Petite Nation

Revenez sur terre

Plan d'action

Tourisme

2023-2028

Papineau

Mise en contexte

En 2018, à la suite d'un premier forum touristique, la MRC de Papineau adoptait un premier Plan d'action touristique 2018-2021. Depuis, de nombreuses initiatives ont été réalisées telles que présentées dans le bilan du plan d'action touristique 2018-2021.

Au terme de ce plan d'action, un 2e forum devait avoir lieu. Malheureusement, celui-ci a dû être reporté de 2 ans, dû à la pandémie de COVID-19.

Le 18 octobre 2022 se tenait le Forum touristique 2.0 au Fairmont Le Château Montebello. Près de 190 acteurs du milieu touristique, élus et citoyens se sont rassemblés pour une journée d'échange lors de ce forum participatif. Rapport Forum touristique 2.0 / Résumé Forum touristique 2.0

À la suite de ce forum, un nouveau comité s'est formé représentant chacune des promenades, ainsi que différents secteurs, soit l'événementiel, la communauté citoyenne et le milieu des affaires.

En complémentarité, la MRC élaborait sa planification stratégique 2023-2028 qui a été adoptée le 19 avril 2023.

Ce plan d'action touristique 2023-2028 prend donc en compte les nombreux échanges qui ont eu lieu lors du Forum touristique 2.0, la nouvelle planification stratégique de la MRC de Papineau ainsi que les nombreuses réflexions, discussions et recherches par les membres du comité.

L'industrie touristique en Petite Nation

→ En 2016, la MRC de Papineau a accueilli environ 720 000 visiteurs (touristes et excursionnistes).
→ En 2022, en Petite Nation accueillait environ 825 000 visiteurs (touristes et excursionnistes).
→ Et en 2030, en Petite Nation aimerait accueillir 1,5 million de visiteurs (touristes et excursionnistes)

En Petite Nation est une destination touristique à la fois bien établie, mais également méconnue de plusieurs.

Son positionnement auprès de la clientèle demeure toutefois flou. Toutefois, depuis l'appellation touristique en Petite Nation, on ressent auprès de la population un sentiment d'appartenance grandissant. Plusieurs campagnes promotionnelles ont été réalisées à l'échelle locale et auprès des régions avoisinantes. Ces campagnes avaient pour but de nous démarquer en invitant touristes et résidents à aller se promener en Petite Nation.

Ses forces :

- L'un de ses grands avantages reste toujours sa proximité du triangle Montréal, Gatineau-Ottawa et Mont-Tremblant qui reçoit plus de 2 millions de visiteurs par an. Destination à échelle humaine, elle reste authentique en nous invitant à Revenir sur terre.
- Elle bénéficie d'attraits et de festivals reconnus.

La région touristique en Petite Nation s'étend sur un immense territoire de 33 200 km^2 et compte près de 24 000 habitants répartis dans 25 municipalités. La MRC est reconnue pour sa grande quantité et variété d'espaces naturels sauvages permettant la tenue d'activités de plein air. La MRC est le lieu de résidence de nombreux artistes, artisans et producteurs agricoles qui sont les fondements de l'offre touristique régionale. L'eau est aussi un élément important; avec ses nombreux lacs et des Outaouais qui la longe, la région est propice aux activités nautiques.

Manifesto Petite Nation

Une Nation c'est une fierté collective.
Une Petite Nation a le souci de se préserver.
Une Petite Nation ce sont des citoyens engagés à partager le plaisir d'habiter une nature plus grande qu'eux.
Nous sommes authentiques parce que nous sommes humbles et respectueux de notre richesse naturelle.
Nous cultivons la nature avec respect et offrons aux visiteurs ce que nous apprenons d'elle.
En Petite Nation, un touriste ne se sent plus touriste.
En Petite Nation, c'est un invité, un citoyen d'honneur.
Il reçoit, participe, apprend et repart avec le sentiment d'avoir véritablement fait un tour de terre.

Énoncé de positionnement

Notre territoire dispose des plus belles promenades champêtres du Québec

Nous sommes à l'antithèse du tourisme de masse.
Nous sommes très inventifs pour magnifier la nature environnante.
Et les touristes qui nous visitent en redemandent :
« Où pouvons-nous poursuivre notre balade ? »

D'un village à un autre village, au travers de ces 25 municipalités,
Petite Nation possède une ramification de promenades sans fin.
La diversité de petits et moyens attraits permet de bâtir une offre sur la diversité des promenades.

Nos 5 promenades

Revenez sur terre grâce aux promenades champêtres en Petite Nation. Parcourez de cinq façons cette région riche en trésors!
La Bucolique met en valeur la beauté des paysages. La Culturelle englobe l'art et le patrimoine.
La Gourmande vous en mettra plein les papilles. Éclatez-vous avec la promenade Sportive ou reconnectez avec votre vraie nature grâce à la promenade Sauvage.
Pour votre promenade bucolique, découvrez les routes de nos plus beaux paysages ou encore pour trouver l'endroit idéal pour se ressourcer.

Les membres du comité actuel

Promenade gourmande -Jennifer Wilson
Promenade bucolique - Hélène Léger
Promenade culturelle - Pierre Bernier
Promenade sauvage - Renée Giroux
Promenade sportive - Serge Corbeil
Événementiel - Roxanne Constantineau
Membre de la communauté - Martin Parent
CCVPN - Louis Biron
MRC Papineau – Martine Caron

Membre du comité qui a aussi siégé

Promenade gourmande - Geneviève Duval

Légendes du plan d'action

Partenaires impliqués

CACP : Centre d'action culturelle de la MRC de Papineau
CCVPN : Chambre de commerce Vallée de la Petite-Nation
CLP : Corporation des Loisirs de Papineau
CPTAQ : Commission de protection du territoire agricole du Québec
CSCV : Commission scolaire au Cœur-des-Vallées
ÉAQ : Événements attractions Québec
ÉEQ : École des Entrepreneurs du Québec
LSO : Loisir Sport Outaouais
MÉI : Ministère de l'Économie et de l'Innovation
MFFPQ : Ministère de la Faune, des Forêts et des Parcs du Québec
MRNF : Ministère des Ressources naturelles et des Forêts
MTQ : Ministère des Transports du Québec
PRFB : Parc régional de la Forêt de Bowman
SADC : Société d'aide au développement de la collectivité de Papineau
SÉPAQ : Société des établissements de plein air du Québec
TAO : Table agroalimentaire Outaouais
TO : Tourisme Outaouais

Personnels de la MRC :

AEQ : Conseillères aux entreprises - Accès Entreprise Québec
AC : Agente de communication
ADCPI : Agente de développement culturel et patrimoine immobilier
ADT : Agente de développement touristique
ADA : Agente de développement agricole
SAT : Service de l'aménagement du territoire

Nos grandes priorités :

1. Soutenir les promoteurs pour créer des conditions favorables au développement de l'offre touristique
2. Déployer une stratégie promotionnelle
3. Assurer un tourisme durable

	Actions et échéancier	Partenaires et employés de la MRC impliqués	Indicateurs et résultats visés
Priorité 1 - Soutenir les promoteurs pour créer des conditions favorables au développement de l'offre touristique			
Assurer une communication constante avec les promoteurs	En continu et au besoin • Informer sur les tendances de l'industrie touristique • Mettre en valeur les priorités touristiques du gouvernement *Via* • Le groupe Intervenants touristique en Petite Nation • L'infolettre affaires • Par courriel ciblé selon les secteurs d'activités	• AEQ • AC	• Nombre d'abonnés • Nombre d'interaction et retour • Rapport MailChimp, sites web, médias sociaux
Offrir et promouvoir des formations selon les besoins des promoteurs	Au besoin *Formations offertes* • Les événements et l'écoresponsabilité – 2023 • Formation 100 % accueillant – 2024	• TO, CSCV, LSO, AEQ, SADC, ÉEQ, CSCV	• Nombre de formations offertes • Nombre de participants
Soutenir les promoteurs dans la pénurie de main-d'œuvre	• Projet-Plateforme numérique de partage de ressources humaines (via TO) – 2023	• TO	• Nombre d'entreprises participantes
Financer des projets en tourisme	• Fonds, programmes, subventions et prêts accordés annuellement	• Ministères • TO	• Nombre de demandes • Nombre de projets financés selon le financement disponible
Créer des alliances entre les promoteurs	• Offre de forfaits (pour les clients) • Offre de forfaits promotionnels	• Promoteurs d'événements • CLP • ADCPI	• Intérêt des promoteurs

	Actions et échéancier	Partenaires et employés de la MRC impliqués	Indicateurs et résultats visés
Rencontrer les intervenants touristiques	Au besoin • Événements: 2023-03-14 et octobre 2023 • Au moins une fois par année		• Intérêt des promoteurs • Nombre de participants
Soutenir et créer des conditions favorables au développement de l'événementiel	• Aider financièrement les événements grâce au Fonds de visibilité aux festivals et événements en Petite Nation	• Promoteurs d'événements	• Nombre de demandes • Nombre de projets financés / financement disponibles
	Promouvoir les différents événements : • Via Facebook – Événements, infolettres et site touristique • Napperon annuel des événements • Mettre en place d'autres moyens pour promouvoir les événements (ex. capsules radio) – 2024	• Promoteurs d'événements • Restaurateurs	• Intérêt des promoteurs • Intérêt des restaurateurs • Popularité des événements (fréquentation)
Soutenir et créer des conditions favorables au développement de l'hébergement	• Étude sur l'hébergement touristique – 2023	• Municipalités • Hébergements	• Dépôt de l'étude
	• Adoption de la règlementation de l'hébergement touristique – par les municipalités – 2023	• Municipalités • SAT	• Adoption de règlements par chacune des municipalités
	• Élaborer une stratégie en matière d'hébergement touristique -2024	• Municipalités • Promoteurs	• Élaboration d'une stratégie d'hébergement touristique
	• Développement de l'offre: nomadisme et hébergement à la ferme – 2025	• Municipalités • Promoteurs • MAPAQ	
Soutenir et créer des conditions favorables au développement de certains secteurs d'activités des municipalités	• S'assurer que toutes les municipalités participent à la réalisation du plan d'action touristique afin de créer un sentiment d'appartenance à la région touristique au sein de la population – En continu	• Municipalités	• Nombres de municipalités impliquées

	Actions et échéancier	Partenaires et employés de la MRC impliqués	Indicateurs et résultats visés
	• Développer et mettre en valeur les villages-relais – En continu	• Montebello • Val-des-Bois • Commerçants • TO	• Développement de l'offre Achalandage touristique
	• Soutenir la municipalité de Chénéville dans ses démarches pour garder son statut de zone touristique - 2023	• Chénéville, • TO • MÉI	• Chénéville obtient son statut de zone touristique
	• Collaborer à l'aménagement de haltes routières; points de vue panoramiques et lieux sécuritaires pour les cyclistes – En continu	• Municipalités • MTQ	• Selon les projets du milieu
Soutenir et créer des conditions favorables au développement du plein air	Soutenir le Parc régional de la Forêt de Bowman : • Membre du CA En continu	• PRFB • Bowman	• Réalisation du plan d'action de l'organisation
	• Soutenir les activités de la CLP En continu	• CLP • Ses membres	• Réalisation du plan d'action de l'organisation
	Vélo / Route verte • Réviser le tracé – en cours • Planifier et assurer son entretien • Élaborer des ententes à long terme avec les propriétaires de terrains privés • Promouvoir la Cycloroute (cartes) • Inciter le MTQ à aménager des accotements pour les vélos sur les circuits routiers ciblés par la MRC	• Municipalités • Propriétaires de terrain • Parc national de Plaisance • Vélo Québec • MTQ • Pacte de l'Amitié • TO	• Qualité de la Route verte et le nombre de cyclistes qui utilisent la Route verte

	Actions et échéancier	Partenaires et employés de la MRC impliqués	Indicateurs et résultats visés
	Nautique / Route Bleue • Développer les activités nautiques sur la rivière Petite Nation • Rendre accessibles les mises à l'eau	• CLP • Municipalités, • Propriétaires terriens • Canot-Kayak Québec	• La rivière Petite Nation est une Route Bleue
	Sentiers • Appuyer le milieu dans le développement des sentiers et leur mise en valeur		
Soutenir et créer des conditions favorables à la découverte de l'art et du patrimoine	• Promouvoir les initiatives du Centre d'action culturelle de la MRC de Papineau	• ADCPI • Partenaires	• Réalisation de la politique culturelle
	Promouvoir les Célébrations • 2024 : 350e de la Seigneurie de la Petite-Nation • 2025 : Plaisance – 125e anniversaire		
	• Promouvoir les ressources, attraits et activités culturelles		
	• Valorisation du patrimoine bâti et des paysages • Sensibiliser les élus et les municipalités à l'importance de protéger et mettre en valeur les paysages le long des principaux axes routiers		
	• Création de murales		
	• Valorisation et protection des savoirs et traditions		
Soutenir et créer des conditions favorables au développement des Chemins d'eau	• Participer au comité de développement	• TO • MTQ	

	Actions et échéancier	Partenaires et employés de la MRC impliqués	Indicateurs et résultats visés
	• Prolonger la Route touristique vers l'est : Représentation politique	· Organisations le long des Chemins d'eau	• Plus grand achalandage et reconnaissance de la Route touristique
	• Soutenir la revitalisation des villages sur la route 148 : La 148 en Folie • Colonnes Morris • Route Verte et infrastructure de vélo	• Municipalités de la 148	• Intérêt des municipalités • Popularité des actions
Soutenir et créer des conditions favorables au développement agrotouristique	• Faire des liens entre l'Agro Lab Petite Nation et le tourisme:	• ADA	• Nombre d'actions posées
	• Mise en valeur de l'agrotourisme	• Partenaires agrotouristique	• Nombre d'actions posées
Assurer un partenariat avec notre Association touristique régionale (ATR) et provinciale Tourisme Outaouais et Événement Attraction Québec	• Membre • Entente marketing, *Action :* • Salon • Guide touristique • Carte vélo • Tournée média	• Tourisme Outaouais • ÉAQ	• Partenariats réalisés
Priorité 2 - Déployer une stratégie promotionnelle			
Rester innovant dans la promotion en développant un nouveau slogan identitaire qui suivra le fil identitaire des 'promenades'	• Être à l'affut de nouvelles tendances • Créer du contenu photo et vidéo • Développer de nouveaux slogans identitaires *Sept. 2024 pour janvier 2025*	• Partenaires	• Proposition de nouveaux slogans identitaires
Site touristique bilingue petitenationoutaouais.com	En continu • Assurer une mise à jour	• Partenaires	• Site à jour

	Actions et échéancier	Partenaires et employés de la MRC impliqués	Indicateurs et résultats visés
Carte touristique été/hiver	•Mise à jour annuelle • Impression • Distribution	• Partenaires	• Nombre de cartes distribuées • Intérêt des lieux de distribution
Installer des drapeaux aux entreprises touristiques et s'assurer de les renouveler au besoin	• Déjà ciblé : municipalités, restaurants, kiosques à la ferme • À cibler : les attraits, hébergements et événements	• Partenaires	• Intérêt des organisations
Assurer une communication constante avec les touristes	• Publications sur les réseaux sociaux	• AC et ADT • Partenaires	• Nombre de vues • Nombre de 'clics' • Nombre de participants (Rapport Facebook et Google analytique)
	• Campagne numérique	• AC et ADT • Partenaires	• Nombre de vues • Nombre de 'clics' • Nombre de participants (Rapport Google analytique)
	• Publicités locales et externes (journaux et autres)	• AC et ADT • Partenaires • Les médias locaux et externes	• Nombre de publications • Nombre d'impressions
	• Infolettre mensuelle	• AC • Partenaires	• Nombre de vues • Nombre de 'clics' • Nombre d'abonnés (Rapport Mail Chimp)

	Actions et échéancier	Partenaires et employés de la MRC impliqués	Indicateurs et résultats visés
	• Création de 2 gros concours par année	• Partenaires	• Nombre de vues • Nombre de 'clics' • Nombre de participants (Rapport Google analytique)
Participer à des salons touristiques et des événements à l'intérieur et à l'extérieur de la région	• Embaucher des étudiants pour l'été pour se déplacer sur le territoire et communiquer de l'information touristique. • Promouvoir leurs sorties	• Emploi d'été Canada • Partenaires	• Nombre de sites et d'événements visités • Nombre de visiteurs rencontrés
	• Participer aux salons vélo de Montréal et Gatineau et plein air • Évaluer la possibilité de participer à d'autres salons	• Tourisme Outaouais • ÉAQ	•Nombre de salon • Achalandage
Participer à des tournées média	• Participer financièrement à certaines tournées	• Tourisme Outaouais • Médias	• Nombre de participation aux tournées média • Nombre de vues
Mettre en valeur les programmes de partenariat existant : Forfaits, marketing et fidélisation	• Formation • En développer d'autres s'ils ne correspondent pas aux différents besoins du milieu	• Tourisme Outaouais • Explore Québec • Expérience Outaouais Plus	• L'intérêt des acteurs touristiques

	Actions et échéancier	Partenaires et employés de la MRC impliqués	Indicateurs et résultats visés
Mettre en lumière et valoriser les acteurs du milieu	• Faire connaître 'l'humain' derrière l'organisation • Créer des portraits des artisans : exemple fromager, chocolatier	• Partenaires	• 2023 : Partenariat avec Le Diable à 5
Priorité 3 - Assurer un tourisme durable			
Lors de prise de décisions		• SAT • MRNF • Promoteurs	• Résolution • Nombre d'actions posées
Encourager le développement touristique sur les terres du domaine de l'État et les terres publiques *Programme d'aide à la mise en valeur du territoire public*			
Obtenir des TIAM (Territoires incompatibles avec l'activité minière), dans les zones favorables au développement touristique			
Encourager le développement écotouristique et les événements éco-responsables	• Les événements et l'écoresponsabilité – 2023 et à venir		
Valoriser les attraits naturels	• Trouver un équilibre entre l'utilisation des lieux et l'environnement, particulièrement les îles publiques, lacs et		

	Actions et échéancier	Partenaires et employés de la MRC impliqués	Indicateurs et résultats visés
	réservoir fréquentés tels que: Le Parc des Montagnes Noires de Ripon, le Parc régional de la Forêt de Bowman, Kenauk Nature, le Centre récréotouristique du lac Croche et l'accueil Mulet, le Parc national de Plaisance, Réserve faunique de Papineau-Labelle, etc. Les réserves écologique Mashkiki et la Forêt-de-la-Blanche; Les lacs Simon, Gagnon, des Plages, etc. Les réservoirs Poisson Blanc et l'Escalier Les rivières des Outaouais, Petite Nation, du Lièvre, etc.		
Innovation et créativité	• Être à l'affut de nouvelles façons de faire, nouveaux outils et nouvelles procédures pour faciliter la collaboration et se distinguer des autres territoires		
Promotion du manifesto	• Mettre en valeur la dimension humaine et bucolique du territoire		