



NATURE AVENTURE

Stratégie de mise en valeur
du tourisme de nature et d'aventure
au Québec





**TABLE
DES MATIÈRES**

6	Le contexte
10	Les principaux constats
14	La stratégie en actions
22	Les résultats visés
24	Le cadre stratégique
26	La mise en œuvre
28	Le cadre financier

Mot de la ministre



Notre gouvernement reconnaît le tourisme comme un puissant moteur de développement économique et une source d'emplois de qualité partout au Québec. C'est d'ailleurs pour assurer notre prospérité que nous avons adopté le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 et son plan d'action 2016-2020, qui proposent notamment la mise en œuvre de stratégies dans chacun des créneaux porteurs pour le Québec. La Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure au Québec en fait partie.

En collaboration avec les acteurs de l'industrie, cette stratégie a été élaborée en fonction de ce que le Québec a de mieux à offrir afin de répondre aux attentes des visiteurs toujours avides de nouvelles expériences. La nature québécoise fait partie des atouts de notre destination par sa diversité et l'immensité de son étendue, ses montagnes parcourues d'innombrables lacs et rivières où foisonnent une faune abondante et une flore aux mille variétés. Les nombreux attraits naturels du Québec sont fascinants et nous permettent d'être ambitieux dans un segment de marché qui prend de l'ampleur à l'international.

Le succès de cette nouvelle stratégie repose sur des produits porteurs de la destination québécoise, mais surtout sur le travail et la concertation de l'ensemble de l'industrie touristique, car il est essentiel de nos jours de proposer une offre de séjour multiactivité pour répondre aux attentes élevées de la clientèle. Et je crois pertinemment que c'est en misant sur des produits novateurs et créatifs que le Québec se démarquera et qu'il donnera aux visiteurs, d'ici et d'ailleurs, le goût de vivre une expérience nature et aventure 100 % québécoise!

La ministre du Tourisme
et ministre responsable de la région de la Mauricie,

Julie Boulet

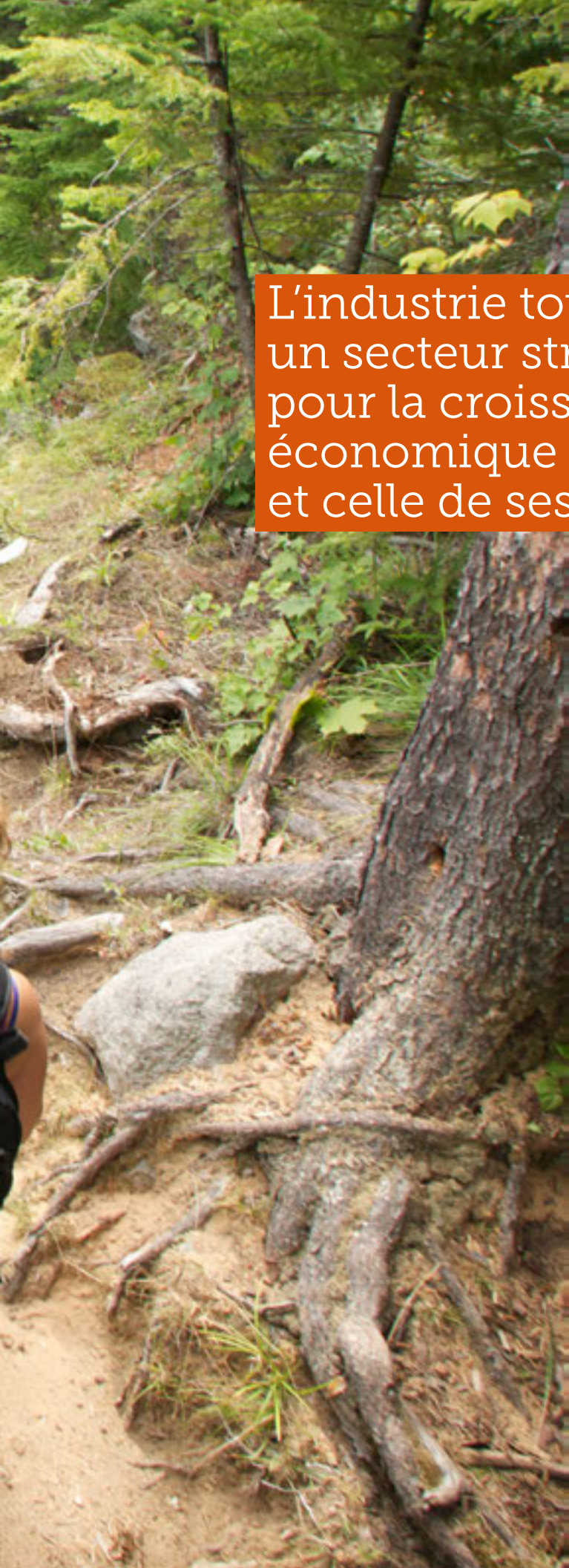
A close-up photograph of two husky dogs in a snowy, outdoor setting. The dog in the foreground is white with striking blue eyes and is looking towards the left. Behind it, a second husky with grey and white fur and blue eyes is also looking left. The background shows a blurred winter scene with snow-covered ground and bare trees under a bright, overcast sky. The text 'NATURE AVENTURE' is overlaid in large white letters on the right side of the image.

NATURE AVENTURE

Stratégie de mise en valeur
du tourisme de nature et d'aventure
au Québec

A group of hikers is seen from behind as they walk along a dirt trail. The hiker in the foreground is wearing a purple tank top, khaki shorts, and a black backpack, and is using a trekking pole. The hiker in the middle is wearing a teal long-sleeved shirt and a blue backpack. The hiker in the background has red hair and is wearing a purple top. The trail is bordered by a wooden railing on the right. To the left of the trail, there are several tall, thin trees and a view of a lake or river. The sky is bright and clear. The overall scene is a lush, green forest setting.

LE CONTEXTE



L'industrie touristique : un secteur stratégique pour la croissance économique du Québec et celle de ses régions

Levier du développement économique de notre province, l'industrie touristique prend sa place et se démarque plus que jamais. Le tourisme mondial offre en effet un fort potentiel de croissance, et le Québec dispose de tous les atouts pour en tirer profit et faire siennes les destinations touristiques de premier ordre à l'échelle internationale. Les plus exceptionnelles possibilités sont à notre portée.

Le Plan de développement de l'industrie touristique (PDIT) 2012-2020 : un itinéraire vers la croissance et le Plan d'action 2016-2020 qui en découle dressent la liste de tous les éléments d'une offensive soutenue pour bâtir une industrie touristique performante, innovante et axée sur la croissance économique.

Pour atteindre ses objectifs, le Québec doit proposer une expérience touristique sans cesse renouvelée qui mise sur des produits novateurs et distinctifs afin de se démarquer des destinations concurrentes. L'offre touristique du Québec dans son ensemble est propice à ce renforcement, puisqu'elle est déjà riche et de grande qualité.

Afin de soutenir sa progression à titre de destination touristique, le Québec a choisi de mettre en œuvre des stratégies applicables à ses créneaux porteurs. La Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure au Québec en fait partie.



Le tourisme de nature et d'aventure : un segment de marché où le Québec peut exceller

Le tourisme de nature et d'aventure s'est popularisé au niveau international, la demande a crû et l'offre s'est adaptée. De nature diversifiée, accessible au néophyte comme au plus expérimenté et proposant des produits clés en main, le tourisme de nature et d'aventure est en pleine croissance et voué à un avenir prometteur.

Le Québec fait bonne figure à cet égard. Il appuie sa notoriété sur les nombreuses activités qu'on peut y pratiquer, tout comme il est reconnu pour l'immensité de ses espaces où foisonnent une faune et une flore abondantes et diversifiées. Les activités sont réparties sur l'ensemble du territoire, de l'Abitibi-Témiscamingue à l'extrémité de la péninsule gaspésienne, y inclus le Nord-du-Québec, et plusieurs d'entre elles sont proposées à proximité des centres urbains.

Au fil des années, le réseau des parcs nationaux et des centres touristiques de la Société des établissements de plein air du Québec (Sépaq) s'affirme comme patrimoine de premier plan d'un point de vue touristique et s'avère la pierre d'assise du développement du tourisme de nature et d'aventure. De plus, le territoire québécois compte :

- Un parc national classé au patrimoine mondial de l'UNESCO - le parc national de Miguasha.
- Quatre des seize réserves canadiennes de la biosphère - la Réserve mondiale de la biosphère de Charlevoix, la Réserve mondiale de la biosphère du Lac-Saint-Pierre, la Réserve mondiale de Manicouagan-Uapishka et la Réserve mondiale du Mont-Saint-Hilaire.
- Trois parcs nationaux du Canada - la Réserve de parc national du Canada de l'Archipel-de-Mingan, le parc national du Canada Forillon et le parc national du Canada de la Mauricie.
- Un parc marin - le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent créé en vertu d'une loi fédérale et d'une loi provinciale.



À ces réseaux institutionnels ou gouvernementaux s'ajoutent près de 1200 entreprises qui proposent des expériences touristiques de nature et d'aventure. Au total, ces réseaux et entreprises emploient plus de 11 000 travailleurs et réalisent un chiffre d'affaires lié aux activités touristiques de plus de 700 M\$.

En adoptant la Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure au Québec, le ministère du Tourisme (MTO) répond aux besoins exprimés par les entreprises privées en leur proposant différents moyens pour développer l'offre, renforcer leur capacité d'action et mettre en œuvre leurs projets d'investissement.

Cette stratégie est le fruit d'un travail concerté avec les associations touristiques régionales (ATR), les associations touristiques sectorielles (ATS) et la Sépaq. Elle bénéficie d'analyses rigoureuses du MTO sur les tendances, la demande des principaux marchés sources, la concurrence et l'offre actuelle du Québec en cette matière.



LES PRINCIPAUX CONSTATS



LA COMPÉTITIVITÉ DU PRODUIT

- Le Québec est en mesure de proposer une expérience des plus compétitives qui s'articule autour des territoires exceptionnels gérés par la Sépaq, lesquels ont bénéficié d'investissements de 51,3 M\$, soit 21,6 M\$ à l'égard de la Stratégie maritime, 14,8 M\$ pour la Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure et 14,9 M\$ relativement à la Stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal.

Ces investissements, qui seront réalisés par la Sépaq au cours des prochaines années, permettront d'optimiser et de développer les infrastructures et d'accentuer la mise en valeur du patrimoine naturel du Québec.

- S'ajoute une offre de villégiature quatre saisons en milieu naturel où le spectre des champs d'intérêt est étendu et le réseau d'hébergement des plus diversifiés: stations touristiques, hôtels de villégiature et terrains de camping offrant un large éventail d'activités, pourvoiries, chalets au pied des pentes et auberges champêtres.

Ces avantages concurrentiels s'appuient sur un large éventail d'activités associées au tourisme de nature et d'aventure notamment:

- l'hébergement traditionnel ou contemporain
- les spas en milieu naturel
- les expériences autochtones
- les expéditions d'aventure
- la chasse et la pêche
- le canot, le kayak et le rafting
- la randonnée pédestre
- le cyclotourisme et le vélo de montagne
- la raquette et le ski de fond
- l'observation de la faune et de la flore
- le traîneau à chiens
- l'escalade
- la gastronomie

- L'offre se répartit sur l'ensemble du territoire et elle exploite aussi son potentiel inestimable pour la consolidation et le développement de niches commerciales.

La concurrence est vive à l'échelle mondiale, voire plus près de nous à l'échelle nord-américaine. L'offre actuelle de nature et d'aventure, bien que riche et variée, s'apparente à celle des destinations concurrentes. Pour relever ce défi, il importe plus que jamais de développer des produits distinctifs et compétitifs. Pour ce faire, un meilleur accès des entreprises privées au financement, qui mettrait à leur disposition des leviers adaptés, serait gage de succès pour stimuler les investissements. Les besoins en matière d'interventions se font sentir, surtout dans les petites entreprises qui doivent présenter une expérience de qualité et qui hésitent à investir en raison du caractère trop souvent saisonnier de leur activité.

LA PERFORMANCE DES ENTREPRISES

- Pour les dirigeants de l'École d'entrepreneurship de Beauce, les entrepreneurs ont souvent des parcours atypiques : aventuriers, hors normes... Si, pour plusieurs personnes, *Entreprendre, c'est partir à l'aventure*, c'est encore plus vrai dans le segment de marché du tourisme de nature et d'aventure où les petites entreprises dynamiques foisonnent et où les entrepreneurs savent conjuguer habilement avec des impératifs inhérents à certaines activités : l'éloignement des marchés, la saisonnalité, la météo, la faible rentabilité de leur produit ou service, la difficulté d'obtenir du financement, etc. Pourtant, ces entrepreneurs jouent un rôle déterminant dans la croissance de l'industrie touristique.
- Les ATS, à titre d'organismes de soutien aux entreprises, épaulent celles du secteur du tourisme de nature et d'aventure pour qu'elles adoptent de meilleures pratiques d'affaires, dont la formation et la rétention d'une main-d'œuvre qualifiée.
- La vivacité de la concurrence, la durée de vie limitée d'un produit novateur, la saisonnalité de la période d'activité et la nécessité d'une offre distinctive sont des contraintes auxquelles les entreprises du tourisme de nature et d'aventure sont confrontées.

L'appui aux entreprises innovantes et performantes doit être prioritaire pour assurer leur croissance et accroître le nombre d'entreprises phares en tourisme de nature et d'aventure.





LA STRUCTURATION DE L'OFFRE

- Dans le segment de marché du tourisme de nature et d'aventure, le Québec a fait des progrès, par exemple :
 - des collaborations et des partenariats d'affaires porteurs entre la Sépaq et les ATS (Aventure Écotourisme Québec (AEQ), Tourisme autochtone Québec, Fédération des pourvoiries du Québec) au bénéfice d'une offre concertée;
 - une classification des établissements d'hébergement touristique, des pourvoiries et des campings qui oriente les choix des visiteurs en fonction de leurs attentes;
 - une accréditation « Qualité sécurité » développée par AEQ et mise en pratique par ses membres;
 - une importante flotte d'hydravions desservant les pourvoiries accessibles uniquement par voie aérienne.
- Malgré ces atouts, les régions du Québec ne font que commencer à ressentir de façon significative l'impact du tourisme de nature et d'aventure, en raison de la demande mondiale en croissance.
- Compte tenu des attentes très diversifiées des clientèles ayant des besoins bien différents, les entreprises du secteur du tourisme de nature et d'aventure, malgré une gamme de produits intéressants, doivent proposer des séjours multiactivités procurant une expérience mémorable à prix compétitif. Elles doivent donc :
 - fournir une expérience enrichie et intégrée au visiteur, en travaillant en partenariat avec les principales organisations sectorielles et régionales concernées;
 - privilégier des projets concrets et clairement définis sur le plan de la complémentarité;
 - favoriser les liens entre les entreprises pour le développement de projets;
 - susciter la découverte de partenaires non traditionnels (p. ex, produits en agrotourisme, festival ou événement culturel en région, etc.).

Pour exceller, il importe de favoriser et de consolider l'intégration (réseautage, forfaitisation) entre les produits d'appel de la villégiature et des parcs nationaux, d'une part, et les entreprises dites satellites ou complémentaires (écotourisme et tourisme de nature, activités d'adrénaline¹, tourisme gourmand, tourisme autochtone, etc.), d'autre part, qui s'ajoutent à l'expérience.

1. Activités intenses de courte durée qui procurent des sensations fortes telles que le rafting, le vélo de montagne, l'escalade, etc.



LA STRATÉGIE EN ACTIONS

Axes d'intervention



1

FAVORISER L'INVESTISSEMENT PRIVÉ POUR DÉVELOPPER DES PRODUITS DISTINCTIFS ET COMPÉTITIFS

Les programmes offerts par le MTO serviront à répondre aux besoins des entreprises du tourisme de nature et d'aventure afin de favoriser le développement d'une offre qui permet la pratique de plusieurs activités pour toute la famille auxquelles on peut s'adonner sur plus d'une saison.



2

OFFRIR UN ACCOMPAGNEMENT ADAPTÉ AUX ENTREPRENEURS POUR CONSOLIDER UN TISSU D'ENTREPRISES PERFORMANTES

Dans le cadre du partenariat d'affaires entre le MTO et les ATS qui couvrent les champs d'activités du tourisme de nature et d'aventure, un accompagnement d'entreprises innovantes et performantes sera mis en place afin de soutenir leur performance par, entre autres, le recours à de meilleures pratiques d'affaires.



3

SOUTENIR LA STRUCTURATION D'UNE OFFRE DE SÉJOURS MULTIACTIVITÉS ET MULTISAISONS POUR OFFRIR AUX VISITEURS UNE EXPÉRIENCE ENRICHIE ET INTÉGRÉE

Dans le cadre du partenariat d'affaires entre le MTO et les ATR, un soutien sera offert aux entrepreneurs et aux dirigeants d'entreprise pour consolider l'intégration (réseautage, forfaitisation) entre les produits d'appel et les produits satellites ou complémentaires afin d'ajouter à l'expérience. Les ATS pourront agir à titre d'experts-conseils sectoriels auprès des ATR dans le développement de leurs initiatives.

AXE 1

FAVORISER L'INVESTISSEMENT PRIVÉ POUR DÉVELOPPER DES PRODUITS DISTINCTIFS ET COMPÉTITIFS

Mesure

Mise en œuvre des programmes du MTO pour répondre aux besoins des entreprises des champs d'activités du tourisme de nature et d'aventure permettant de pratiquer des activités pour toute la famille en toute saison.

DESCRIPTION DE LA MESURE ET EXEMPLES DE DÉVELOPPEMENT D'UNE OFFRE MULTIACTIVITÉ

Les programmes du MTO destinés à soutenir la mise en œuvre de la Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure seront mis en œuvre pour prendre en considération les enjeux des entreprises de ces champs d'activités.

Seront privilégiés le produit d'appel villégiature en milieu naturel (pourvoirie, auberge et camping) et les produits satellites ou complémentaires : adrénaline (activités intenses de courte durée qui procurent des sensations fortes), expérience autochtone et les produits spécialisés : chasse et pêche et expédition d'aventure.

- Stimuler les investissements en misant sur des projets d'infrastructures multisaisons qui soutiennent la diversification du produit villégiature en milieu naturel, que ce soit pour consolider, développer ou créer de nouveaux chefs de file (hébergement alternatif et de luxe, par exemple, « glamping »¹, écogîtes, prêt-à-camper et amélioration du confort et des services des pourvoiries).
- Bonifier les produits adrénaline, expérience autochtone et d'autres produits ou activités par des investissements qui permettront de se doter d'infrastructures multisaisons mieux adaptées ou de développer des projets complémentaires pouvant notamment répondre à une augmentation du volume de clientèles (kayak, escalade, vélo de montagne, etc.).
- Accroître et diversifier l'offre d'activités de la catégorie adrénaline et intégrer de nouveaux services pour répondre à la demande.
- Organiser en circuit l'offre pour les sports nautiques (signalisation et hébergement).
- Majorer les vocations des sentiers en milieu naturel, entre autres, pour un usage multisaisonnier et une offre de services adaptés aux clientèles.
- Amener les produits spécialisés : chasse et pêche et expéditions d'aventure à répondre davantage aux attentes des clientèles et soutenir les initiatives qui en découlent :
 - une offre composée de diverses expéditions d'aventure dans des endroits magnifiques pourrait contribuer à prolonger les séjours de nature et d'aventure;
 - une offre composée de chasse et de pêche et d'expérience autochtone présenterait un nouveau visage de la destination.

¹ Par « glamping » on entend : la contraction de « glamour » et de « camping » c'est-à-dire un camping avec une touche de luxe. Les visiteurs choisissent habituellement des hébergements insolites offrant un certain niveau de confort (yourtes, maisons dans les arbres, etc.).

AXE 2

OFFRIR UN ACCOMPAGNEMENT ADAPTÉ AUX ENTREPRENEURS POUR CONSOLIDER UN TISSU D'ENTREPRISES PERFORMANTES

Mesure

Accompagner des entreprises innovantes et performantes des champs d'activités liés au tourisme de nature et d'aventure pour soutenir leur croissance, entre autres, par le recours à de meilleures pratiques d'affaires dont la multisaisonnalité.

DESCRIPTION DE LA MESURE ET EXEMPLES D'ACCOMPAGNEMENT

Dans le cadre du partenariat d'affaires entre le MTO et les ATS, ces dernières ont reçu le mandat de réaliser des actions en matière de développement de l'offre. Il s'agit notamment :

- D'accompagner les entreprises grâce à leur expertise sectorielle;
- De diffuser des connaissances stratégiques pour les entreprises dans leur champ d'activités respectif.

En matière d'accompagnement des entreprises, les ATS doivent favoriser la création d'un environnement propice à l'investissement en encourageant l'adoption de meilleures pratiques d'affaires. Elles devront notamment intégrer l'innovation pour accroître la rentabilité et la compétitivité des entreprises du secteur.

Pour ce faire, les ATS devront diffuser des connaissances, orienter les entreprises du secteur vers les services et les intervenants pertinents ainsi que soutenir la compétitivité par des outils adaptés.

De plus, les entreprises leaders du secteur présentant un potentiel de croissance et se distinguant par leur approche et la qualité de leurs produits bénéficieront d'un accompagnement particulier.

Les objectifs visés sont :

- Augmenter la performance des projets et le rendement des investissements :
 - élaboration d'un plan d'affaires structuré en mesure de faciliter le travail des intervenants;
 - prolongation de la période d'activités de l'entreprise en privilégiant un usage multisaison des infrastructures et des équipements.
 - Susciter et implanter des processus d'innovation :
 - existence de plusieurs types d'innovation (innovation verte, innovation de processus, etc.);
 - modification des produits, ajustement des services, élaboration et développement de nouvelles initiatives;
 - projet pilote Sépaq-AEQ d'accompagnement : accélérateur de projets.
 - Soutenir l'intégration de pratiques écoresponsables, notamment lorsque les activités touristiques sont exercées en milieux isolés :
 - conception d'outils et de formations adaptés visant la mise en place de nouvelles pratiques écoresponsables;
 - guide des bonnes pratiques.
 - Enrichir le développement de l'offre grâce à l'acquisition et à l'intégration de connaissances stratégiques en appui à la prise de décision.
 - Mettre en place des activités de diffusion d'information et de partage des meilleures pratiques d'affaires.
-



AXE 3

**SOUTENIR
LA STRUCTURATION
D'UNE OFFRE DE
SÉJOURS MULTIACTIVITÉS
ET MULTISAISONS POUR
OFFRIR AUX VISITEURS
UNE EXPÉRIENCE
ENRICHIE ET INTÉGRÉE**

Mesure

Accompagner les entrepreneurs et les dirigeants d'entreprise des champs d'activités du tourisme de nature et d'aventure pour favoriser l'intégration ou la forfaitisation entre les produits d'appel et les produits satellites ou complémentaires.

DESCRIPTION DE LA MESURE ET EXEMPLES D'ACCOMPAGNEMENT

Dans le cadre du partenariat d'affaires entre le MTO et les ATR, ces dernières ont reçu le mandat de contribuer au développement et à la structuration de l'offre touristique dans leur région respective en assurant la planification des actions et la concertation des partenaires régionaux et sectoriels. Ainsi, les ATR doivent participer au déploiement des stratégies sectorielles visant leur région touristique respective. À cet effet, les ATS agiront à titre d'experts-conseils auprès des ATR. Pour ce faire, un soutien sera offert aux entrepreneurs et dirigeants d'entreprises pour consolider l'intégration (réseautage, forfaitisation) entre les produits d'appel de la villégiature en milieu naturel et des parcs nationaux et les produits satellites ou complémentaires qui apportent une valeur ajoutée à l'expérience (écotourisme et tourisme de nature, activités d'adrénaline, tourisme autochtone, etc.) vécue par le touriste.

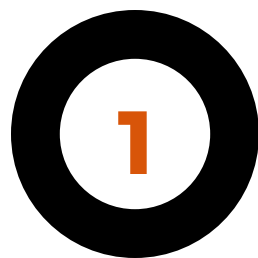
- Encourager les partenariats d'affaires entre les entreprises des produits d'appel (les parcs nationaux et les chefs de file de la villégiature en milieu naturel) et celles des produits satellites ou complémentaires (canot, kayak, vélo, escalade, randonnées pédestres, raquettes et ski de fond, traîneaux à chiens, etc.).
- Favoriser la concertation et la mobilisation des responsables et des partenaires afin d'assurer le regroupement d'activités et d'attrait complémentaires.
- Organiser l'offre afin d'augmenter la force de vente de la destination.
- Favoriser l'investissement et l'innovation dans des produits de la stratégie présentant un bon potentiel de rendement:
 - évaluation de projets dans le cadre des ententes de partenariat régional en tourisme.
- Mettre en place des activités concernant le maillage de partenaires éventuels.



LES RÉSULTATS VISÉS



Cette stratégie, basée sur la synergie avec les partenaires, propose de développer un produit attractif pour le visiteur afin de favoriser chez celui-ci la volonté de prolonger son séjour, d'y revenir pour vivre de nouvelles expériences et d'en faire la promotion auprès de ses proches ou de sa communauté. Elle vise donc à :



Amener l'entreprise à accroître son achalandage touristique, son chiffre d'affaires et le nombre d'emplois de qualité qu'elle soutient.



Permettre au Québec touristique d'augmenter sa notoriété et ses recettes, notamment par un apport d'argent neuf provenant des touristes étrangers, tout en favorisant l'essor économique et touristique des régions.



LE CADRE STRATÉGIQUE

LA VISION

Faire du Québec une destination reconnue de grands espaces, se distinguant par une offre multiactivité alliant nature, aventure et culture et s'appuyant sur des entreprises offrant des expériences authentiques, sécuritaires et diversifiées afin de maximiser les retombées économiques des séjours des visiteurs.

L'APPROCHE

Créer ou consolider des masses critiques d'activités

Ces masses critiques prendront ancrage autour des parcs nationaux et des milieux de villégiature propices au développement d'une offre multiactivité (que ce soit les stations touristiques, les hôtels de villégiature, les auberges champêtres, les auberges en forêt ou encore les campings) et elles feront appel aux entreprises dites satellites qui proposent des produits complémentaires (expérience gastronomique, adrénaline et autochtone) ou spécialisés (expéditions d'aventure) qui répondent aux attentes des principaux marchés sources. Cette synergie se traduira par une multitude de possibilités au chapitre de la structuration de l'offre, au bénéfice d'un potentiel d'attraction enrichi et de séjours prolongés entraînant des dépenses accrues de la part des visiteurs.

Renouveler l'offre aux segments spécialisés

Il s'agit ici de produits qui visent une clientèle particulière et qui sont généralement consommés seuls. Parmi les segments possibles, ceux de la chasse (p. ex. chasse au cerf de Virginie sur l'île d'Anticosti) et de la pêche de même que les expéditions d'aventure (p. ex. ascension du Mont D'Iberville) seront privilégiés, car ils mettent à profit nos atouts concurrentiels : les expéditions d'aventure qui proposent des expériences singulières en donnant accès à des territoires inédits tout en s'adressant à des clientèles appartenant à un segment qui souhaite vivre des expériences enrichies par un contact exceptionnel avec la nature.

LES AXES D'INTERVENTION

Favoriser l'investissement privé pour développer des produits distinctifs et compétitifs.

Offrir un accompagnement adapté aux entrepreneurs pour consolider un tissu d'entreprises performantes.

Soutenir la structuration d'une offre de séjours multiactivités et multisaisons pour offrir aux visiteurs une expérience enrichie et intégrée.



LA MISE EN ŒUVRE



La démarche de la stratégie peut se résumer en quatre points

- Diversité, l'une des clés du succès associé au tourisme de nature et d'aventure.
- Performance, un gage d'effets à long terme.
- Synergie entre les partenaires et coordination de leurs actions, démarche porteuse de changements concluants.
- Innovation concertée, facteur essentiel pour assurer l'originalité de l'offre de tourisme de nature et d'aventure.

Le MTO joue un rôle de chef de file pour la mise en œuvre de la stratégie. Il poursuit sa collaboration avec les ministères et organismes gouvernementaux concernés, notamment la Sépaq, et continue son partenariat avec les ATR et les ATS.

AUTRES CHANTIERS GOUVERNEMENTAUX ET MINISTÉRIELS QUI VIENDRONT, PAR LEURS TRAVAUX, APPUYER LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE

- Chantier gouvernemental sur l'accessibilité aérienne aux régions (territoire), sous la responsabilité du ministère des Transports, de la Mobilité durable et de l'Électrification des transports, et celui du Plan Nord, sous la responsabilité du ministère de l'Énergie et des Ressources naturelles.
- Chantier ministériel sur les ressources humaines en tourisme, qui a pour mandat de réaliser un diagnostic en matière de main-d'œuvre de l'industrie touristique, et ce, pour les secteurs de l'hébergement, des attraits touristiques ainsi que de la restauration, plus particulièrement sous l'angle de la gastronomie.



LE CADRE FINANCIER



Pour stimuler l'investissement privé, les leviers financiers du MTO pourront être mis à contribution

Le gouvernement du Québec reconnaît l'importance de poursuivre son soutien à la mise en œuvre du PDIT. Plus précisément, le gouvernement annonce une aide totalisant 40 M\$ pour soutenir la mise en œuvre des trois stratégies de développement touristique suivantes :

- Stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal 2014-2020
- Stratégie de mise en valeur du tourisme événementiel
- Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure

À terme, le déploiement de ces trois stratégies devrait permettre la réalisation d'investissements totalisant au moins 120 M\$. Pour ce faire, un nouveau programme de subvention est mis en application, en l'occurrence le Programme de soutien aux stratégies de développement touristique.

Outre ce nouveau programme destiné aux stratégies sectorielles, les enveloppes financières des autres programmes et leviers financiers du MTO pourront aussi être mises à contribution :

- Ententes de partenariat régional en tourisme¹
- Programme d'appui au développement des attraits touristiques
- Fonds Tourisme PME
- Aide financière aux festivals et aux événements touristiques
- Aide au développement touristique au nord du 49^e parallèle

Ces investissements fourniront aux entreprises du secteur du tourisme de nature et d'aventure un meilleur accès au financement afin de développer des produits distinctifs et compétitifs.

1. Nouvelle enveloppe de 12 M\$ annoncée lors du Discours sur le budget 2016-2017, pour 2016-2017 à 2019-2020.

Avis au lecteur

Cette publication a été rédigée
par le personnel du ministère du Tourisme.
La forme masculine désigne aussi bien
les femmes que les hommes.
Elle n'est employée que pour alléger le texte.

Il est possible de consulter ce rapport sur le site Web
du Ministère à l'adresse suivante: www.tourisme.gouv.qc.ca.

Dépôt légal - Mars 2017

Bibliothèque et Archives nationales du Québec

ISBN: 978-2-550-77850-9 (imprimé)

ISBN: 978-2-550-77849-3 (PDF)

Tous droits réservés pour tous les pays.

© Gouvernement du Québec, 2017

Imprimé sur du papier Enviro 100

Crédits photos:

Couverture: Municipalité de Rivière-Éternité; **C2:** Jean-François Hamelin, A. Poulin, LG2/IONE,
Page 5: Jean-François Hamelin; **Page 6:** Christian Savard; **Page 8:** Gremm; **Page 9:** OutPost, Jim Bair;
Page 10: Grégory Cloutier; **Page 12:** Steve Deschênes, Christian Savard; **Page 13:** Jean-François Hamelin,
Tourisme Lanaudière G. Hamelin; **Page 14:** Paul Fleming; **Page 16:** OutPost; **Page 18:** Jean-François Hamelin,
Page 20: M. Gaudreault et A. Poulin Facing Waves; **Page 22:** Pierre Carboneau;
Page 24: Jean-François Hamelin; **Page 26:** OutPost; **Page 28:** Tourisme Lanaudière J. Vigneux;
C3: Pierre Carboneau, Jean-François Hamelin, A. Poulin Facing Waves, Christian Savard;
Dos: Tourisme Lanaudière G. Hamelin.



