

Plan de développement  
touristique de Lanaudière

---

# HORIZON 2030

OSONS LE  
TOURISME  
DE DEMAIN

Document synthèse

---

Tourisme   
Lanaudière

Crédit photo: Simon Laroche

## MESSAGE DE L'ÉQUIPE

Bien ancré dans son territoire et en respect des particularités locales qui l'habitent, Tourisme Lanaudière, avec l'appui de la Chaire en tourisme Transat, a entrepris, à l'automne 2021 une large démarche de planification stratégique.

Un an plus tard, on peut dire mission accomplie : plus de 1000 personnes consultées, de nombreuses analyses et études réalisées, un diagnostic étoffé, un sommet ayant réuni plus de 150 participants, des échanges riches et porteurs, un enthousiasme communicateur qui constitue probablement la plus grande clé de cette démarche.

Au nom du conseil d'administration de Tourisme Lanaudière, c'est avec une immense joie que je vous invite à prendre connaissance du nouveau Plan de développement touristique de Lanaudière. Ce plan n'est pas seulement le plan d'une association touristique. C'est celui de toute une région et de ses acteurs socio-économiques qui choisissent résolument le tourisme non seulement comme outil de développement économique, mais aussi comme générateur de vitalité sociale et comme vecteur d'évolution en matière de bonnes pratiques environnementales.

**Agathe Sauriol**, présidente  
Tourisme Lanaudière

---

«À l'automne 2021, la Chaire de tourisme s'engageait dans une toute nouvelle aventure : co-créditer un plan de développement touristique avec Tourisme Lanaudière et les acteurs du territoire. Plusieurs membres de l'équipe ont été impliqués dans ce grand projet. Ils ont pu découvrir, au fil des rencontres, des ateliers, des sondages et des entrevues, des intervenants passionnés, fiers et démontrant une réelle volonté de s'engager dans une démarche de tourisme durable et responsable. La Chaire est à son tour très fière du travail accompli, et est confiante en la mobilisation des acteurs de la région pour relever les défis de cet ambitieux plan.»

**Marc-Antoine Vachon**,  
titulaire de la Chaire de tourisme  
Transat de l'ESG UQAM



Crédit photo : Jimmy Vigneux



«Chacun sait que dans un voyage, ce n'est pas la destination qui compte le plus, mais plutôt le chemin parcouru. C'est lui qui nous façonne et nous fait évoluer. La démarche de planification stratégique effectuée depuis plus d'un an et réalisée en co-création avec l'équipe de Tourisme Lanaudière, l'équipe de la Chaire en tourisme Transat et l'ensemble des partenaires de notre industrie constitue déjà une portion de ce chemin parcouru. Bien sûr, tout est encore à faire pour faire de Lanaudière la destination touristique durable que nous avons imaginée ensemble. Mais déjà, ce premier bout de chemin nous donne une vision commune et des pistes d'action qui permettront d'avancer ensemble vers un tourisme porteur de richesses économiques, environnementales et sociales.»

**Denis Brochu,**  
directeur général, Tourisme Lanaudière

Crédit photo : Isabelle Briffaud-Dillier



Crédit photo: Simon Laroche

## UNE NOUVELLE STRATÉGIE POUR LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LANAUDIÈRE

Ce nouveau plan de développement touristique de Lanaudière constitue l'aboutissement d'une vaste démarche réalisée sur une période d'un an en collaboration avec la Chaire de tourisme Transat. L'approche, centrée sur les acteurs du milieu, ceux qui gravitent autour de la sphère touristique ainsi que sur ceux qui habitent le territoire a interpellé plus de 1000 personnes de la région. Une consultation composée de sondages, d'ateliers et d'entretiens a permis de faire émerger les perceptions, les ambitions et les attentes de ces parties prenantes quant au développement du tourisme sur le territoire. Le plan s'inscrit également dans les grandes tendances qui rythment l'industrie et qui façonneront le tourisme au cours des prochaines années.

Cette démarche a permis de générer de nouvelles connaissances utiles à l'industrie touristique de Lanaudière. [Consultez les différents rapports.](#)

### Ancrée dans une approche de développement durable

Ce plan se veut l'achèvement d'une grande démarche, mais surtout, il constitue le point de départ d'une approche véritablement ancrée vers un tourisme respectueux des communautés et des territoires naturels.

- > Les actions du plan permettront de mobiliser et d'engager l'ensemble des acteurs vers une transition durable dont la clé est la collaboration pour déployer des projets porteurs de sens pour tous.
- > Un changement de perspective est nécessaire afin de faire évoluer la destination en harmonie avec le caractère identitaire des lieux. Cette transition sera possible en prenant assise sur les quatre piliers du tourisme durable, soit les aspects sociaux économiques, environnementaux et culturels. L'ensemble du plan est réfléchi autour de ces quatre piliers.

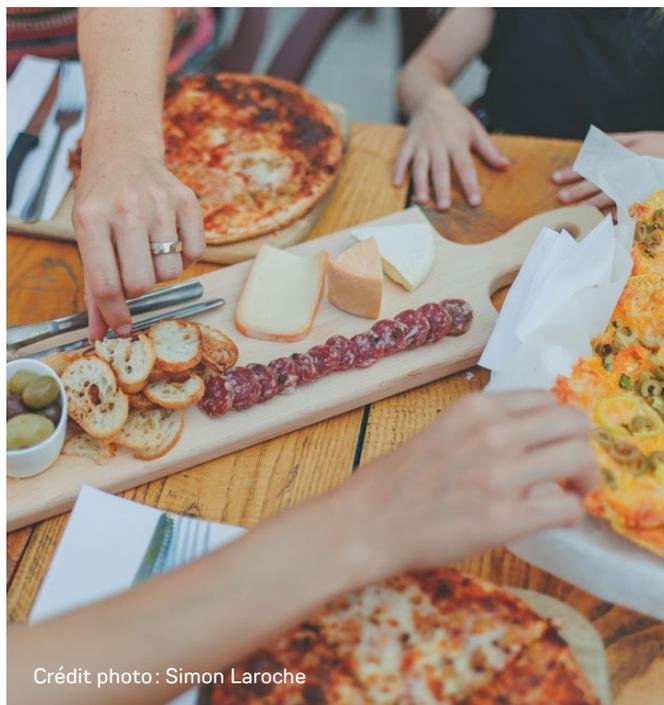


## Agile et collaborative

Ce plan constitue le guide de développement de la région pour les huit prochaines années. Il se veut évolutif et souple. Une révision, l'ajout ou l'ajustement de certaines actions et indicateurs de succès au fil des années pourrait avoir lieu afin de s'ajuster à un contexte changeant ou des circonstances imprévues.

Le plan de développement touristique de Lanaudière concerne Tourisme Lanaudière et ses membres, mais aussi un grand nombre de partenaires qui sont liés, de près ou de loin, à sa réalisation. Des organismes clés, qui démontrent une forte volonté à travailler avec l'industrie touristique, figurent aussi parmi les collaborateurs appelés à agir comme leaders pour certaines actions. Il s'agit de Loisir et Sport Lanaudière, Culture Lanaudière et le Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière. Le milieu municipal ou encore différents partenaires socio-économiques régionaux et sectoriels sont également sollicités. Le ministère du Tourisme du Québec ainsi que Développement économique Canada pour les régions du Québec, font également partie des partenaires à considérer dans la mise en œuvre de ce plan.

La stratégie marketing de Tourisme Lanaudière devra être empreinte de la vision, des orientations et des actions du présent plan afin d'assurer une cohérence entre les visées de développement de la destination et les messages communiqués, et ainsi créer une synergie favorisant l'atteinte des objectifs.



Crédit photo : Simon Laroche

## Consciente de sa réalité touristique

- > La destination accueille actuellement une clientèle fidèle, principalement québécoise et de proximité

La clientèle intra-Québec formait 95 % du marché touristique de Lanaudière avant la période pandémique. Plus de la moitié de celle-ci effectue au moins un séjour par année dans la région. Les résidents constituent également une clientèle importante puisque la majorité de ceux qui ont été sondés y réalise au moins un séjour touristique par année. Les intervenants consultés mettent surtout sur les marchés suivants : familles, couples, retraités et voyageurs solos. La clientèle touristique hors Québec dans Lanaudière est concentrée sur des offres spécifiques (produit motoneige, expérience de villégiature, auberges en forêt, etc.).

- > Une notoriété grandissante, mais encore faible qui engendre un potentiel intéressant de la destination à affirmer son identité

La destination a encore beaucoup à gagner puisque peu de Québécois sont familiers avec ce qu'elle a à offrir. Lanaudière est en concurrence avec des destinations bien établies ayant un positionnement fort. L'enjeu de notoriété et d'attractivité s'amointrit toutefois grâce à des investissements importants en notoriété effectués depuis les sept dernières années. Actuellement, la grande nature, le séjour au bord d'un lac ainsi que les produits du terroir et de l'agrotourisme sont les trois principaux éléments associés à la destination par les résidents et les Québécois.

- > Les acteurs touristiques souhaitent conserver le caractère authentique et de nature brute de la région

Diversifiée, authentique, de nature brute, vibrante et dynamique sont les qualificatifs choisis par le plus grand nombre d'acteurs touristiques de la région lorsqu'il est question de priorités pour le développement de la destination. Mais une gestion de la croissance s'impose puisque l'attractivité de la région est en hausse et le milieu touristique souhaite encore gagner en notoriété. L'authenticité et le caractère « nature brute » pourraient être compromis si des mécanismes permettant d'assurer la préservation et l'équilibre ne sont pas mis en place.



Crédit photo: Simon Laroché

## Adaptée aux zones d'expérience

La planification 2013–2020 avait notamment donné lieu au découpage de la région en zones d'expériences qui rassemblent des caractéristiques touristiques et territoriales similaires ainsi qu'en pôles touristiques qui regroupent, chacun, une densité d'entreprises ou d'attraits dans un rayon limité. La présente démarche poursuit dans cette voie en tenant compte de cette dynamique territoriale.

### Sur quoi sont basées les «zones d'expérience»?

- > La géographie, les paysages et la circulation naturelle des clientèles;
- > Les différentes ambiances pouvant capter l'intérêt du visiteur.

## Qu'est-ce qu'un pôle touristique?

C'est un secteur géographique:

- > pour lequel la densité d'entreprises et/ou d'attraits est supérieure à la moyenne, ou doté d'une caractéristique naturelle ou culturelle qui lui est propre;
- > permettant aux visiteurs de « rayonner » dans la zone environnante lors d'une excursion ou d'un court séjour.

Note:

Les pôles contribuent à comprendre la dynamique touristique du territoire. Ils n'excluent en rien la présence d'entreprises touristiques de haut calibre dans les autres portions du territoire.



## LA VISION

En 2030, la région touristique de Lanaudière rayonne par son caractère convivial et authentique à l'offre diversifiée grâce à ses pôles touristiques vivants, où il fait bon se rassembler et vivre des expériences génératrices d'impacts positifs, en toute saison.

### LES CLÉS DU SUCCÈS :

01

Affirmer notre caractère diversifié par la mise en valeur de pôles touristiques avec une identité forte et complémentaire entre eux ainsi que des expériences touristiques structurées et de proximité. Ces pôles sont connectés par des routes touristiques officielles et des circuits thématiques afin de prolonger les séjours et de répartir la fréquentation sur le territoire et dans les organisations à l'année;

02

S'engager collectivement en tant qu'industrie à devenir une destination touristique durable grâce à l'adoption des meilleures pratiques, à la protection du patrimoine naturel et culturel, au déploiement de transports alternatifs et de mobilité douce, au développement d'une offre accessible et à l'accompagnement de la clientèle dans cette transition vers un tourisme responsable;

03

Accroître le rayonnement régional grâce au caractère accueillant, authentique et fier des résidents, des entrepreneurs et des acteurs touristiques et augmenter le nombre d'ambassadeurs experts et la notoriété de la destination;

04

Capitaliser sur la connaissance fine des profils et des comportements de la clientèle en personnalisant les expériences touristiques en adéquation avec les intérêts des visiteurs pour augmenter et répartir les taux d'occupation et les retombées économiques locales;

05

Miser sur la professionnalisation, l'innovation et l'amélioration continue des entreprises pour assurer une agilité face aux crises.



# 3 GRANDS AXES D'INTERVENTION GUIDENT LE CHEMIN VERS 2030

## AXE 1

### PROTÉGER ET VALORISER NOS RACINES

Le tourisme comme protecteur et porte-voix de la culture et des joyaux naturels de Lanaudière.

## AXE 2

### BONIFIER, CONNECTER NOS ATOUTS ET DÉPLOYER LE POTENTIEL INEXPLOITÉ POUR MIEUX DÉVOILER LA DIVERSITÉ DU TERRITOIRE

Une collaboration réfléchie et structurée comme assise au déploiement de projets porteurs de sens.

## AXE 3

### ASSURER LA RÉSILIENCE ET LA SANTÉ DES ORGANISATIONS

L'humain, la connaissance et l'innovation au cœur de l'organisation responsable.



Crédit photo: Simon Laroche

## AXE 1

### PROTÉGER ET VALORISER NOS RACINES

Cet axe reflète l'identité des lieux et célèbre la diversité des gens et du territoire. Il vise à protéger les lieux patrimoniaux, naturels et les savoirs pour les générations futures. Cet axe s'inscrit également dans une volonté de contribuer à la protection et à la valorisation du patrimoine et des différentes cultures, incluant la culture atikamekw.

---

#### ORIENTATION 1

##### Protéger les patrimoines naturel, culturel et bâti du territoire

L'attractivité des produits touristiques repose, entre autres, sur la qualité et la beauté des paysages. Leur diversité (fleuve et îles, plaine et montagnes) représente un atout majeur pour la région. En partenariat avec le milieu municipal, la région se dotera de mécanismes de protection des paysages naturels, culturels et bâtis. Des efforts seront également déployés afin de pérenniser les territoires naturels à fort potentiel touristique pour le développement et la pratique d'activités récréo-touristiques. Enfin, des actions collectives seront menées afin que la clientèle développe des réflexes et des comportements responsables dans la destination.

---

#### ORIENTATION 2

##### Mettre en valeur la personnalité des lieux et des individus

La région est composée d'actifs culturels et historiques matériels et immatériels importants qui gagneraient à être caractérisés, reconnus et mis en valeur sur le plan touristique. En s'appuyant sur ses villages vivants, son patrimoine, les histoires relatives à l'évolution du territoire, aux individus marquants et aux industries qui ont laissé leurs traces dans Lanaudière, chacun des pôles touristiques sera appelé à cerner sa personnalité propre et distinctive. Cette nouvelle approche se reflètera dans la promotion de la destination auprès des différents marchés ciblés au Québec comme à l'international.

---

#### ORIENTATION 3

##### Cultiver la fierté locale

Les résidents de Lanaudière montrent un fort sentiment de fierté envers leur région, mais peu d'entre eux (27%) ont une réelle connaissance de l'éventail de l'offre touristique disponible. Néanmoins, les résidents qui trouvent la région attrayante, la connaissent également plus et se disent davantage fiers. L'élaboration d'une stratégie de communication et d'engagement de même que la création d'un réseau d'ambassadeurs font partie des actions clés pour augmenter la notoriété du secteur touristique auprès de la population.



Crédit photo: Simon Laroché

## AXE 2

### BONIFIER, CONNECTER NOS ATOUTS ET DÉPLOYER LE POTENTIEL INEXPLOITÉ POUR MIEUX DÉVOILER LA DIVERSITÉ DU TERRITOIRE

Cet axe consiste à renforcer les produits et services touristiques sur le territoire et à créer des liens entre eux afin de déployer une offre d'expériences diversifiées et structurées autour des trois grands piliers que sont le plein air et la grande nature, l'histoire, la culture et le patrimoine, ainsi que l'agrotourisme et le tourisme gourmand. Chacun de ces piliers fait l'objet d'une orientation. Il en compte également une qui consiste à connecter ces trois piliers. Cet axe fait aussi référence aux produits de divertissement et de bien-être, à l'hébergement, aux événements d'affaires et sportifs, au transport ainsi qu'à l'accessibilité universelle.

#### Le pilier phare

- > Grande nature et plein air

#### Le pilier qui donne la saveur

- > Agrotourisme et tourisme gourmand

#### Le pilier qui donne de la personnalité

- > Culture, histoire et patrimoine

## ORIENTATION 4

Rehausser l'expérience en nature en structurant des offres de plein air sur mesure, interconnectées et en cohérence avec le climat actuel et futur, sur 4 saisons

Le pilier phare de Lanaudière, soit la grande nature et le plein air, fait l'objet de plusieurs actions. Liée de près à la stratégie de développement du plein air élaborée par le milieu avec le leadership de Loisir et Sport Lanaudière, cette orientation invite notamment à appuyer le déploiement des Corridors plein air et à effectuer les connexions manquantes entre les réseaux de sentiers existants. Elle consiste aussi à développer des itinéraires phares en plein air, à mutualiser l'offre sur une même plateforme et à tirer profit des sites de plein air « locomotive » pour développer une offre de destination écoresponsable. Elle vise également à bonifier l'expérience motoneige par l'intégration d'autres éléments signature de la région, à soutenir la pérennisation de la Route Quad, à diversifier la clientèle en pourvoirie et à développer un réseau de sites d'initiation au plein air pour en faire un positionnement et à soutenir Tourisme Manawan dans son développement d'une offre d'aventures en nature.

## ORIENTATION 5

Définir l'identité culinaire, enrichir l'expérience client et amener à un niveau supérieur le produit agrotourisme et tourisme gourmand afin de créer un fort engouement dans la région

Cette orientation mise sur le pilier qui donne la saveur. Elle tient compte de la planification stratégique réalisée par le Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière. Elle consiste, entre autres, en une mise à jour de l'identité culinaire afin de mieux arrimer l'offre agroalimentaire à l'offre touristique et à faire ressortir les caractéristiques uniques par zone ou par pôle. Faire rayonner davantage la marque Goûtez Lanaudière! auprès des clientèles touristiques, notamment en augmentant le nombre de restaurants certifiés, enrichir l'expérience autour des circuits agrotouristiques ainsi que développer une offre de découverte des produits forestiers non ligneux (PFNL) figurent parmi les recommandations.

---

## ORIENTATION 6

### Enrichir l'expérience touristique sur une base annuelle par la mise en tourisme de l'offre culturelle, artistique et patrimoniale identitaire

Les travaux menant à la Structuration du tourisme culturel dans Lanaudière menés par Culture Lanaudière et Tourisme Lanaudière ont guidé l'élaboration de certaines actions de ce pilier qui donne la personnalité. Cette orientation passe ainsi par le rehaussement de l'offre culturelle-artistique, notamment par des concepts à valeur ajoutée comme des expériences multisensorielles et des haltes culturelles et gourmandes ou encore par le développement d'attraits culturels intérieurs pour enrichir l'offre hivernale et hors-saison. Elle comprend aussi l'élaboration d'une stratégie de communication harmonisée entre les milieux culturels et touristiques, l'animation des pôles par des événements culturels et la création de sites satellites pour l'accueil d'événements reconnus afin de délocaliser l'offre momentanément. L'appui à une démarche qui favorise un tourisme de rapprochement vers les communautés autochtones et la réconciliation par le biais d'événements et d'attraits, comme de valoriser et de favoriser la participation au Pow-Wow, s'inscrit aussi dans cette orientation.

---

## ORIENTATION 7

### Interconnecter et promouvoir les 3 piliers de l'offre par des propositions créatives et la structuration de l'expérience client afin de favoriser la prolongation des séjours et la dispersion de la clientèle sur le territoire

L'interconnexion des trois piliers de l'offre de Lanaudière passe par la structuration d'expériences de voyages responsables dans chacun des pôles touristiques, en fonction de leur personnalité. Cette orientation comprend aussi la mise en place d'une nouvelle route touristique officielle sillonnant les zones de montagnes, en partenariat avec les régions de la Mauricie et de Québec ainsi que la structuration et la bonification de l'offre sur le Chemin du Roy. Compte tenu de la dispersion de l'offre sur le territoire et de l'achalandage élevé en été à certains endroits, la promotion d'un tourisme lent et d'une connexion plus soutenue avec le milieu à travers les 3 piliers favorisera une meilleure répartition des flux dans la région et au fil des saisons.



Crédit photo : Simon Laroche

---

## ORIENTATION 8

**Consolider l'offre d'attractions de loisirs, de divertissement et de bien-être et favoriser les nouveaux projets qui cadrent avec la vision durable de la destination**

La région peut compter sur une diversité de produits de loisirs, de divertissement et de bien-être. Une priorité sera accordée aux nouveaux projets qui respectent des critères en tourisme durable, qui présentent une valeur ajoutée et une complémentarité avec les pôles existants et qui favorisent le maintien du caractère authentique de la région. Cette orientation vise aussi à appuyer la consolidation de l'offre autour d'attractions d'envergure (produits d'appel) comme les stations de ski, les centres de glisse, les golfs, les parcs thématiques, les spas, les parcs nationaux et régionaux, les musées et les salles de spectacles, en misant sur les 3 piliers et les services de proximité. Favoriser le développement d'attractions de divertissement intérieurs afin d'enrichir l'offre hivernale et hors saison figure aussi parmi les actions découlant de cette orientation.

---

## ORIENTATION 9

**Bonifier l'offre d'hébergement, encadrer les résidences de tourisme (entre particuliers) et encourager les projets qui renforcent le positionnement de la région en hébergement d'expérience**

L'hébergement de plein air domine l'offre dans la région, ce qui illustre l'importance du positionnement « grande nature » de Lanaudière. L'intégration des piliers culture et agrotourisme (ex. hébergements à la ferme, bâtiments patrimoniaux) permettront de renforcer le positionnement de la destination en matière d'hébergement d'expérience. L'offre hôtelière insuffisante constitue un enjeu majeur. Le soutien à la bonification de cette offre dans les noyaux urbains comme en milieu de villégiature figure parmi les actions prioritaires de cette orientation. Elle comprend également une professionnalisation de l'ensemble du secteur de l'hébergement ainsi qu'une sensibilisation des promoteurs de projets hôteliers quant à l'adoption d'un design qui s'intègre harmonieusement à son environnement. Le parc d'hébergement de la région compte une très forte part de résidences de tourisme de type « location entre particuliers ». Pour pallier l'encadrement disparate qui prévaut actuellement, une action vise à appuyer la mise en place d'un cadre législatif municipal uniforme.

---

## ORIENTATION 10

**Se positionner pour accueillir plus d'événements d'affaires et sportifs afin de diversifier la clientèle et de favoriser la fréquentation hors saison**

La région de Lanaudière possède un potentiel inexploité en tourisme d'affaires et d'événements sportifs. En matière d'événements d'affaires, les actions prioritaires consistent à soutenir la mise à niveau des installations existantes et le déploiement de nouveaux lieux pour l'accueil de congrès et d'accroître l'offre de sites de rassemblements conviviaux, originaux et atypiques. Cette orientation vise aussi à relancer et à bonifier la stratégie de communication dont le but est d'inciter les entreprises lanaudoises et celles des régions adjacentes à choisir Lanaudière comme lieu de réunion, d'activité de renforcement d'équipe, etc. Un exercice d'identification des lieux et de définition de la proposition de Lanaudière en matière d'accueil d'événements sportifs s'impose, et ce, en tenant compte des caractéristiques territoriales.

---

## ORIENTATION 11

**Offrir une diversité de types de déplacement afin d'explorer le territoire autrement et de réduire les émissions de GES**

Cette orientation comporte plusieurs actions favorisant une diversification des options de transport, dont l'accélération du développement des éco-excursions, notamment avec le service de navette de Bonjour Nature. Le dossier de l'électrification des transports y est aussi abordé sous plusieurs aspects. On y propose, entre autres, de soutenir les entreprises touristiques dans l'installation de bornes pour les voitures, notamment au nord de la région ainsi que sur les routes et circuits touristiques. Une action vise aussi le soutien aux entreprises pour l'installation de bornes pour les motoneiges électriques ou encore pour l'acquisition de tels véhicules afin de les rendre disponibles à la clientèle. La région comporte des atouts pour le développement du produit vélo, mais des investissements importants sont nécessaires. L'une des actions à cet égard consiste à sécuriser et à compléter certaines sections cyclables manquantes, en partenariat avec les instances concernées. Par ailleurs, l'identification des circuits électriques à potentiel touristique pour le vélo fait aussi partie des actions prioritaires.

---

## ORIENTATION 12

### Développer l'offre afin de devenir une destination accueillante pour les visiteurs en situation de handicap et ceux ayant des limitations fonctionnelles

La clientèle avec des besoins particuliers ou en situation de handicap est en croissance. Actuellement, la destination Lanaudière ne se positionne pas suffisamment en matière d'accessibilité, mais aurait intérêt à développer ce créneau. Cette orientation vise, entre autres, à encourager l'évaluation et l'accréditation des entreprises touristiques pour l'accueil des clientèles en situation de handicap (mobilité, déficience visuelle et auditive). Y figure aussi l'intention de faire un pas de plus en encourageant les entreprises touristiques à développer un parcours client et une expérience touristique accessible pour tous. La mise en valeur de ces sites et les histoires des visiteurs à propos de ces expériences se doivent d'être mises en valeur dans la promotion de la destination.



Crédit photo : Antoine Ancil

## AXE 3

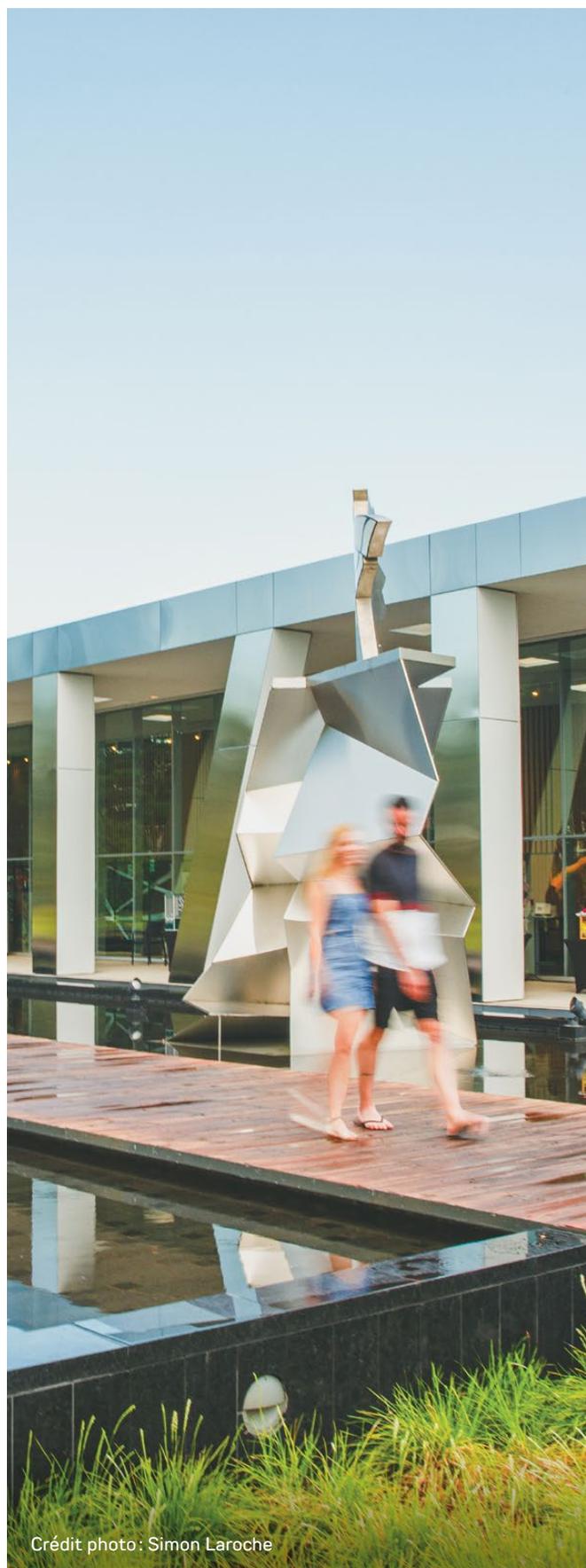
# ASSURER LA RÉSILIENCE ET LA SANTÉ DES ORGANISATIONS

Cet axe vise à assurer une agilité de l'industrie touristique par les échanges, la connaissance clientèle, l'innovation et l'accompagnement des membres.

### ORIENTATION 13

Déployer un chantier régional pour la mise en place de solutions communes en matière d'attractivité, de recrutement et de rétention de la main-d'œuvre

Le chantier des ressources humaines est prioritaire pour la santé et la pérennité de l'industrie. Plusieurs projets en cours et à venir permettront d'appuyer les organisations touristiques. Le déploiement de la Carte Avantages pour employés, l'implantation d'une solution pour la mutualisation et le partage de personnel entre les entreprises saisonnières de même qu'une programmation régionale de formations en collaboration avec le CQRHT à propos des programmes et des pratiques exemplaires figurent parmi les actions à court terme.



Crédit photo : Simon Laroche



---

## ORIENTATION 14

### Créer un écosystème de partage de connaissance et d'innovation à l'échelle du territoire

Cette orientation vise à s'assurer, d'une part, que les organisations touristiques puissent avoir accès à des données fiables et pertinentes et d'autre part, à expérimenter des solutions face à des enjeux complexes. Colliger, organiser et diffuser la connaissance à jour sur les marchés, les segments et les profils de clientèles, poursuivre la transition numérique des organisations, et travailler à ce que la Zone entreprise du site Web de Tourisme Lanaudière devienne une véritable vitrine de diffusion figurent parmi les actions à mettre en œuvre. Accroître et répandre la connaissance de l'offre touristique à l'ensemble des parties prenantes est également nécessaire, c'est pourquoi la destination enrichira le programme Expert Lanaudière et s'inspirera de ce dernier pour déployer des versions adaptées aux bénévoles et aux résidents.

---

## ORIENTATION 15

### S'engager collectivement dans un virage responsable et durable de la destination

Cette orientation vise à accompagner et à outiller les organisations pour assurer une transition durable de leurs activités et à capitaliser sur l'intérêt des acteurs touristiques à entreprendre des efforts communs pour entamer un véritable virage. Avant tout, promouvoir l'engagement de la destination envers le tourisme durable auprès des différentes parties prenantes et l'intention d'agir collectivement pour y arriver s'avère un incontournable. Renforcer les compétences en tourisme durable au sein de Tourisme Lanaudière constitue une étape essentielle à cette orientation. Elle permettra, entre autres, de faire un état des lieux en matière de certifications/accréditations dans les organisations touristiques ainsi que de coordonner les actions d'accompagnement.

## SUIVI DU PLAN ET TRANSPARENCE DE L'INFORMATION

Des mesures de rendement à la hauteur du plan de développement devront être mises en place afin de s'assurer que les actions génèrent des retombées positives dans l'ensemble des sphères du développement durable : économie, environnement, social et culture. Pour bien sélectionner les mesures de succès, un projet sera initié en 2023 afin de doter la région d'indicateurs fiables qui permettent une comparabilité dans le temps et avec d'autres régions.

La mise en place d'un comité de suivi du Plan de développement touristique de Lanaudière permettra d'assurer son déploiement et de suivre la performance de la destination. Dans un souci de transparence, Tourisme Lanaudière s'engage à communiquer périodiquement une synthèse des avancements du plan à l'industrie touristique de Lanaudière.

Les actions proposées dans ce plan sont structurantes pour la région et montrent la volonté des différents intervenants impliqués à se tourner vers un tourisme responsable et durable. L'engagement et la collaboration de l'ensemble des acteurs au cours des prochaines années seront un gage de la réussite de ce plan ambitieux!

Crédit photo : Simon Laroche

[lanaudiere.ca](http://lanaudiere.ca)



[Pour obtenir le Plan de développement touristique complet ou consulter différents rapports](#)

Une collaboration de :

Tourisme   
Lanaudière

**CHAIRE**  
de tourisme  
Transat  
ESG UQÀM