PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LANAUDIÈRE 2013-2020

SOMMAIRE

>VISION

>PRODUITS D'APPEL

>ORIENTATIONS STATÉGIQUES

>OBJECTIFS DE CROISSANCE

Tourisme LANAUDIÈRE
> RAPPROCHEZ-VOUS <

Tourisme Québec

CONTENU

OBJECTIFS DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE 4

VISION DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE 4

PRISE EN COMPTE DU CONTEXTE TOURISTIQUE PORTEUR DU QUÉBEC 5

FAITS SAILLANTS DU DIAGNOSTIC 5

APPROCHE GÉOGRAPHIQUE 6

APPROCHE DES PRODUITS D'APPEL 7

APPROCHE DES MARCHÉS PAR PRODUIT D'APPEL 8

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES 9

ORGANISATION DU DÉVELOPPEMENT 10

GROUPES DE TRAVAIL PAR ZONE D'EXPÉRIENCE 10

OBJECTIFS À L'HORIZON 2020 11

CONCLUSION 11

Photographie en page couverture : Christian Rouleau

Dépôt Légal 2013
Bibliothèque des Archives nationales du Québec
978-2-924112-10-6 (version imprimée)
978-2-924112-11-3 (version pdf)

© Tourisme Lanaudière

OBJECTIFS DU PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA RÉGION DE LANAUDIÈRE

Document de référence pour l'ensemble des intervenants de la région de Lanaudière et pierre angulaire de toute démarche de développement touristique réalisée localement ou régionalement, ce Plan vise à doter les organisations et les entreprises œuvrant de près ou de loin au développement de l'industrie touristique lanaudoise :

>d'une vision d'avenir et d'objectifs à l'horizon 2020 ;

>d'orientations stratégiques qui répondent aux enjeux majeurs de la région ;

>d'axes d'intervention et de stratégies concrètes et pertinentes, tenant compte des spécificités des territoires et des secteurs d'activités de l'industrie.

L'approche proposée favorise l'implication des acteurs régionaux et, notamment, des centres locaux de développement (CLD).

Ce plan est complété par un plan de mise en œuvre qui propose et priorise des actions et des projets, tout en identifiant les acteurs concernés par la démarche et leurs rôles respectifs, et ce, afin d'en assurer une prise en charge concrète et opérationnelle.

VISION DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LANAUDIÈRE

En 2020, Lanaudière aura réussi à générer une augmentation marquée des retombées économiques associées au tourisme sur son territoire. Elle sera reconnue en matière de tourisme durable comme étant :

>Une région appréciée pour son authenticité et son contact avec la nature, avec une offre diversifiée et accessible, surprenant par ses multiples découvertes.

>Offrant en toutes saisons des expériences variées dans des activités attractives et distinctives s'adressant à tous types de clientèles, procurant ainsi diverses occasions d'excursions et de courts séjours.

>Reconnue tant pour la diversité que pour la qualité de ses lieux d'hébergement et pour son accueil empreint de simplicité.

>Avec une industrie touristique animée par un esprit de partenariat, menée par des entrepreneurs dynamiques et près de leurs clients et supportée dans son développement par des organisations locales et régionales travaillant en complémentarité.

PRISE EN COMPTE DU CONTEXTE TOURISTIQUE PORTEUR DU QUÉBEC

Le récent Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020, déposé par Tourisme Québec en mai 2012 et bien reçu par l'industrie, est susceptible de donner un réel élan au développement touristique du Québec. Il est à noter que le nouveau gouvernement du Québec, élu en septembre 2012, a décidé d'adopter l'intégralité de ce plan et de travailler à sa mise en œuvre.

La région touristique de Lanaudière est l'une des premières à réaliser son plan de développement après la publication du plan pour le Québec, ce qui constitue un atout.

FAITS SAILLANTS DU DIAGNOSTIC CONCERNANT LA RÉGION DE LANAUDIÈRE

> Proportion de visiteurs intra Québec la plus élevée (97 %)

> Les excursionnistes représentent les 2/3 de l'ensemble des visiteurs, grâce à la proximité du bassin de population de Montréal.

> Au niveau des nuitées, une croissance sur tous les marchés depuis 2007 (+ 18 % au total).

> Un taux d'occupation annualisé de 35,4 % en 2010 (parmi les plus bas au Québec) et une perception persistante de la clientèle d'un niveau général de qualité peu élevé des lieux d'hébergement.

> 13 193 unités disponibles, toutes catégories d'hébergement confondues, mais les campings et les centres de vacances représentent 85 % de la capacité.

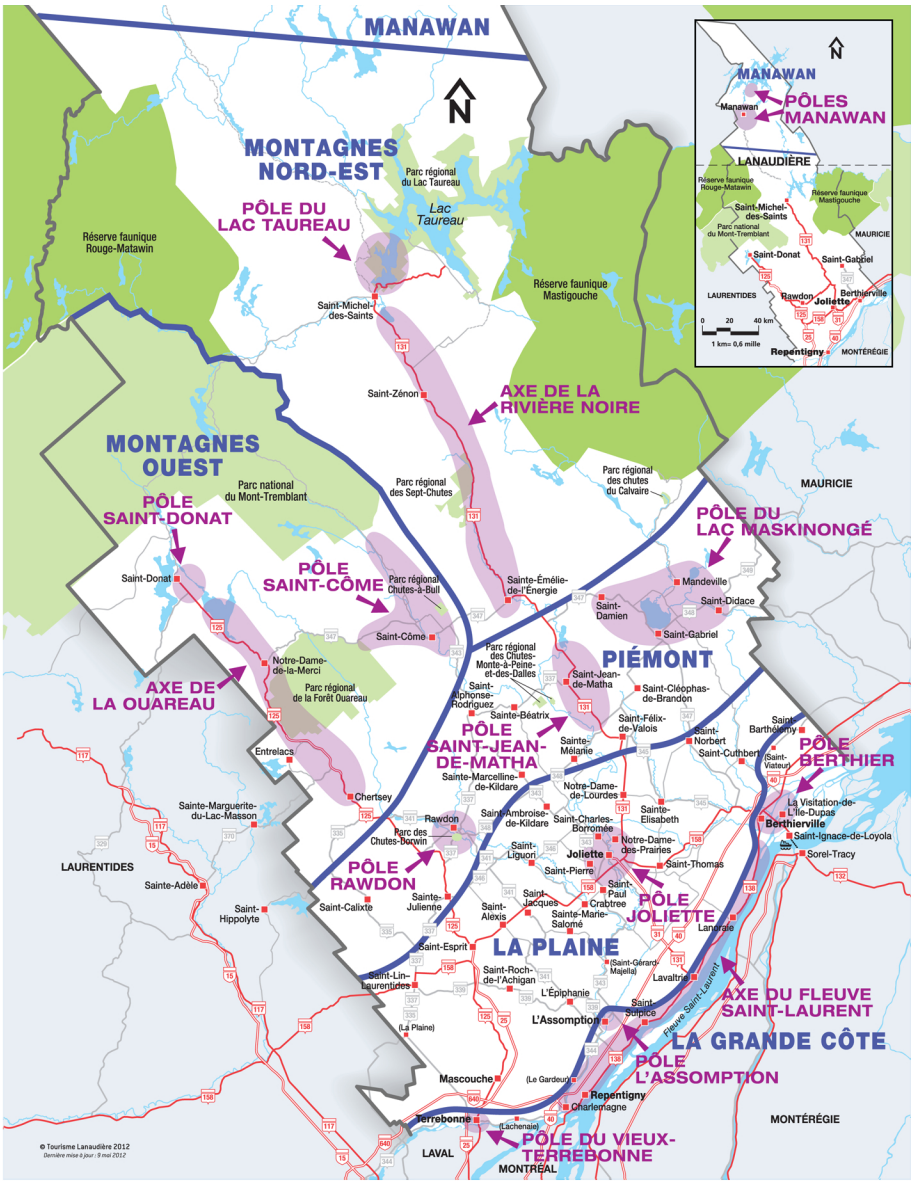
> Croissance démographique estimée à 28 % de 2010 à 2031, au premier rang des régions du Québec.

> 195 M$ de recettes de l'industrie touristique lanaudoise en 2009 ont généré un PIB de 138 M$, soit 1,8 % de l'ensemble du PIB touristique québécois et 1,3 % du PIB global de la région de Lanaudière. Ce constat indique que l'industrie touristique lanaudoise doit clairement prendre en main son propre développement.

APPROCHE GÉOGRAPHIQUE

L'importante superficie du territoire a conduit à effectuer un découpage géographique de la région selon 6 zones d'expérience et à déterminer des pôles touristiques au sein de chaque zone, ainsi que certains corridors de circulation particulièrement distinctifs qui constituent des axes touristiques.

Ce découpage pertinent met en évidence des pôles avec des personnalités liées à l'offre en termes de produits (densité, icône) et aide à caractériser la région et sa diversité. Il sera utilisé afin de décliner les stratégies et actions qui devront être réalisées dans chacune des zones, pour l'atteinte des objectifs visés par ce Plan.



APPROCHE DES PRODUITS D'APPEL

Compte tenu de la grande diversité de produits et d'activités que comprend l'industrie touristique, l'offre touristique régionale a été décomposée en six grandes familles, au sein desquelles des produits d'appel ont été déterminés, selon une approche rationnelle, et validés lors de consultations auprès d'intervenants touristiques de la région.

Les produits d'appel concernent donc les excursionnistes ou les excursionnistes et les touristes, selon les cas. L'objectif étant que la complémentarité et la proximité de produits d'appel aident à convertir des excursionnistes en touristes.

Il est à noter que les autres produits touristiques sont à considérer comme des produits de soutien, qui contribuent à la création d'une masse critique d'activités et au renforcement de l'attractivité de la région.

Le tableau suivant présente la synthèse des produits d'appel par zone d'expérience et par famille de produits et permet de constater suivant la grande diversité des produits d'appel, répartis sur plusieurs familles de produits, ce qui met en évidence la variété de l'offre touristique de Lanaudière.

FAMILLE DE PRODUITS		Grande Côte	Plaine	Piémont	Montagnes Ouest	Montagnes Est	Manawan
GRANDE NATURE	>Chasse et pêche					•	
	>Espaces de nature			•	•	•	•
	>Randonnée			•	•	•	
	>Canot / kayak	•	•	•	•	•	
	>Traîneau à chiens		•	•		•	
ATTRACTIONS	>Ski alpin				•		
	>Plages			•		•	
	>Spas / centres santé			•			
	>Golfs	•	•				
	>Glissades			•			
	>Nautisme / croisières	•				•	•
AGROTOURISME ET TOURISME GOURMAND	>Vignobles	•	•				
	>Offre diversifiée		•	•			
SPORTS MOTORISÉS	>Motoneige			•	•	•	•
CULTURE ET ÉVÉNEMENTS	>Festivals	•	•				
	>Salles de spectacle	•	•				
	>Musées / lieux historiques / patrimoine	•	•				
PRODUIT SPÉCIFIQUE	>Tourisme autochtone						•

APPROCHE DES MARCHÉS PAR PRODUIT D'APPEL

Le tableau suivant, sur la base du Diagnostic, présente le rayonnement de marché pour chacun des produits d'appel et catégories d'hébergement, établissant ainsi les liens produits/marchés les plus porteurs, autant en terme de développement de l'offre qu'en ce qui a trait à la mise en marché.

FAMILLE DE PRODUITS	MARCHÉS	Québec 0-79 km	Québec 80-159 km	Québec 160 km et plus	Ontario	États-Unis	Europe Francophone
GRANDE NATURE	>Chasse et pêche	+	+	+	-	-	+/-
	>Espaces de nature	+	+	+	+	+/-	+/-
	>Randonnée	+	+	+	-	-	+/-
	>Canot / kayak	+	+	+/-	-	-	+/-
	>Traîneau à chiens	+	+	+	+/-	+/-	+
ATTRACTIONS	>Ski alpin	+	+	+/-	-	-	-
	>Plages	+	+	+/-	-	-	-
	>Spas / centres santé	+	+	+	+/-	+/-	+/-
	>Golfs	+	+	+	+/-	+/-	+/-
	>Glissades	+	+	+	+/-	-	-
	>Nautisme / croisières	+/-	+/-	+/-	-	-	-
AGROTOURISME ET TOURISME GOURMAND	>Offre diversifiée	+	+	+/-	-	-	+/-
SPORTS MOTORISÉS	>Motoneige	+	+	+	+	+	+
CULTURE ET ÉVÉNEMENTS	>Festivals	+	+	+/-	-	-	-
	>Salles de spectacle	+	+	+/-	-	-	-
	>Musées / lieux historiques / patrimoine	+	+	+/-	-	-	-
PRODUIT SPÉCIFIQUE	>Tourisme autochtone	-	-	+/-	-	-	+
HÉBERGEMENT	>Alternatif	+	+	+	-	-	+/-
	>Camping	+	+	+	-	-	-
	>Centre de vacances	+	+	+	-	-	-
	>Gîte	+	+	+	-	-	+
	>Hôtellerie	+	+	+	+/-	+/-	+
	>Pourvoirie	+	+	+	+/-	+/-	+/-
	>Résidence de tourisme	+	+	+	+/-	+/-	+

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

L'élaboration des orientations stratégiques du Plan de développement touristique de Lanaudière a été directement basée sur les enjeux identifiés lors du Diagnostic.

ORGANISATION

> L'approche proactive et sélective du développement de l'offre en collaboration étroite avec les organismes de développement local.

> Le développement d'une culture régionale favorisant le maillage et la concertation des entreprises.

> L'accompagnement des défis en ressources humaines des entreprises touristiques.

ACTIVITÉS

> Le renforcement des produits d'appel.

> La création d'icônes et de produits distinctifs.

> Le renouvellement progressif de produits traditionnels (pourvoiries, motoneige).

SERVICES

> L'amélioration de la qualité de l'offre d'hébergement (incluant les infrastructures de tourisme d'affaires).

> Le développement d'hébergement alternatif distinctif.

> L'association plus étroite entre l'offre d'hébergement et l'offre d'activités attractives.

TERRITOIRE

> Le renforcement de pôles attractifs d'activités et de services, en lien avec les produits d'appel au sein des zones d'expérience.

> La préservation, la consolidation et la pérennité des sentiers.

> L'accessibilité aux îles et leur aménagement touristique.

> Accessibilité routière.

Dans le processus d'élaboration du Plan de développement, chacune des orientations stratégiques présentées précédemment a donné lieu à la définition de 110 stratégies*, dont la réussite repose sur certaines conditions :

> Une approche collective.

> Une approche à long terme.

> Une approche consensuelle.

> Une approche coordonnée, reposant sur le leadership de Tourisme Lanaudière.

> Une approche réaliste.

Visitez* **lanaudiere.ca/pdtl *pour consulter le plan de développement détaillé qui présente chacune de ces 110 stratégies.*

ORGANISATION DU DÉVELOPPEMENT

L'organisation du développement doit être mise en place dans la phase initiale du Plan de développement, car elle structure la réalisation des différentes interventions.

Dans ce cadre, il semble important de mettre en place dès que possible le mécanisme que constituent les « Groupes de travail par zone d'expérience ». Ces Groupes de travail reposent sur une approche locale du développement et ont pour rôle la mise en œuvre par zone des stratégies du Plan de développement touristique de la région.

Par ailleurs, il convient de disposer rapidement d'une ressource spécialisée en développement touristique au sein de Tourisme Lanaudière pour stimuler et animer la démarche concertée de développement de l'offre.

De plus, la collaboration régionale ayant conduit à la réalisation des différentes étapes de ce Plan de développement touristique de Lanaudière, grâce à l'implication des intervenants touristiques et des représentants des organismes socioéconomiques, doit se poursuivre dans la phase cruciale de mise en œuvre du plan d'action qui demandera de la cohérence et de la détermination d'ici à l'horizon 2020.

STRUCTURE PROPOSÉE DES 6 GROUPES DE TRAVAIL PAR ZONE D'EXPÉRIENCE

COMITÉ DE SUIVI PERMANENT

(Tourisme Lanaudière et les six CLD, accompagnés au besoin par les SADC et les organisations sectorielles)

>GRANDE CÔTE

(Les Moulins, L'Assomption, D'Autray)

- >PÔLE TERREBONNE
- >AXE DU FLEUVE
- >PÔLE BERTHIER

>PLAINE

(Les Moulins, L'Assomption, D'Autray, Montcalm, Joliette)

- >PÔLE L'ASSOMPTION
- >PÔLE JOLIETTE

>PIÉMONT

(Montcalm, Matawinie, D'autray, Joliette)

- >PÔLE RAWDON
- >PÔLE SAINT-JEAN-DE-MATHA
- >PÔLE LAC MASKINONGÉ

>MONTAGNES OUEST

(Matawinie)

- >AXE DE LA OUAREAU
- >PÔLE SAINT-CÔME
- >PÔLE SAINT-DONAT

>MONTAGNES EST

(Matawinie)

- >AXE DE LA RIVIÈRE NOIRE
- >LE LAC TAUREAU

>MANAWAN

(Matawinie)

- >PÔLE VILLAGE
- >PÔLE LAC KEMPT

OBJECTIFS À L'HORIZON 2020

INDICATEURS	Performances 2011	Objectifs 2020	Augmentation de 2011 à 2020
INDICATEURS D'ACHALANDAGE			
>Nombre d'excursionnistes	4 178 000	5 141 764	23,1 %
>Nombre de touristes	1 182 000	1 391 928	17,8 %
>Nombre de visites-personne	5 360 000	6 533 692	21,9 %
PERFORMANCE HÔTELIÈRE			
>Nombre de chambres disponibles	544 654	569 659	4,6 %
>Nombre de chambres louées	192 631	226 843	17,8 %
>Taux d'occupation	35,4 %	39,8 %	4,4 points de %
INDICATEURS ÉCONOMIQUES			
>Revenus de taxe d'hébergement	Indice 100	Indice 117,8	17,8 %
>Revenus d'hébergement	18,3 M$	24,7 M$	34,3 %
>Recettes touristiques	242 M$	405 M$	67.4 %

CONCLUSION

Lanaudière dispose d'un nombre appréciable d'atouts qu'il convient d'exploiter au mieux, de façon pertinente et coordonnée, pour accroître progressivement sa performance touristique :

>Variété des produits d'appel ;

>Diversité des zones d'expérience sur le territoire lanaudois ;

>Proximité d'un bassin de population important générateur de visites ;

>Intérêt grandissant de clientèles provenant de différents marchés plus éloignés pour certains produits ciblés dont nous disposons ;

>Collaboration entre les intervenants touristiques et les organismes de développement économique.

Le potentiel de développement touristique dont bénéficie la région de Lanaudière mérite qu'on s'y attarde sérieusement et de façon concertée.

LE PLAN D'UNE RÉGION

Le Plan de développement touristique de Lanaudière a été adopté par le conseil d'administration de Tourisme Lanaudière le 10 avril 2013, après validation auprès des membres du comité de suivi formé de représentants des organisations suivantes : CLD Matawinie, CLD de la MRC de l'Assomption, CLD Joliette, CLD Montcalm, CLD d'Autray, Tourisme des Moulins, Loisir et sport Lanaudière, MRC Les Moulins, MRC de Montcalm, Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière (CDBL), CRÉ Lanaudière, Culture Lanaudière, SADC Achigan-Montcalm, SADC Matawinie, SADC Autray-Joliette et Tourisme Québec.

La participation de nombreux représentants de l'industrie à différentes étapes du processus ainsi que la collaboration soutenue des agentes de développement des CLD et Office de tourisme concernés auront permis de faire de ce plan un outil de travail à l'intention non seulement de notre association touristique, mais bien à toutes les personnes impliquées de près ou de loin dans le développement touristique de la région de Lanaudière.

UN FONDS DE DÉVELOPPEMENT POUR QUE CE PLAN DEVIENNE RÉALITÉ

En juin 2013, Tourisme Lanaudière a procédé au renouvellement du Fonds de Développement de l'Offre Touristique de Lanaudière, en collaboration avec de nombreux partenaires locaux, régionaux et gouvernementaux. Ce levier financier s'adressant aux entrepreneurs peut être consulté à l'adresse suivante : **lanaudiere.ca/fdotl**

POUR EN SAVOIR PLUS

Le document complet du Plan de Développement Touristique de Lanaudière ainsi que le Portrait et le Diagnostic réalisés au préalable sont accessibles à l'adresse suivante : **lanaudiere.ca/pdtl**

450 834-2535

1 800 363-2788

lanaudiere.ca

info@lanaudiere.ca

Tourisme LANAUDIÈRE
> RAPPROCHEZ-VOUS <

Tourisme Québec