

# **RENDEZ-VOUS DU DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2025**

Résumé des ateliers de concertation

Décembre 2025



**LEVIERS & FREINS**

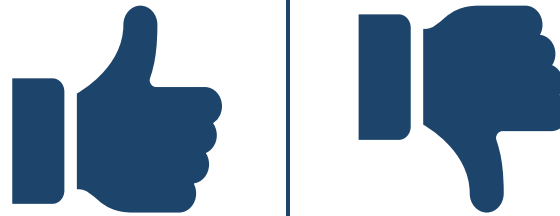


**IDÉES PORTEUSES**



**GRANDES PRIORITÉS**

# COMPRÉHENSION DU CONTEXTE



**LEVIERS & FREINS**

## Attraits naturels à haut potentiel

- L'accès au fleuve et aux lacs
- La beauté des paysages (p.ex.: coucher de soleil)
- La tranquillité vs le besoin de déconnexion
- La beauté des parcs nationaux
- Le « terrain de jeu » de plein air (vélo, sentiers, ski, motoneige, chasse, pêche, activités nautiques, etc.)
- Les routes touristiques comme « attrait en soi »

## Positionnement géographique

- Proximité du Nouveau-Brunswick
- Proximité du marché de Québec
- Carrefour de l'autoroute 20, 85 et des routes 132 et 185
- Proximité du territoire attractif de la Gaspésie

## Culture, identité et authenticité

- La forte culture locale
- L'identité culinaire bien définie
- Kamouraska: La présence d'un territoire à forte notoriété
- L'offre authentique et originale sur la grandeur du territoire

## Collaboration et concertation

- La concertation entre municipalités, MRC et partenaires
- Les organismes de développement économique actifs
- Le besoin de promoteurs dynamiques

## Financement/programmes/soutien

- Les programmes de financement
- Les retombées économiques structurantes
- L'accès à l'information stratégique

## Attractivité touristique existante

- La capacité de réalisation d'événements
- Le parc hôtelier structuré dans certains secteurs
- Le Tourisme d'affaires (RDL, Rimouski)
- Les attraits majeurs distinctifs au BSL

## RH / bénévolat / relève

- L'accès au personnel qualifié
- L'essoufflement des bénévoles
- La difficulté de trouver la relève
- Les enjeux de gouvernance des OBNL

## Saisonnalité et changements climatiques

- Les hivers de moins en moins fiables
- L'achalandage estival trop concentré
- La rentabilité du « hors-saison »
- La menace sur l'industrie phare au BSL (ref.: motoneige)

## Capacité d'hébergement

- La pénurie d'hébergement dans plusieurs municipalités
- La restauration insuffisante dans certains secteurs

## Focus touristique

- L'absence d'équipe dédiée et experte au développement touristique
- Le manque de reconnaissance de l'importance de l'industrie touristique
- Le mode réactif est souvent privilégié dans le développement touristique
- Le manque d'aide au soutien des attraits existants (vs. développement des nouveaux)

## Réglementation / Cadres administratifs

- La lourdeur administrative des programmes et canaux de communication
- La réglementation municipale limitante (CPTAQ, droits de passage)
- Les enjeux de signalisation sur le territoire

## Accessibilité / infrastructures

- Le transport collectif limité dans les villes et régions
- L'accessibilité difficile du territoire (p.ex. train / avion / location de voiture)
- Le manque d'accès structuré au fleuve

# IDÉES PORTEUSES POUR FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE 4 SAISONS



## IDÉES PORTEUSES



**HÉBERGEMENT &  
EXPÉRIENCES**

**ÉVÉNEMENTS ET  
FESTIVALS**

**GOURMAND &  
IDENTITÉ LOCALE**

**PLEIN AIR**



## HÉBERGEMENT & EXPÉRIENCES

- Hébergements atypiques et insolites accessibles quatre saisons.
- Expériences immersives abordables (p.ex.: cabanes dans le bois).
- Hébergements intégrant le patrimoine et les traditions bas-laurentiennes.
- Réseau d'auberges et de séjours axés sur le slow tourisme (sceau régional « Prendre le temps au BSL »).
- Offres hivernales tout inclus avec guide, menus à la carte et outils numériques.





## ÉVÉNEMENTS ET FESTIVALS

- Événements phares évolutifs (ref. Mois du Champignon).
- Événements pour mettre en valeur les forces naturelles et culturelles du territoire.
- Festivals hivernaux structurants (p.ex.: festival de hockey extérieur).
- Événements : Optimiser l'utilisation des infrastructures sportives.
- Consolider les événements existants comme les Marchés de Noël.
- Créer des sentiers glacés, animations hivernales et activités festives dans les marchés saisonniers.
- Arrimer les compétitions sportives avec festivals et activités hivernales.
- Tourisme d'affaires de type lac-à-l'épaule et "teambuilding"



## GOURMAND & IDENTITÉ LOCALE

- Expériences gourmandes basées sur la cuisine locale et les plats typiques.
- Circuit de l'érable reliant les érablières et les restaurateurs.
- Répertoire des cabanes à sucre accessibles offrant des expériences complètes.
- Structuration des initiatives gourmandes régionales.
- Tourisme agrotouristique hors saison.
- Séjours thématiques pour offrir une immersion authentique aux visiteurs (p.ex.: cabane de chasse et produits du bois).



## PLEIN AIR

- Circuits vélo pour allonger la saison (mai, juin, septembre, octobre).
- Accès au fleuve et aux lacs grâce à une signalisation attrayante (« Air salin par ici »).
- Stations de vélo libre-service.
- Observation des aurores boréales.
- Structurer l'offre plein air et mettre en valeur la diversité
- Recommander des parcours, des séjours, services de guides.

# GRANDES PRIORITÉS



## GRANDES PRIORITÉS



## Grandes priorités selon les participants

GRANDES PRIORITÉS

- ❖ Continuer la mise en place du plan d'arrimage entre les MRC/destinations marketing.
- ❖ Structurer une offre touristique quatre saisons cohérentes et attractives.
- ❖ Mettre en place un programme d'accompagnement et communauté de pratique pour attraits hors-saison.
- ❖ Améliorer la planification régionale grâce à une organisation et une concertation renforcée.
- ❖ Renforcer la promotion de « l'identité bas-laurentienne ».
- ❖ Déployer une stratégie de mobilité touristique facilitant l'accès au territoire.
- ❖ Centraliser l'information touristique et moderniser les outils numériques.
- ❖ Favoriser le développement de la forfaitisation et de l'offre collective.
- ❖ Accompagner les acteurs locaux pour structurer et allonger la saison touristique.



### HÉBERGEMENT & EXPÉRIENCES

1. Mettre en valeur l'expérience liée à l'hébergement hivernal:
  - Répertorier et classer l'ensemble de l'offre de type chalet en nature.
2. Adapter et accentuer la promotion de l'hébergement hivernal, *Slow tourisme*, nature, randonnées, sports d'hiver, spa et détente, etc. (tournages et photos).

❖ **Échéancier : hiver 2027**

#### **Contribution des MRC et des agents de développement :**

- Accompagnement aux entreprises pour les aider à se développer.



## ÉVÉNEMENTS ET FESTIVALS

1. Mettre en valeur l'offre des rencontres d'affaires;
2. Développer un programme d'accompagnement pour les organisateurs d'événements culturels et sportifs afin de favoriser la professionnalisation des événements (Accueil, billetterie, promotion, gestion bénévole.).

❖ **Échéancier : décembre 2026**

### **Contribution des MRC et des agents de développement :**

- Participation au programme d'accompagnement;
- Aide à la mobilisation et identification des événements porteurs sur le plan touristique qui pourraient bénéficier du programme.



## GOURMAND & IDENTITÉ LOCALE

### 1. Structurer le tourisme gastronomique :

- Consultation diagnostique auprès des restaurateurs, producteurs, écoles et organisations de promotion des saveurs;
- Projet de structuration et plan d'action.

### ❖ Échéancier : avril-juin

#### Contribution des MRC et des agents de développement :

- Mobilisation des acteurs.





## PLEIN AIR

1. Structurer l'offre « plein air » et mettre en valeur la diversité des expériences:

- Faire un portrait complet de l'offre plein air.

### **Contribution des MRC et des agents de développement :**

- Faire l'analyse et le diagnostic de leur offre
  - Y a t'il des attraits et des accès aux points d'eau qui méritent amélioration?
  - Y a t'il des trésors cachés?
  - Y a t'il des problèmes de signalisation?



## ROUTE DES LACS ET LÉGENDES

1. Mise en place de la route (structuration, mise en valeur des lacs et des légendes, site Web);
2. Mise en valeur;
3. Comité de suivi.

### Contribution des MRC et des agents de développement :

- Représentant délégué;
- Participation au comité de suivi;
- Travail sur un plan d'action.