



Mise en œuvre du Plan de développement touristique de la MRC d'Antoine-Labelle

Les
HaUTeS •
LaUReNTIDeS



PROPOSITION D'ORDRE DU JOUR

1. Mot de bienvenue
2. Présentation des participants
3. Les 9 pistes d'action et les réalisations
4. Compte-rendu des travaux du Comité – Pôles touristiques
5. Compte-rendu des travaux du Comité – Signature
6. Mise à jour – Évolution des pôles
7. Identification des éléments de complémentarités entre pôles
8. Retour sur la piste d'action « *Organisation de l'expérience et des communications autour des grands pôles* » et des réalisations
9. Prochaines étapes
10. Prochaine rencontre
11. Fin de la rencontre

LES 9 PISTES D'ACTION ET LES RÉALISATIONS

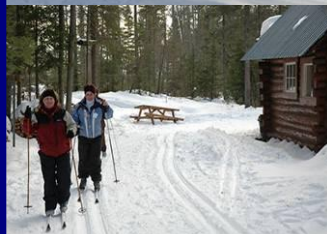
RAPPEL DES ÉTAPES RÉALISÉES

- Élaboration du Plan de développement touristique de la MRC d'Antoine-Labelle par la firme Zins Beauchesne et associés – **JUILLET À NOVEMBRE 2008;**
- Présentation de l'ébauche du Plan de développement touristique de la MRC d'Antoine-Labelle aux maires des dix-sept (17) municipalités – **CONSEIL DES MAIRES DU 13 NOVEMBRE 2008;**
- Dépôt du Plan de développement touristique de la MRC d'Antoine-Labelle au CLD d'Antoine-Labelle – **DÉCEMBRE 2008;**
- Présentation et validation du Plan de développement touristique de la MRC d'Antoine-Labelle aux membres de l'industrie touristique – **20 JANVIER 2009;**

LES 9 PISTES D'ACTION ET LES RÉALISATIONS

RAPPEL DES ÉTAPES RÉALISÉES

- Formation d'un Comité de mise en œuvre du Plan de développement touristique de la MRC d'Antoine-Labelle – **20 JANVIER 2009;**
- Première rencontre du Comité de mise en œuvre du Plan de développement touristique de la MRC d'Antoine-Labelle – **2 SEPTEMBRE 2009;**
- Création du **Comité « Pôles touristiques de la MRC d'Antoine-Labelle »** - **2 SEPTEMBRE 2009;**
- Création du **Comité « Signature »** - **2 SEPTEMBRE 2009;**
- Première rencontre du **Comité « Pôles touristiques de la MRC d'Antoine-Labelle »** - **9 NOVEMBRE 2009;**



LES 9 PISTES D'ACTION ET LES RÉALISATIONS

RAPPEL DES ÉTAPES RÉALISÉES

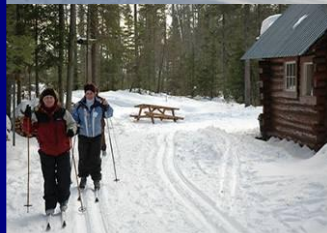
- Première rencontre du Comité « Signature » - 9 NOVEMBRE 2009;
- Deuxième rencontre du Comité « Signature » - 16 NOVEMBRE 2009;
- Deuxième rencontre du Comité « Pôles touristiques de la MRC d'Antoine-Labelle » - 26 NOVEMBRE 2009;
- Troisième rencontre du Comité « Signature » - 27 NOVEMBRE 2009;
- Dépôt du compte rendu du Comités « Pôles touristiques de la MRC d'Antoine-Labelle » au conseil des maires – 25 MAI 2010;



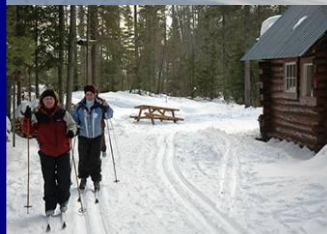
LES 9 PISTES D'ACTION ET LES RÉALISATIONS

RAPPEL DES ÉTAPES RÉALISÉES

- Rencontre de suivi et de mise à jour du Plan de développement touristique de la MRC d'Antoine-Labelle – **4 AVRIL 2011.**



LES 9 PISTES D'ACTION ET LES RÉALISATIONS




Piste d'action à court terme	Actions spécifiques	Clientèles cibles	Priorités & échéancier	Maître d'œuvre de la coordination	Partenaires	Niveau de budget Estimé et sources
<p>1 Renforcer le positionnement Grande Nature quatre saisons multiactivité</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Matériaux promotionnels informationnels <ul style="list-style-type: none"> ➢ Capitaliser sur les grands espaces, authenticité de la grande nature, les terres publiques, les aires protégées... • Brochures thématiques <ul style="list-style-type: none"> ➢ Velo, quad, motoneige, camping • Participation à des salons promotionnels généraux <ul style="list-style-type: none"> ➢ Salon Expert chasse pêche et camping, Salon plein air de l'Outaouais • Participation à des bourses touristiques <ul style="list-style-type: none"> ➢ Bienvenue Québec • Sites Internet dynamiques • Accueil de tournées journalistiques (magazines, journaux et télévision) • Ciblage spécifique de : <ul style="list-style-type: none"> ➢ La clientèle québécoise (Montréal, Gatineau) ➢ La clientèle ontarienne (Ottawa) ➢ La clientèle internationale (États-Unis, France, Belgique, Angleterre, Mexique) • Synergie avec Tourisme Laurentides <ul style="list-style-type: none"> ➢ Adhésion à Nature d'Amérique 	<ul style="list-style-type: none"> • Clientèles individuelles et familiales à la recherche d'une expérience de séjour Grande Nature authentique • Cyclistes • Campeurs • Randonneurs (pedestre, raquette, ski de fond) • Observateurs de la faune • Amateurs d'événements culturels 	<ul style="list-style-type: none"> • Hantement prioritaire, à mettre en œuvre immédiatement 	<ul style="list-style-type: none"> • CLD de la MRC d'Antoine-Labelle 	<ul style="list-style-type: none"> • ATL • SADC d'Antoine-Labelle • Entreprises privées • Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides • Autres organismes • Etc. 	<p>\$\$</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fonds de commercialisation • Développement économique Canada et Tourisme Québec via l'ATL • Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides • SADC d'Antoine-Labelle • Entreprises privées • Etc.

Le compte rendu est disponible sur le site WEB du CLD de la MRC d'Antoine-Labelle à l'adresse suivante : http://www.cld-antoine-labelle.qc.ca/doc/tourisme_plan/PlanAction07-2009.pdf


LES 9 PISTES D'ACTION ET LES RÉALISATIONS

ÉTAT DE SITUATION DES 9 PISTES D'ACTION

- 
- A1** → Renforcer le positionnement Grande Nature quatre saisons multiactivité;
 - A2** → Maintenir une présence forte auprès des clientèles traditionnelles;
 - A3** → Organiser l'expérience et les communications autour des grands pôles;
 - A4** → Pérenniser les sentiers et leur accessibilité aux services offerts par les villes et villages;
 - A5** → Déployer des efforts concertés de signalisation sur le territoire;

LES 9 PISTES D'ACTION ET LES RÉALISATIONS

ÉTAT DE SITUATION DES 9 PISTES D'ACTION

- 
- A6 →** Mettre en place des mesures de protection des territoires et de développement durable;
 - A7 →** Instaurer des mesures d'encouragement au développement d'hébergement de qualité;
 - A8 →** Établir des partenariats stratégiques pour obtenir des effets de levier;
 - A9 →** Accroître, développer et diversifier les compétences des ressources humaines.

COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – PÔLES TOURISTIQUES



AGENCE DE
DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE
DES HAUTES-LAURENTIDES

PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA MRC D'ANTOINE-LABELLE

COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ « PÔLES TOURISTIQUES DE LA MRC D'ANTOINE-LABELLE »

◆ MISE EN CONTEXTE

Le présent compte-rendu du *Comité « pôles touristiques de la MRC d'Antoine-Labelle »* découle de la mise en œuvre du Plan de développement touristique de la MRC d'Antoine-Labelle, élaboré par la firme Zins Beauchesne et associés.

Rappelons que ce plan a été élaboré en prenant en compte la réalité touristique du territoire de la MRC, composée de plusieurs zones et secteurs aux caractéristiques et dynamiques singulières. En effet, souvent appelé les Hautes-Laurentides, le territoire de la MRC d'Antoine-Labelle présente des caractéristiques propres quant à son patrimoine naturel et culturel, au type d'activités et d'hébergements présents ainsi qu'à sa localisation. Celles-ci contribuent d'ailleurs de façon unique à l'offre de la région des Laurentides.

Ce plan de développement touristique comporte plusieurs volets dont ceux visant à :

- Présenter le portrait de l'offre et de la demande touristiques dans la MRC d'Antoine-Labelle ;
- Identifier les éléments de l'analyse régionale qui s'appliquent spécifiquement à la MRC d'Antoine-Labelle (notamment dans les enquêtes et groupes de discussion auprès des clientèles) ;
- Élaborer un diagnostic de la situation touristique dans la MRC d'Antoine-Labelle ;
- Adapter les stratégies du plan de développement touristique régional au diagnostic posé pour la MRC d'Antoine-Labelle ;
- Proposer un plan de développement /marketing pour la MRC.

À la suite du diagnostic posé sur la destination touristique de la MRC d'Antoine-Labelle et des enjeux principaux qui y ont été identifiés, il a été possible de proposer une stratégie maîtresse de développement pour encadrer les investissements et actions visant à supporter la croissance de l'industrie touristique dans la MRC. À terme, l'objectif est d'implanter les infrastructures requises et d'effectuer les efforts de promotion les plus

Compte-rendu des travaux du Comité « pôles touristiques de la MRC d'Antoine-Labelle » 1

Le compte rendu est disponible sur le site WEB du CLD de la MRC d'Antoine-Labelle à l'adresse suivante : [http://www.cld-antoine-labelle.qc.ca/doc/travaux %20comitpolesv03 PDF.PDF](http://www.cld-antoine-labelle.qc.ca/doc/travaux_%20comitpolesv03_PDF.PDF)

COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – PÔLES TOURISTIQUES

QUESTIONNEMENTS PAR RAPPORTS AUX PÔLES TOURISTIQUES IDENTIFIÉS DANS LE PLAN ORIGINAL

- Doit-on avoir six (6) pôles touristiques dans la MRC d'Antoine-Labelle ?
- Quel lien y a-t-il entre les pôles ?
- Les pôles ont-ils véritablement une identité propre ?
- Lesquels sont prioritaires ?

COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – PÔLES TOURISTIQUES

CRITÈRES UTILISÉS PAR LE COMITÉ POUR DÉFINIR LES PÔLES TOURISTIQUES

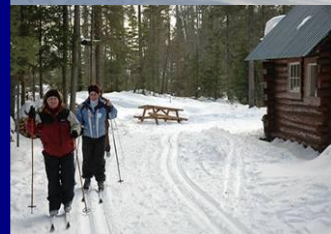
- Un regroupement d'attraits naturels et patrimoniaux uniques (lacs, rivières, forêts, faune et flore, montagnes, etc.);
- Un axe routier principal connecté à des réseaux routiers secondaires donnant un accès au territoire géographique défini (routes 117, 309, 311, 321, etc.);
- Une offre d'hébergements variée (hôtels, motels, gîtes touristiques, résidences touristiques, centres de villégiature, campings, etc.);
- Une gamme de produits et services touristiques diversifiée (restaurants, entreprises agrotouristiques, commerces, prestataires touristiques, etc.);



COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – PÔLES TOURISTIQUES

CRITÈRES UTILISÉS PAR LE COMITÉ POUR DÉFINIR LES PÔLES TOURISTIQUES

- Une concentration d'infrastructures d'accueil pouvant accommoder une clientèle locale, régionale, nationale et internationale (routes, sentiers, aéroports, rivières, etc.);
- Une prise en charge du milieu par un groupe d'acteurs reconnus ou par une structure de gouvernance soutenue par sa communauté (corporation de développement, société de développement, associations, OBNL, etc.);
- Une population locale majoritairement favorable au développement touristique de leur territoire et s'identifiant au secteur désigné.



COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – PÔLES TOURISTIQUES

ATTENTION, IL NE FAUT PAS CONFONDRE...

- Un projet touristique - développé par un promoteur;
- Un Parc régional – statut d'un territoire décrété par le MAMROT via une entente avec une MRC;
- Une aire protégée – statut d'un territoire décrété par le MDDEP;
- Un pôle touristique – identifié par les intervenants d'un milieu en fonction des critères précédemment énumérés (un pôle ne fait pas l'objet d'un statut particulier. Un pôle doit plutôt être considéré comme une façon de développer un territoire en fonction de ce qui le caractérise).



COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – PÔLES TOURISTIQUES

ATTENTION, IL NE FAUT PAS CONFONDRE...

« Un pôle touristique n'existe que si les intervenants du milieu concerné déploient une stratégie de développement concertée répondant à une clientèle touristique ciblée sur la base d'une expérience unique recherchée ».



COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – PÔLES TOURISTIQUES

PÔLES TOURISTIQUES IDENTIFIÉS PAR LE COMITÉ

En fonction d'une définition commune et des critères retenus, le **Comité « pôles touristiques de la MRC d'Antoine-Labelle »** a identifié quatre (4) pôles touristiques dans la MRC d'Antoine-Labelle

- P1 → Pôle touristique - Poisson Blanc;
- P2 → Pôle touristique - Montagne du Diable / Baskatong;
- P3 → Pôle touristique - Réservoir Kiamika;
- P4 → Pôle touristique - Haute Rouge.

COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – PÔLES TOURISTIQUES

PÔLES TOURISTIQUES IDENTIFIÉS PAR LE COMITÉ

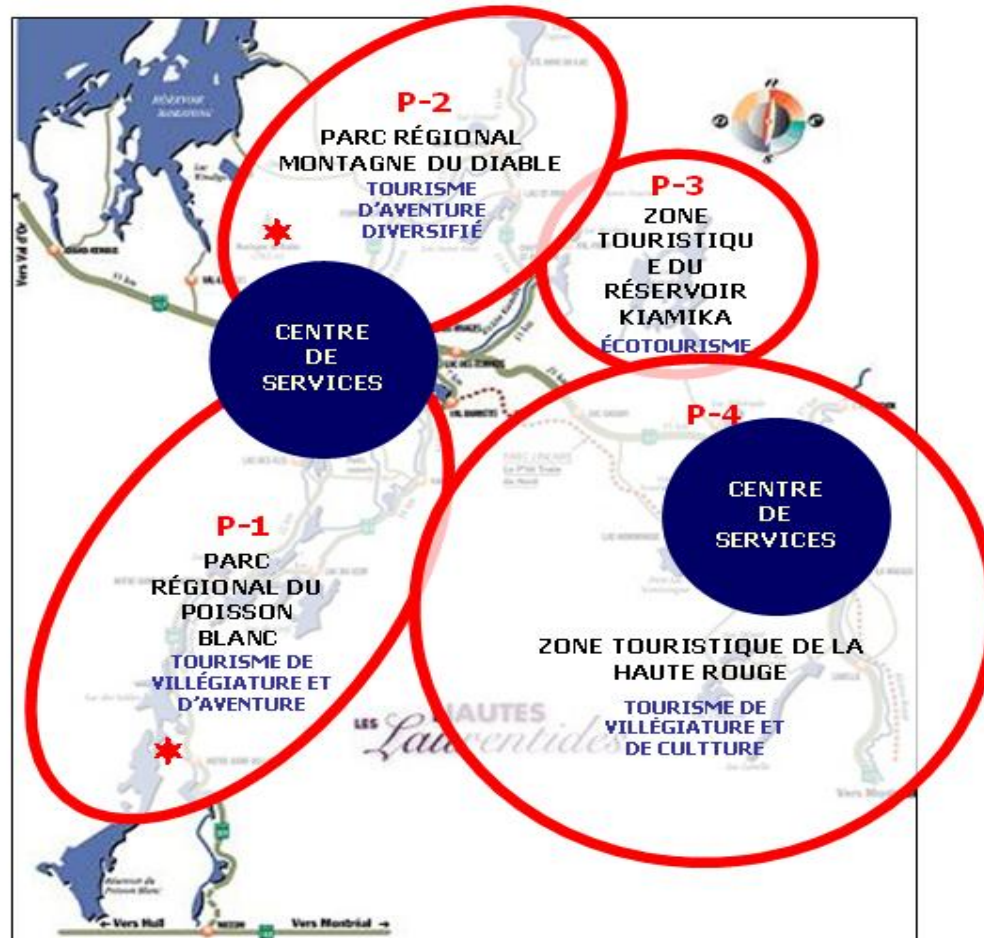
Le **Comité « Pôles touristiques de la MRC d'Antoine-Labelle »** a également identifié deux (2) centres de services afin de compléter l'offre touristique des quatre (4) pôles retenus. La clientèle qui pratique majoritairement ses activités à l'intérieur des pôles précédemment identifiés peut se procurer une gamme de biens et services dans les deux villes de la MRC (commerces de détail, hébergements, restauration, services de location, etc.).

S1 → Ville de Mont-Laurier;

S2 → Ville de Rivière-Rouge.

COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – PÔLES TOURISTIQUES

PÔLES TOURISTIQUES IDENTIFIÉS PAR LE COMITÉ



COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – SIGNATURE

IMAGE DE MARQUE DU TERRITOIRE TOURISTIQUE DE LA MRC D'ANTOINE-LABELLE

« Il a été convenu unanimement de désigner le territoire de la MRC d'Antoine-Labelle comme étant la **région touristique des Hautes-Laurentides** et d'utiliser cette dénomination pour l'ensemble des messages promotionnels relatifs à la commercialisation de l'offre touristique de la MRC. L'appellation **Hautes-Laurentides** situe le territoire dans la région des Laurentides et facilite le positionnement géographique de la zone touristique. Bien plus évocateur que le nom Antoine-Labelle auprès de la clientèle touristique, le terme **Hautes-Laurentides** caractérise et identifie mieux le territoire ainsi que ses grands espaces ».

COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – SIGNATURE

IMAGE DE MARQUE DU TERRITOIRE TOURISTIQUE DE LA MRC D'ANTOINE-LABELLE

- Signature actuelle :

Les
HaUTEs •
LaURENTIDEs



- Signature projetée : la signature actuelle sera maintenue et déclinée en fonction des expériences touristiques qui seront offertes par chaque pôles touristiques de la MRC d'Antoine-Labelle

COMPTE-RENDU DES TRAVAUX DU COMITÉ – SIGNATURE

IMAGE DE MARQUE DU TERRITOIRE TOURISTIQUE DE LA MRC D'ANTOINE-LABELLE

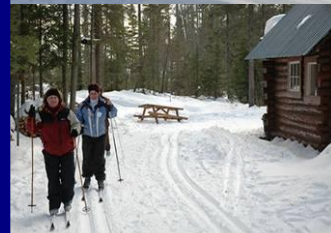
La signature touristique est la marque de commerce au cœur de la stratégie de promotion et de commercialisation des Hautes-Laurentides.

- Guides touristiques;
- Brochures, dépliants et cartes;
- Placements médias (journaux, magazines, radios, etc.);
- Portail Internet (www.tourismehautes-laurentides.com);
- Sites WEB par produits, par territoires ou par activités;
- WEB 2.0;
- Site WEB des entreprises et des intervenants du milieu.

MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P1) PÔLE TOURISTIQUE – POISSON BLANC

- **RAYONNEMENT de la zone touristique** : Secteur de la Vallée de la Lièvre sud comprenant les municipalités de Notre-Dame-du-Laus, Notre-Dame-de-Pontmain, Lac-du-Cerf, Saint-Aimé-du-Lac-des-Îles, Lac-des-Écorces, Kiamika et Mont-Laurier;
- **ACTEUR CLÉ de sa prise en charge** : Corporation du Parc régional du Poisson Blanc (parc régional existant);
- **POSITIONNEMENT de la zone touristique** : Tourisme de villégiature et d'aventure;



MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P1) PÔLE TOURISTIQUE – POISSON BLANC

ACTIVITÉS EN COURS :

- Mise en œuvre du plan de développement du parc régional;
- Poursuite du développement du réseau de sentiers et d'aménagement des infrastructures d'accueil;
- Mise en valeur des attraits naturels du Parc (aménagement et exploitation des îles du réservoir du Poisson Blanc);
- Développement de nouvelles unités d'hébergements commerciaux et augmentation du niveau de confort des établissements existants;
- Consolidation du Village d'accueil des Hautes-Laurentides.

MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P1) PÔLE TOURISTIQUE – POISSON BLANC

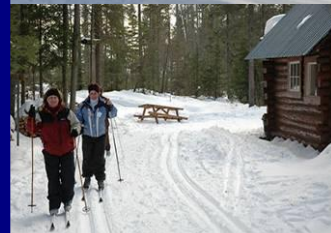
● EXPÉRIENCE PROPOSÉE :



MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P2) PÔLE TOURISTIQUE – MONTAGNE DU DIABLE / BASKATONG

- **RAYONNEMENT de la zone touristique** : Secteur de la Vallée de la Lièvre nord comprenant les municipalités de Mont-Laurier, Ferme-Neuve, Mont-Saint-Michel, Lac-Saint-Paul, Sainte-Anne-du-Lac et des TNO;
- **ACTEUR CLÉ de sa prise en charge** : Corporation du Parc régional de la montagne du Diable (parc régional en processus de création);
- **POSITIONNEMENT de la zone touristique** : Tourisme d'aventure multiactivité;



MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P2) PÔLE TOURISTIQUE – MONTAGNE DU DIABLE / BASKATONG

● ACTIVITÉS EN COURS :

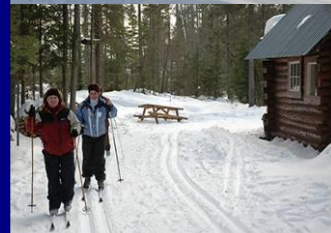
- Élaboration du plan d'aménagement et de gestion du futur parc régional de la montagne du Diable (5 pôles d'activités) tout en intégrant l'offre existante;
- Consolidation de l'offre de produits écotouristiques (Amis de la montagne du Diable);
- Consolidation des sentiers et des infrastructures dédiés à la clientèle de VHR (Gestion nature aventure des Hautes-Laurentides);
- Développement d'un concept de village - parc à Ferme-Neuve;

MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P2) PÔLE TOURISTIQUE – MONTAGNE DU DIABLE / BASKATONG

ACTIVITÉS EN COURS :

- Repositionnement du produit des pourvoires dans les Hautes-Laurentides (démarche entreprise par l'Association des pourvoires des Laurentides);
- Intégration de l'offre touristique dans une perspective de développement stratégique globale (futur parc régional, Village Windigo, Chutes du Windigo, Agrotourisme, pourvoires, etc.)



MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P2) PÔLE TOURISTIQUE – MONTAGNE DU DIABLE / BASKATONG

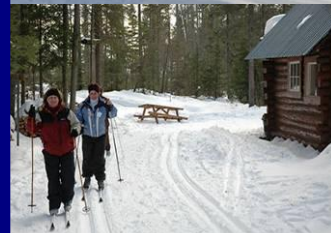
● EXPÉRIENCE PROPOSÉE :



MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P3) PÔLE TOURISTIQUE – RÉSERVOIR KIAMIKA

- **RAYONNEMENT** de la zone touristique : Comprend les municipalités de Lac-Saguay, Chute-Saint-Philippe, Rivière-Rouge et les TNO;
- **ACTEUR CLÉ** de sa prise en charge : Société de développement du réservoir Kiamika (parc régional en processus de création);
- **POSITIONNEMENT** de la zone touristique : Écotourisme (tourisme vert);



MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P3) PÔLE TOURISTIQUE – RÉSERVOIR KIAMIKA

ACTIVITÉS EN COURS :

- Élaboration du plan d'aménagement et de gestion du futur parc régional du réservoir Kiamika;
- Réalisation d'une description technique du territoire;
- Aménagement des deux principaux accès publics (chemin de la Baie des Canards et chemin McCaskill);
- Évaluation de la possibilité de mandater un démarcheur à l'international pour soutenir le développement du réservoir Kiamika;
- Projet de développement de la pourvoirie Cécaurel;

MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P3) PÔLE TOURISTIQUE – RÉSERVOIR KIAMIKA

ACTIVITÉS EN COURS :

- Réalisation d'études diverses dans le cadre des travaux de la SDRK : Planification stratégique phase I et II, plan d'ingénierie pour l'aménagement des infrastructures de services, calculs des coûts d'un concept organisationnel par pôle, étude de marché pour un projet hôtelier, étude de marché pour un projet de camping, planification de la mise en valeur des Îles du Kiamika, inventaire des activités et capacité de charge du territoire, tendances touristiques et ciblage de clientèles, documentation de concept d'écovillage, documentation de concept d'écolodge, étude comparative des modes de gouvernance en terres publiques, élaboration d'une entente de principe type et d'un cahier de charge, etc.

MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P3) PÔLE TOURISTIQUE – RÉSERVOIR KIAMIKA

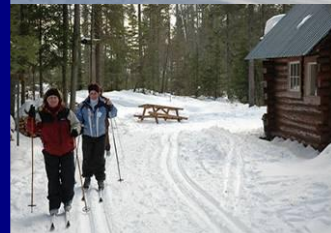
● EXPÉRIENCE PROPOSÉE :



MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P4) PÔLE TOURISTIQUE – HAUTE-ROUGE

- **RAYONNEMENT** de la zone touristique : Secteur de la Vallée de la Rouge comprenant les municipalités de Lac-Saguay, L'Ascension, Nominingue, La Macaza et Rivière-Rouge;
- **ACTEUR CLÉ** de sa prise en charge : Plein air Haute-Rouge;
- **POSITIONNEMENT** de la zone touristique : Tourisme de villégiature et culture;



MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P4) PÔLE TOURISTIQUE – HAUTE-ROUGE

ACTIVITÉS EN COURS :

- Développement de l'aéroport La Macaza – Mont-Tremblant international;
- Développement de forfaits et de circuits touristiques par Plein air Haute-Rouge (ex: avec le Club des six cantons);
- Consolidation de l'offre culturel;
- Réalisation d'une étude de faisabilité pour l'aménagement d'une maison du tourisme à l'entrée du territoire des Hautes-Laurentides (Porte de la Haute-Rouge);
- Projet de création d'un parc national (à L'Ascension);

MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

(P4) PÔLE TOURISTIQUE – HAUTE-ROUGE

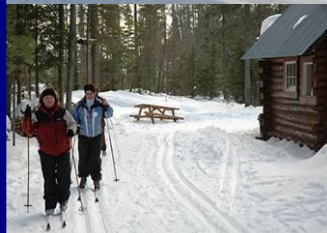
ACTIVITÉS EN COURS :

- Réalisation de divers projets afin de développer l'offre touristique de la Vallée de la Rouge : Parc le renouveau à Nomingue, Parc la Source à L'Ascension, projets de mise en valeur de la rivière Rouge par Plein air Haute-Rouge et le Comité multiressources de la Rouge, aménagement de descentes de canots le long de la rivière Rouge, projet de condos-camping à L'Ascension, projet d'agrandissement du camping de Sainte-Véronique, aménagement du parc d'interprétation de l'oie (Oie Zoo) à Rivière-Rouge, projet « *d'étude d'opportunités relativement à un aménagement récréotouristique sur cinq lots situés sur le territoire de Rivière-Rouge* », Festival de la Rouge à Nomingue, etc.

MISE À JOUR – ÉVOLUTION DES PÔLES

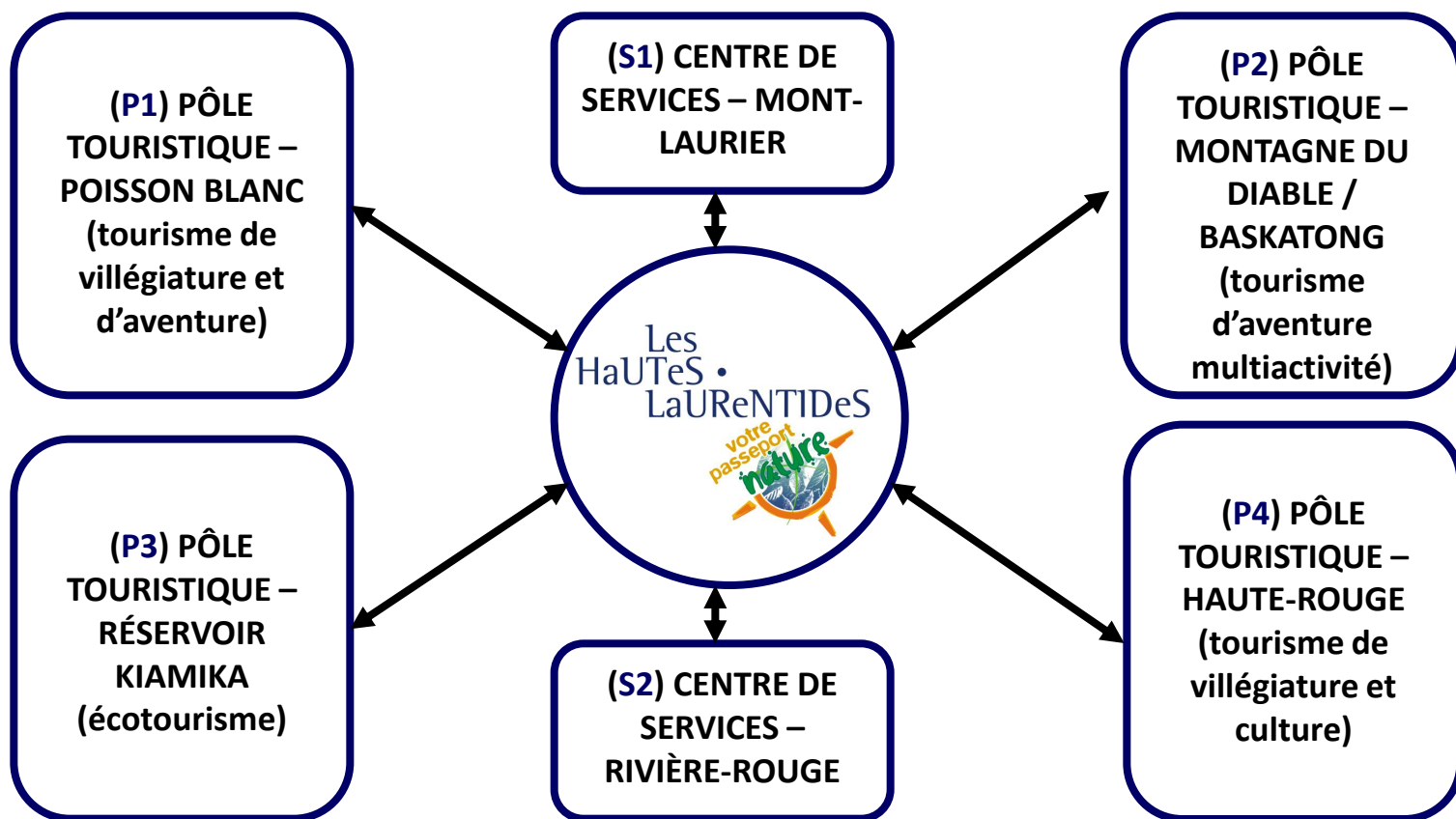
(P4) PÔLE TOURISTIQUE – HAUTE-ROUGE

● EXPÉRIENCE PROPOSÉE :



IDENTIFICATION DES ÉLÉMENTS DE COMPLÉMENTARITÉS ENTRE LES PÔLES ET LES CENTRES DE SERVICES

STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT CONCERTÉE



IDENTIFICATION DES ÉLÉMENTS DE COMPLÉMENTARITÉS ENTRE LES PÔLES ET LES CENTRES DE SERVICES

PROPOSITION D'UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT CONCERTÉE

● Formation d'un comité de travail inter-pôle :

- Démarche d'actions concertées entre les acteurs clés des pôles touristiques identifiés;
- Partage des connaissances et des compétences des parties prenantes responsables du développement des pôles touristiques;
- Mécanisme favorisant la complémentarité des pôles avec l'offre commerciale des deux centres de services;
- Suivi constant de l'évolution des pôles touristiques à géométrie variable;

IDENTIFICATION DES ÉLÉMENTS DE COMPLÉMENTARITÉS ENTRE LES PÔLES ET LES CENTRES DE SERVICES

PROPOSITION D'UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT CONCERTÉE

● Formation d'un comité de travail inter-pôle :

- Lieu d'échange et de partage d'information en fonction de l'avancement des activités en cours de réalisation;
- Comité établissant une cohérence de gestion du territoire ainsi que de son développement sur le plan touristique.

**LE CLD DE LA MRC D'ANTOINE-LABELLE SOUHAITE COORDONNER,
ANIMER ET ASSURER LE SUIVI DE CE COMITÉ DE TRAVAIL EN LIEN
AVEC LA MISE EN ŒUVRE DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT
TOURISTIQUE DE LA MRC D'ANTOINE-LABELLE**

**RETOUR SUR LA PISTE D'ACTION « ORGANISATION DE
L'EXPÉRIENCE ET DES COMMUNICATIONS AUTOUR DES GRANDS
PÔLES » ET DES RÉALISATIONS**

À PARTIR DE L'ORGANISATION DES EXPÉRIENCES PROPOSÉS...

P1



P2



P3



P4



**RETOUR SUR LA PISTE D'ACTION « ORGANISATION DE
L'EXPÉRIENCE ET DES COMMUNICATIONS AUTOUR DES GRANDS
PÔLES » ET DES RÉALISATIONS**

IL FAUDRA DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION...

P1



P2



P3



P4



RETOUR SUR LA PISTE D'ACTION « ORGANISATION DE L'EXPÉRIENCE ET DES COMMUNICATIONS AUTOUR DES GRANDS PÔLES » ET DES RÉALISATIONS

ACTIONS SPÉCIFIQUES

« Déterminer les axes de communication autour des grands pôles ».

- Dans la structure du Portail Internet :
 - Arborescence mettant en valeur les grands pôles et proposant une navigation selon un couple expérience / pôle.
- Dans la présentation de l'information touristique :
 - Bureaux d'accueil du territoire (présentation de la documentation en fonction des pôles);
 - Dans les différents guides régionaux;
 - Dans les dépliants d'entreprises.

RETOUR SUR LA PISTE D'ACTION « ORGANISATION DE L'EXPÉRIENCE ET DES COMMUNICATIONS AUTOUR DES GRANDS PÔLES » ET DES RÉALISATIONS

ACTIONS SPÉCIFIQUES

« Déterminer les axes de communication autour des grands pôles ».

- Dans les messages diffusés par :
 - Des organismes reliés au tourisme;
 - Des entreprises.

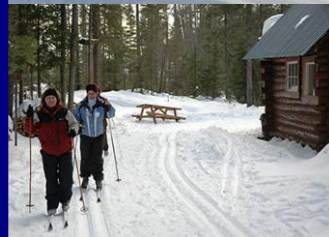


RETOUR SUR LA PISTE D'ACTION « ORGANISATION DE L'EXPÉRIENCE ET DES COMMUNICATIONS AUTOUR DES GRANDS PÔLES » ET DES RÉALISATIONS

ACTIONS SPÉCIFIQUES

« Déterminer les axes de communication autour des grands pôles ».

- Communiquer l'expérience...
 - Dans le développement de produits touristiques (en harmonie avec la philosophie des pôles);
 - En coordonnant des tournées de familiarisation avec les acteurs touristiques du milieu afin de faire connaître les services, les organismes et les entreprises de notre territoire.



PROCHAINES ÉTAPES

SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT DES PÔLES

- Concerner les acteurs clés de la prise en charge des pôles (Comité de travail inter-pôle) - **2011**;
- Identifier, caractériser, définir et communiquer le plus efficacement possible l'expérience des pôles ainsi que leurs complémentarités en fonction des marchés visés – **2011 à 2012**;
- Consolider le réseau d'accès afin de relier les pôles entre eux (sentiers motorisé et non motorisé) – **en continu**;
- Développer une stratégie de signalisation uniformisée du territoire – **2011 à 2012**;
- Développer des forfaits sur la base des expériences offertes dans chacun des pôles – **en continu**;

FIN DE LA RENCONTRE

**« MERCI POUR VOTRE PRÉCIEUSE
COLLABORATION »**