

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

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><b>2</b> <b>Maintien d'une présence forte auprès des clientèles traditionnelles</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nouvelle sollicitation auprès des clientèles passées</li> <li>• Participation à des salons promotionnels spécialisés               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Salons motoneige Toronto, York, Syracuse, Québec</li> <li>➢ Salon national du Quad à Laval</li> </ul> </li> <li>• Salon national de la Pourvoirie de MTL</li> <li>• Utilisation des médias et des sites web spécialisés               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ <a href="http://www.coureurdesbois.ca">www.coureurdesbois.ca</a></li> <li>➢ <a href="http://www.woodrunnertrail.ca">www.woodrunnertrail.ca</a></li> <li>➢ <a href="http://www.quad-aventures.ca">www.quad-aventures.ca</a></li> <li>➢ <a href="http://www.atvriding.ca">www.atvriding.ca</a></li> </ul> </li> <li>• Optimiser les sites web spécialisés (quad, motoneige, chasse et pêche)</li> <li>• Développer et améliorer le portail :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ <a href="http://www.tourismehautes-laurentides.com">www.tourismehautes-laurentides.com</a></li> <li>➢ <a href="http://www.upper-laurentians.com">www.upper-laurentians.com</a></li> <li>➢ <a href="http://www.hautes-laurentides.com">www.hautes-laurentides.com</a></li> </ul> </li> <li>• Synergie avec les associations d'intérêt régionales               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Association des pourvoyeurs des Laurentides</li> <li>➢ Les clubs motoneige</li> <li>➢ Les clubs quad</li> <li>➢ Sentiers Coureurs des bois</li> <li>➢ Sentier des Draveurs</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chasseurs</li> <li>• Pêcheurs</li> <li>• Motoneigistes</li> <li>• Quadistes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poursuivre les efforts actuels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CLD de la MRC d'Antoine-Labelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ATL</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• APL</li> <li>• Entreprises privées</li> <li>• VHR Antoine-Labelle</li> <li>• Clubs VHR</li> <li>• Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides</li> <li>• Etc.</li> </ul>	<p>\$\$</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fonds de commercialisation</li> <li>• ATL</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Entreprises privées</li> <li>• Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides</li> <li>• Etc.</li> </ul>

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><b>3 Organisation de l'expérience et des communications autour des grands pôles</b></p>	<p><b>Communication :</b> Déterminer les axes de communication autour des grands pôles et ceci pour tous les moyens de communication.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dans la structure du site Internet               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Par une arborescence mettant en valeur les grands pôles et proposant une navigation selon un couple expérience/pôle</li> </ul> </li> <li>• Dans la présentation de l'information touristique               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Bureaux d'accueil du territoire (présentation de la documentation en fonction des pôles)</li> <li>➢ Dans les différents guides régionaux</li> <li>➢ Dans les dépliants d'entreprises</li> </ul> </li> <li>• Dans les messages diffusés par :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Des organismes reliés au tourisme</li> <li>➢ Des entreprises</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Expérience :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dans le développement de produits touristiques (en harmonie avec la philosophie des pôles)</li> <li>• Dans la complémentarité entre les expériences offertes aux divers endroits</li> </ul> <p><b>Connaissance :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cordonner des tournés de familiarisation avec les acteurs touristiques du milieu afin de faire connaître les services, les organismes et les entreprises de notre territoire.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nouvelles clientèles d'expérience nature</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Au fur à mesure de l'organisation du produit et de l'expérience dans chacun des pôles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CLD de la MRC d'Antoine-Labelle &amp; principaux gestionnaires et acteurs des pôles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ATL</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Parc régional du Poisson Blanc</li> <li>• Parc régional de la Montagne du Diable</li> <li>• Société de développement du réservoir Kiamika</li> <li>• Plein air Haute-Rouge</li> <li>• Municipalités et entreprises du territoire de la MRC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides</li> <li>• Etc.</li> </ul>	<p>\$\$</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ATL</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Fonds de commercialisation</li> <li>• Parc régional du Poisson Blanc</li> <li>• Parc régional de la Montagne du Diable</li> <li>• Société de développement du réservoir Kiamika</li> <li>• Municipalités et entreprises du territoire de la MRC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides</li> <li>• Etc.</li> </ul>

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><b>4 Pérennisation des sentiers et de leur accessibilité aux services offerts par les villes et villages</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Droits de passage :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Réduire le nombre de droits de passage nécessaire</li> <li>➢ Négociation à plus long terme</li> </ul> </li> <li>• Contournement :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Mettre sur pied des mesures d'atténuation pour diminuer les irritants en milieux urbains</li> </ul> </li> <li>• Entretien :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Assurer une qualité et une fréquence adéquate</li> </ul> </li> <li>• Signalisation :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Entreprises de services</li> <li>➢ Villages et municipalités</li> </ul> </li> <li>• Inscrire la totalité ou une partie des réseaux de sentiers motorisés et non motorisés au schéma d'aménagement et dans les plans d'urbanisme</li> <li>• Faire des ententes avec les gestionnaires des territoires publics</li> <li>• Financement des réseaux</li> <li>• Plan d'action pour prévenir et gérer les conflits d'usages</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Motoneigistes</li> <li>• Quadistes</li> <li>• Cyclistes</li> <li>• Randonneurs pédestres</li> <li>• Skieurs de randonnée</li> <li>• Raquetteurs</li> <li>• Cyclistes</li> <li>• Adeptes de traîneaux à chien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hautement prioritaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• VHR Antoine-Labelle</li> <li>• MRC d'Antoine-Labelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MRC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Municipalités</li> <li>• Clubs VHR</li> <li>• FCMQ et FQCQ</li> <li>• Clubs de ski de randonnée</li> <li>• Parc régional du Poisson Blanc</li> <li>• Parc régional de la Montagne du Diable</li> <li>• Société de développement du réservoir Kiamika</li> <li>• Plein air Haute-Rouge</li> <li>• MRNF</li> <li>• APL et RZHL</li> <li>• CLD de la MRC d'Antoine-Labelle</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Commission des ressources naturelles des Laurentides</li> <li>• Table de concertation sur les véhicules hors route des Laurentides</li> <li>• Ministère du Transport</li> <li>• Etc.</li> </ul>	<p>\$\$</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MRC</li> <li>• MRNF</li> <li>• CRÉ Laurentides</li> <li>• DEC</li> <li>• FCMQ et FQCQ</li> <li>• MAMR</li> <li>• MDEIE</li> <li>• ACCORD Tourisme</li> <li>• CLD de la MRC d'Antoine-Labelle</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Etc.</li> </ul>

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><b>5 Effort concerté de signalisation sur le territoire</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Autour et vers les pôles               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Création de routes thématiques ou panoramiques pour favoriser la circulation entre les pôles</li> <li>➢ Création de routes thématiques interpôles pour les quadistes, motoneigistes et pour l'ensemble des autres réseaux de sentiers du territoire de la MRC</li> <li>➢ Création d'un service de navette entre les pôles</li> </ul> </li> <li>• Vers les attraits et activités               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Identifier les activités touristiques à privilégier sur un territoire donné</li> <li>➢ Signaler les attraits afin de les rendre accessibles</li> </ul> </li> <li>• Vers les noyaux villageois               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Développer des attraits spécifiques pour chacune des municipalités</li> <li>➢ Relier l'ensemble des villages entre eux par des routes thématiques</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientèle touristique en général</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moyen terme : au fur et à mesure du développement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CLD de la MRC d'Antoine-Labelle &amp; principaux gestionnaires et acteurs des pôles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ATL</li> <li>• Transport Québec</li> <li>• MRC</li> <li>• Municipalités</li> <li>• VHR Antoine-Labelle</li> <li>• Clubs VHR</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Etc.</li> </ul>	<p>\$\$</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ATL</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• ACCORD Tourisme</li> <li>• Privés</li> <li>• Municipalités</li> <li>• MRC</li> <li>• Ruralité</li> <li>• MAMR</li> <li>• Etc.</li> </ul>

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><b>6</b> Mise en place de mesures de protection des territoires et de développement durable</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les plans d'eau :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Plan de mise en valeur des plans d'eau à fort potentiel et mise en œuvre des mesures de protection</li> <li>➢ Préserver la qualité des plans d'eau</li> <li>➢ Encadrer leur accessibilité et ceci pour éviter les conflits</li> </ul> </li> <li>• Les paysages :               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Adaptation de la charte des paysages des Laurentides</li> <li>➢ Travailler à l'embellissement du paysage visuel</li> <li>➢ Conserver le cachet des villages</li> </ul> </li> <li>• Le territoire               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Se doter d'une politique pour l'harmonisation des usages</li> <li>➢ Doter la région d'une charte pour la pratique d'activités récréotouristiques soucieuse de son environnement</li> <li>➢ Certification des entreprises, organisations et adoption d'un comportement responsable</li> <li>➢ Participer aux travaux de la Commission des ressources naturelles et du territoire (Plan régional de développement des ressources et du territoire)</li> </ul> </li> <li>• L'utilisation renforcée du concept du parc régional ou autres types de modèle de gestion de territoire pour structurer et organiser les pôles en fonction d'un développement durable</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'ensemble des clientèles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Haute importance</li> <li>• Moyen terme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MRC d'Antoine-Labelle</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipalités</li> <li>• Commission des ressources naturelles et du territoire des Laurentides</li> <li>• ATL</li> <li>• MRNF</li> <li>• MDDEP</li> <li>• Acteurs environnementaux</li> <li>• Corporations des bassins versants</li> <li>• CLD de la MRC d'Antoine-Labelle</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipalités</li> <li>• Commission des ressources naturelles et du territoire des Laurentides</li> <li>• ATL</li> <li>• MRNF</li> <li>• MDDEP</li> <li>• Acteurs environnementaux</li> <li>• Corporations des bassins versants</li> <li>• CLD de la MRC d'Antoine-Labelle</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Etc.</li> </ul>

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><b>7 Mesure d'encouragement au développement d'hébergement de qualité</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plans de développement               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Identifier le type d'hébergement, le niveau de confort et la quantité</li> <li>➢ Considérer la personnalité naissante de chacun des pôles</li> <li>➢ Voir à la complémentarité entre les différents pôles</li> </ul> </li> <li>• Prospectus de promotion destinés aux investisseurs               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Diffuser les avantages de la région</li> <li>➢ Diffuser les caractères uniques de chacun des pôles</li> </ul> </li> <li>• Aides/mesures d'encouragement               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Crédit de taxes, aide à la mise en place d'infrastructures de base</li> <li>➢ Aide à la promotion</li> <li>➢ Autres mesures diverses</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nouvelles clientèles Grande Nature et écotouristiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Haute importance</li> <li>• Moyen terme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CLD de la MRC d'Antoine-Labelle &amp; principaux gestionnaires et acteurs des pôles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MRC</li> <li>• Municipalités</li> <li>• Entreprises privées</li> <li>• Laurentides Économique</li> <li>• Tourisme Québec</li> <li>• DEC</li> <li>• ATL</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides</li> <li>• Etc.</li> </ul>	<p>\$\$</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ATL</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• ACCORD Tourisme</li> <li>• MAMR</li> <li>• Parc régional du Poisson Blanc</li> <li>• Parc régional de la Montagne du Diable</li> <li>• Société de développement du Réservoir Kiamika</li> <li>• Municipalités</li> <li>• DEC</li> <li>• Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides</li> <li>• Tourisme Québec</li> <li>• Etc.</li> </ul>

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><b>③ Partenariats stratégiques pour obtenir des effets de levier</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les aéroports de La Macaza, de Mont-Laurier, de Gatineau et d'Ottawa               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Créer des liens d'affaires avec les gestionnaires des infrastructures aéroportuaires ainsi qu'avec leurs clientèles</li> <li>➢ Mettre en valeur la proximité de ces infrastructures</li> </ul> </li> <li>• SÉPAQ Papineau-Labelle et Rouge-Matawin, les pourvoies, les ZEC et le Parc régional du Poisson Blanc               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Renforcer les liens avec les gestionnaires de ces territoires naturels pour le développement de produits de grande nature</li> <li>➢ Développer des partenariats potentiels avec le secteur de Tremblant</li> </ul> </li> <li>• Le P'tit Train du Nord               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Consolider et protéger cette infrastructure</li> </ul> </li> <li>• L'amélioration du réseau routier</li> <li>• La protection des territoires</li> <li>• Forfaitisation de produits touristiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientèles Grande Nature internationales</li> <li>• Clientèle Montréal, Gatineau et Ottawa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Moyen/long terme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CLD de la MRC d'Antoine-Labelle et l'Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MRC d'Antoine-Labelle</li> <li>• MRC Laurentides</li> <li>• Transport Canada</li> <li>• Douane Canada</li> <li>• Transport Québec</li> <li>• Corporation du P'Tit train du Nord</li> <li>• Entreprises privées</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides</li> <li>• Etc.</li> </ul>	<p>\$\$</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MRC d'Antoine-Labelle</li> <li>• MRC Laurentides</li> <li>• Transport Canada</li> <li>• Douane Canada</li> <li>• Transport Québec</li> <li>• Corporation du P'Tit train du Nord</li> <li>• Entreprises privées</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides</li> <li>• Etc.</li> </ul>

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>⑨ <b>Accroître, développer et diversifier les compétences des ressources humaines</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrir des formations pour le personnel               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Connaissance de la région</li> <li>➢ Accueil</li> <li>➢ Services aux tables</li> <li>➢ Guidage</li> <li>➢ Premiers soins</li> <li>➢ Anglais</li> <li>➢ Etc.</li> </ul> </li> <li>• Amélioration continue des compétences en milieu de travail</li> <li>• S'assurer d'avoir de la formation disponible dans la région</li> <li>• Coordonner des tournés de familiarisations intra-sectorielles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'ensemble des clientèles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Haute</li> </ul>	<p>Centre local d'emploi, les institutions d'enseignement et les entreprises privées</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CLD de la MRC d'Antoine-Labelle</li> <li>• ATL</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• CFP</li> <li>• Chambres de commerce</li> <li>• SDC</li> <li>• Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides</li> <li>• Etc.</li> </ul>	<p>\$\$</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CLE</li> <li>• Entreprises privées</li> <li>• CLD de la MRC d'Antoine-Labelle</li> <li>• ATL</li> <li>• SADC d'Antoine-Labelle</li> <li>• Agence de développement touristique des Hautes-Laurentides</li> <li>• Etc.</li> </ul>