

# PLAN STRATÉGIQUE 2020-2025



 **TOURISME  
MAURICIE**



Étienne Boisvert

**Ce document est le fruit d'une réflexion et d'une concertation entre des membres du conseil d'administration, des représentants des 6 territoires et MRC de la Mauricie, des acteurs du milieu touristique régional et des experts invités qui – lors des journées de planification stratégique des 28 et 29 janvier 2021 – furent appelés à penser l'ATR et la Mauricie de demain.**

# PLAN STRATÉGIQUE 2020-2025

**Une ère nouvelle s'amorce. Une ère modelée à la fois par un contexte de crise sanitaire qui nous oblige à revoir les fondements mêmes du tourisme et de sa pratique ainsi que par un projet de relocalisation qui, en raison des opportunités et des possibles qu'il crée, permet de rêver et de donner vie à une ATR renouvelée.**

À titre d'association touristique régionale, Tourisme Mauricie continuera d'assurer et d'affirmer son rôle de catalyseur et de fédérateur auprès de ses membres. Regrouper, représenter, soutenir, développer, promouvoir et commercialiser resteront ses mots d'ordre.

Mais à titre d'ATR renouvelée, elle ajoutera à son arc des cordes propres à la lancer (et avec elle l'ensemble de la Mauricie touristique) sur la voie de la modernité. Ce sont ces cordes – celles de l'ATR de demain et de son impact sur le tourisme régional – que le plan stratégique 2020-2025 vise à mettre en lumière.

# CONTEXTE & ENJEUX

Le contexte dans lequel ce plan stratégique fut pensé et rédigé se décline en deux temps : une crise sanitaire appelée à redéfinir la façon dont le tourisme est promu et consommé à l'échelle non seulement régionale, mais également internationale, ainsi qu'un projet de relocalisation qui permet de jeter les bases d'une ATR renouvelée.

Étienne Boisvert

## CE DOUBLE CONTEXTE DONNE LIEU À 5 GRANDS ENJEUX

### 1. RELANCER

Relancer l'industrie touristique de la Mauricie en tenant compte des secteurs les plus touchés par la pandémie et en repensant la façon dont le tourisme est promu et consommé à l'échelle régionale, mais également internationale.

### 2. MODERNISER

Moderniser l'ATR et l'industrie touristique en accélérant le virage numérique; en se dotant d'un plan de développement durable; et en créant un espace de travail collaboratif aux allures « d'incubateur à projets » favorisant l'émergence d'offres touristiques novatrices.

### 3. SOUTENIR

Soutenir les membres et leur offrir les outils nécessaires à la relance de leurs activités et à la saine gestion de leurs entreprises.

### 4. RASSURER

Rassurer la clientèle touristique afin qu'elle associe la Mauricie à une destination sécuritaire (notamment en contexte pandémique) et propice à des escapades à la fois dépaysantes et facilement accessibles depuis les grands centres urbains.

### 5. FIDÉLISER

Fidéliser la clientèle locale qui s'est (ré)approprié la Mauricie au cours de la dernière année.

# UNE MAURICIE MODERNE, COLLABORATIVE & DURABLE

Yves Lavoie

## PLAN STRATÉGIQUE EN VUE DU RENOUVÈLEMENT DE L'ASSOCIATION ET DE LA RÉGION

Les journées de planification stratégique visèrent à mousser la réflexion autour de cette question : « Si vous deviez imaginer une ATR du futur, quelle forme, quel positionnement et quel rôle jouerait-elle ? ».

Cette question invite certes à la rêverie. Elle permet de multiplier les possibles et de conjecturer le futur. Mais elle invite également au concret et à l'action. Elle invite à jeter les bases d'un tourisme régional conforme aux valeurs et à la philosophie de ceux qui en sont les principaux acteurs.

### DE CES DISCUSSIONS ÉMERGEA CE TABLEAU DE L'ATR DE DEMAIN :

- Un lieu de cohabitation, d'échange et de partage entre les acteurs du milieu touristique.
- Un lieu de formation, de recherche et d'expérimentation propre à concevoir une offre touristique originale et innovante.
- Un espace de codéveloppement dans lequel chaque partie impliquée contribue – grâce à son travail, ses connaissances et le partage de son savoir – au succès de ses coéquipiers et à celui de l'industrie touristique de la Mauricie dans son ensemble.
- Une association à la fine pointe de la technologie et soucieuse de son impact environnemental.

# SA MISSION

- **Initier des projets**
- **Favoriser la collaboration**
- **Offrir les moyens et les outils nécessaires à la concrétisation des idées**



Québec Authentique, Damien Lair

# LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

1.

Assurer la relance touristique en Mauricie

2.

Réaffirmer les axes de communication caractérisant la belle d'À côté, soit « nature authentique » et « histoires étonnantes »

3.

Doter l'ATR d'un plan développement durable

4.

Accélérer le virage numérique de l'atr et des entreprises membres

5.

Développer une offre touristique à la fois sécurisante et innovante

6.

Accompagnement des membres



Oli Croteau

## ORIENTATION 1

# ASSURER LA RELANCE TOURISTIQUE EN MAURICIE

**Cette orientation s'inscrit dans la courte durée historique. La relance touristique post-pandémique est une nécessité avec laquelle l'ATR doit immanquablement composer. C'est pourquoi la question de la relance sera intrinsèquement liée à celle de l'ATR de demain, du moins jusqu'en 2023.**



Oli Croteau

## OBJECTIFS

- Offrir une visibilité accrue aux secteurs les plus touchés par la pandémie (comme l'hébergement et les centres-villes) dans nos actions promotionnelles afin d'assurer la reprise du tourisme urbain et culturel.
- Mettre en œuvre les moyens (mesures sanitaires, forfaits adaptables, politique d'annulation flexible, bornes d'enregistrement sans contact, etc.) propres à faire de la Mauricie une destination sécuritaire et insister, dans nos communications, sur cette notion de sécurité.
- Offrir les outils en mesure d'appuyer la collaboration entre les entreprises touristiques afin d'accroître la visibilité de l'offre et afin de stimuler l'économie locale.
- Poursuivre le travail de représentation de l'industrie touristique de la Mauricie à l'échelle nationale et développer des partenariats pancanadiens propres à accroître sa visibilité auprès de la clientèle touristique nationale et internationale.
- Prévoir une offre hybride qui allie présentiel et virtuel afin d'assurer la pérennité de l'offre touristique malgré les situations de crise.
- Encourager les entreprises à se montrer créatives et à développer des alternatives (de type microévénements, microfestivals, etc.) afin d'adapter rapidement leur offre événementielle lors des situations de crise.
- Développer des alternatives (notamment au sein des hébergements) pour assurer la survie du tourisme d'affaires malgré la nouvelle maîtrise des outils favorisant les rencontres virtuelles.
- Maintenir les acquis de la pandémie et développer le réflexe chez la clientèle locale de privilégier les « vacances à la maison ».

## ORIENTATION 2

# RÉAFFIRMER LES AXES DE COMMUNICATION CARACTÉRISANT LA BELLE D'À CÔTÉ, SOIT « NATURE AUTHENTIQUE » ET « HISTOIRES ÉTONNANTES »

Québec Authentique, Damien Lair



Québec Authentique, Damien Lair

**Ce n'est pas parce que l'ATR de demain accorde une importance accrue au virage numérique et aux nouvelles technologies que la Mauricie est appelée à perdre son caractère naturel et authentique. Au contraire, il importe de promouvoir la Mauricie comme une région connectée sur le monde qui invite à la déconnexion au sein de sa nature authentique et au rythme de ses histoires étonnantes. Plutôt que de lui nuire, l'avancement numérique et technologique servira de pilier au partage et à la promotion de cette nature et de ces histoires qui renvoient à des époques et à des univers frappant l'imaginaire.**

## OBJECTIFS

- Inciter davantage les membres (à l'aide d'une courte documentation) à s'approprier les axes de communication que sont « nature authentique » et « histoires étonnantes » afin d'assurer un discours unifié et homogène sur le territoire.
- Continuer de cibler la population locale (somme toute peu au fait des beautés cachées de sa région et des récits qui forgent son territoire) afin d'éveiller ou de renforcer leur intérêt pour « des vacances à la maison ».
- Mettre en valeur l'humain, soit le visage des Mauriciens et des Mauriciennes derrière l'offre touristique en région.
- Se servir des nouvelles technologies (expérience utilisateur optimisée sur le site Web de l'ATR, développement et bonification des plateformes sociales, usage de la vidéo touristique) pour accroître la diffusion de ces axes de communication.
- Développer des partenariats avec des influenceurs et des ambassadeurs naturels pour accorder davantage de visibilité à la nature authentique et aux histoires étonnantes de la Mauricie.
- Revoir certains éléments de l'image de marque afin de moderniser cette dernière : élimination du logo corporatif, polices, couleurs d'accent, déclinaisons des slogans, etc.

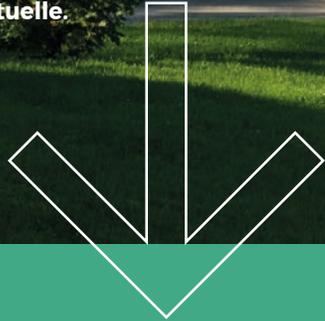


Philippe Henry

## ORIENTATION 3

# DOTER L'ATR D'UN PLAN DÉVELOPPEMENT DURABLE

Désireuse de faire sa part et de contribuer à la mise en place d'un tourisme plus durable, l'ATR s'engage à adopter des pratiques économiques, environnementales, sociales et culturelles en accord avec ses valeurs et avec celles de la société actuelle.



## OBJECTIFS

- Mettre en place un plan de développement durable en concordance avec le Cadre d'intervention du ministère du Tourisme (2021-2025).
  - Profiter des nouveaux bureaux de l'ATR pour faire de Tourisme Mauricie un chef de file en matière de développement durable en province.
  - Établir des partenariats avec les entreprises régionales d'énergie renouvelable et aller chercher les certifications attestant de l'implication de Tourisme Mauricie dans la mise en place d'un tourisme durable.
  - Mettre en place un système d'économie circulaire et favoriser le partage de ressources entre les membres (système de livraison collaboratif, production d'électricité, prêt d'équipement, achats communs, etc.).
- Éduquer la clientèle touristique (via les actions promotionnelles et communicationnelles) au respect de la culture autochtone et de l'environnement ainsi qu'à l'importance de l'achat local.
  - Accélérer l'implantation de bornes électriques pour les voitures sur le territoire.



Michel Julien

Michel Julien

## ORIENTATION 4

# ACCÉLÉRER LE VIRAGE NUMÉRIQUE DE L'ATR ET DES ENTREPRISES MEMBRES

Le virage numérique (qu'il fasse référence à la création ou à la refonte d'un site Web, à l'implantation d'un CRM, à l'adoption de plateformes sociales ou encore à l'automatisation de certaines tâches) est aujourd'hui déterminant en matière de réussite pour les entreprises. Il procure une plus grande visibilité, il permet de rejoindre une plus vaste clientèle et il permet de bonifier un chiffre d'affaires.



Michel Julien



Étienne Boisvert

## OBJECTIFS

- Inciter les entreprises touristiques à accélérer leur virage numérique en mettant à leur disposition des ressources humaines et du matériel technologique propres à les appuyer dans ce virage.
- Procéder à la refonte du site Web de l'ATR d'ici 2022 et considérer la pertinence d'implanter une plateforme transactionnelle mettant en vedette les produits et services de nos membres.
- Exploiter le plein potentiel des plateformes sociales actuelles et évaluer la pertinence d'ajouter d'autres plateformes sociales (exemples : TikTok, Clubhouse, etc.) au répertoire de l'ATR.
- Mettre sur pied une chaîne YouTube qui permettra de rejoindre un public plus vaste, de diversifier la manière de présenter le contenu et d'offrir une visibilité accrue aux entreprises membres d'ici la fin de l'année 2021.

## ORIENTATION 5

# DÉVELOPPER UNE OFFRE TOURISTIQUE À LA FOIS SÉCURISANTE ET INNOVANTE

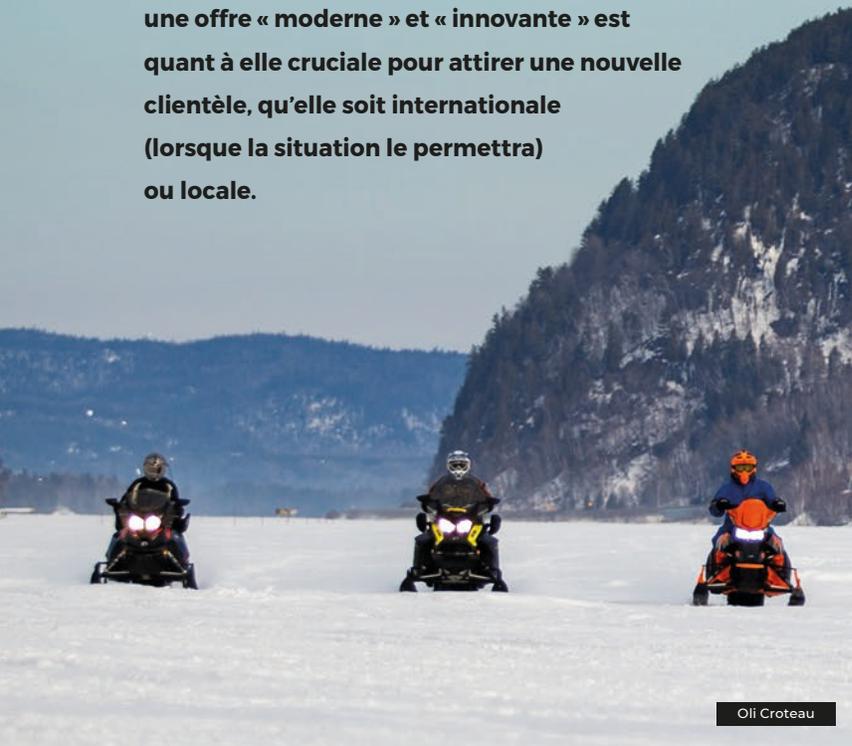
**Certains objectifs en matière de développement de l'offre ont été traités au premier point (soit celui de la relance touristique). Si une offre « sécurisante » est de ce fait nécessaire à la reprise des activités, une offre « moderne » et « innovante » est quant à elle cruciale pour attirer une nouvelle clientèle, qu'elle soit internationale (lorsque la situation le permettra) ou locale.**



Mauricie  
Labelle D'À CÔTÉ

## OBJECTIFS

- Rendre le territoire mauricien accessible au plus grand nombre en développant un réseau de transports qui rejoindra les régions les plus éloignées (ou en optimisant les installations existantes).
- Multiplier les installations propres à rendre la Mauricie plus accessible aux personnes à mobilité réduite (comme des rampes d'accès).
- Réaffirmer le rôle de colonne vertébrale de la rivière Saint-Maurice et tirer profit de la diversité des activités praticables sur les plans d'eau pour promouvoir le tourisme de nature et d'aventure.
- Développer une offre originale et au goût du jour, notamment en matière d'hébergements insolites (cabanes dans les arbres, dômes, etc.).
- Bonifier l'offre hivernale grâce à des activités qui connaissent une bonne effervescence (ski hok, fatbike, ski nordique) afin d'attirer davantage d'amateurs de plein air.
- Bonifier l'offre en pourvoirie et diversifier les activités qu'il est possible d'y pratiquer afin d'attirer une clientèle plus vaste (comme les familles).
- Développer une offre attrayante autour de l'agroforesterie et de la mycologie en multipliant les événements gastronomiques, en faisant la promotion des produits du terroir et en encourageant les partenariats entre les entreprises agroalimentaires.
- Favoriser les investissements privés et publics à petite ou grande échelle dans les sites les plus exceptionnels de la Mauricie.



Oli Croteau



Étienne Boisvert

## ORIENTATION 6

6. ACCOMPAGNEMENT  
DES MEMBRES

L'accompagnement des membres est un mandat d'autant plus crucial dans un contexte de crise sanitaire et sociale et dans celui de la relance graduelle des activités. C'est pourquoi Tourisme Mauricie veillera à fournir aux entreprises qui en ont besoin ou qui le désirent les outils nécessaires à la concrétisation des orientations susmentionnées : relance des activités touristiques, réaffirmation des axes de communication, adoption de pratiques responsables et durables, virage numérique et développement d'une offre à la fois originale et moderne.



Étienne Boisvert



Étienne Boisvert

## OBJECTIFS

- Favoriser les ententes de principes avec les AT locales et les ATS pour une synergie optimale entre nos organisations dans la perspective du service aux membres.
- Favoriser les rencontres de codéveloppement entre les entreprises touristiques de la Mauricie. Procurer davantage de visibilité aux petites entreprises dans nos actions promotionnelles et communicationnelles.
- Favoriser la collaboration entre les petites entreprises et des membres bénéficiant déjà d'une bonne visibilité afin que ces derniers servent de vitrine aux premières.
- Offrir des services-conseils (pour des subventions, de la production de contenu, le virage numérique, etc.) aux entreprises qui en ont besoin et appuyer le démarrage des nouvelles entreprises en leur communiquant les normes qu'elles doivent respecter.
- Offrir de la formation adaptée au milieu touristique et pertinente pour les entreprises dans la pratique de leurs activités.
- Maintenir et bonifier la boîte à outils humaine (qui fournit de l'aide en matière juridique, financier, psychologique et en ressources humaines) afin que cette dernière perdure après la pandémie et afin d'assurer une saine gestion des entreprises en région.

# CELA ÉTANT DIT...

**Tourisme Mauricie souhaite remercier tous ceux et celles qui ont contribué de loin ou de près à la réalisation de ce plan stratégique. Tous ceux et celles qui – œuvrant dans les milieux du tourisme, du politique, de l'enseignement, de l'environnement ou des nouvelles technologies – ont répondu présent à l'appel de la région et n'ont pas hésité à soutenir cette dernière dans la réalisation d'un projet à la fois inspirant et grandiose : celui de l'ATR de demain.**

Cette ATR, elle appartient à tous ceux qui l'ont rêvée et qui ont mis la main à la pâte. Elle appartient à tous les acteurs de l'industrie touristique locale et à tous ceux qui, comme elle, adhèrent à l'idée qu'aucun dessein – quelque colossal qu'il soit – n'est jamais irréalisable. Qu'aucun obstacle n'est jamais insurmontable. Qu'aucune crise – quelque durable qu'elle soit – n'est à même de briser la Mauricie. L'ébranler? Certes. Mais consumer ses institutions, son caractère et sa passion? À d'autres. La force de La belle d'à côté réside dans l'esprit de collaboration et d'entraide qui anime tous ceux et celles qui, chaque jour, travaillent à sa réalisation.

C'est ensemble qu'il sera possible de donner vie à l'ATR de demain. C'est ensemble qu'il sera possible de faire de la Mauricie une région à la fois moderne, collaborative et durable.



 **TOURISME  
MAURICIE**