qu'une dégustation de produits locaux 	Agente touristique Table touristique	SADC Entreprises agro du territoire Restaurateurs	Automne 2020
6.2 Décliner la nouvelle image de marque de la MRC pour renforcer le sentiment d'appartenance au territoire de la part des acteurs de l'industrie touristique locale	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Participer au processus de discussion en lien avec l'analyse de l'image de la MRC pour apporter une vision touristique de l'initiative. 	Conseil des élus Agente culturelle	Agente touristique Table touristique	2021
6.3 Adopter une approche de mutualisation au niveau de la MRC pour regrouper certaines dépenses promotionnelles en fonction de thèmes, de saisons, d'événements	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> De concert avec l'agente culturelle, effectuer la planification des actions promotionnelles réalisées par la MRC Regarder la possibilité de maillage entre organismes/entreprises pour la promotion du territoire lors de salons spécialisés en tourisme, et pour des campagnes promotionnelles 	Agente touristique Agente culturelle	Table touristique Parc de la rivière Batiscan Entreprises touristiques Agente de liaison CJE Agente migration CJE	Novembre pour l'année suivante
6.4 Renforcer la promotion par des publications thématiques 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 Maintenir le rôle du Parc comme relayeur d'information sur les entreprises touristiques du territoire afin de compléter l'offre touristique aux visiteurs Sensibiliser d'autres entreprises à agir comme relayeur 	Agente touristique BIT BAT	Entreprises touristiques	En continu

Actions	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
6.5 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 facilement se faire • Faire un atelier/conférence sur le fonctionnement de la forfaitisation • Encourager les entreprises à forfaitiser en organisant des forfaits que nous publiciserons sur facebook 	Agente touristique Table touristique	Entreprises/organismes touristiques du territoire SADC	Hiver 2021
6.6 Présenter les outils promotionnels et campagnes de Tourisme Mauricie et les opportunités d'y participer aux acteurs clés du territoire (municipalités, organismes, entreprises)		✓		<ul style="list-style-type: none"> • Profiter de la rencontre de présentation de la planification stratégique et du plan d'action pour présenter les outils promotionnels disponibles en tourisme 	Agente touristique Table touristique Élus de la MRC de la table touristique	Tourisme Mauricie DG des municipalités Corporations touristiques Élus de la MRC	Automne 2020 ou printemps 2021

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	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
7.1 Définir la stratégie de la MRC en termes d'accueil touristique (lieux d'accueil, accueil local)	✓			<ul style="list-style-type: none"> Effectuer une rencontre de discussion avec la table touristique sur ce point afin de déterminer les besoins et de définir des moyens d'action 	Agente touristique Table touristique		Automne 2020
7.2 Étudier l'opportunité d'améliorer l'information touristique à Champlain, porte d'entrée du territoire.		✓		<ul style="list-style-type: none"> Étudier la faisabilité d'effectuer l'installation d'un RIT 	Agente touristique Table touristique	Municipalité de Champlain Corporation touristique de Champlain	
7.3 Poursuivre les efforts pour fournir les services d'accueil au BIT des Chenaux	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Organiser une journée découverte annuellement pour les préposés des bureaux d'information et d'accueil touristique Inclure une courte formation sur l'accueil Permettre l'ouverture les fins de semaine du BIT plus tard en fin de saison pour permettre au tourisme automnal de bénéficier de l'information et l'accueil 	Agente touristique BIT BAT SADC	Entreprises touristiques du territoire Table touristique MRC des Chenaux	Juin 2020
7.4 Outiller les entreprises et lieux fréquentés par les visiteurs avec des documents promotionnels du territoire	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Effectuer la liste des entreprises ayant un potentiel d'accueil touristique pour y installer des présentoirs de cartes Fournir des présentoirs extérieurs où intérieur selon la possibilité des entreprises et effectuer la distribution des cartes touristiques dans les lieux naturellement fréquentés par la clientèle touristique, ex : dépanneur, stations d'essence, restaurants, entreprises touristiques du territoire 	Agente touristique BIT BAT SADC	Entreprises touristiques	Juin 2020

Actions	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
7.5 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 SADC		En continu
7.6 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 	Agente touristique Table touristique BIT BAT Aménagiste	Conseil des élus de la MRC Comité de mise en valeur du Chemin du Roy Vieux presbytère Domaine seigneurial	
7.7 Mettre en place un panneau publicitaire attractif d'accueil « Des Chenaux » sur l'autoroute 40, à chaque entrée du territoire		✓		<ol style="list-style-type: none"> Participer au processus de discussion en lien avec l'analyse de l'image de la MRC pour apporter une vision touristique de l'initiative. 	Conseil des élus de la MRC des Chenaux Agente culturelle	Table touristique Agente touristique	

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	2020	2021	2022	Moyens	Responsable	Partenaires	Échéancier
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. Avoir une ressource à temps plein afin d'assurer la gouvernance et la mise en application des actions de la planification stratégique de façon efficiente dans un délai raisonnable et de favoriser le dynamisme de l'industrie touristique dans la MRC des Chenaux. 	Agente touristique Élus de la table touristique	Table touristique	Avril/mai 2020 2021
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 : avant décembre de chaque année
8.3 Développer les réflexes de communication entre la MRC et les acteurs touristiques du territoire	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> Création d'un groupe Facebook des entreprises touristique du territoire pour le partage d'informations Cibler des initiateurs de conversations 	Agente touristique BIT BAT	Entreprises touristiques	En continu
8.4 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 Regarder la possibilité d'inclure une section touristique dans l'infolettre culturelle afin de profiter du réseau de distribution et favoriser l'abonnement à une future infolettre exclusivement touristique 	Agente touristique BIT BAT SADC	Agente culturelle	