

Localisation



Stratégie
de mise en valeur
du **Saint-Laurent
touristique**
2014-2020
et plan d'action 2014-2017

LE SAINT-LAURENT DU FLEUVE À LA MER, 4 000 KM DE DÉCOUVERTES

Divisions territoriales

- Frontière internationale
- Frontière interprovinciale
- Frontière Québec - Terre-Neuve-et-Labrador (Cette frontière n'est pas définitive)
- Limite sud du territoire nordique (49° parallèle)
- Région touristique

Infrastructures de transport

- ✕ Aéroport majeur
- Autoroute
- Route principale
- Traversier

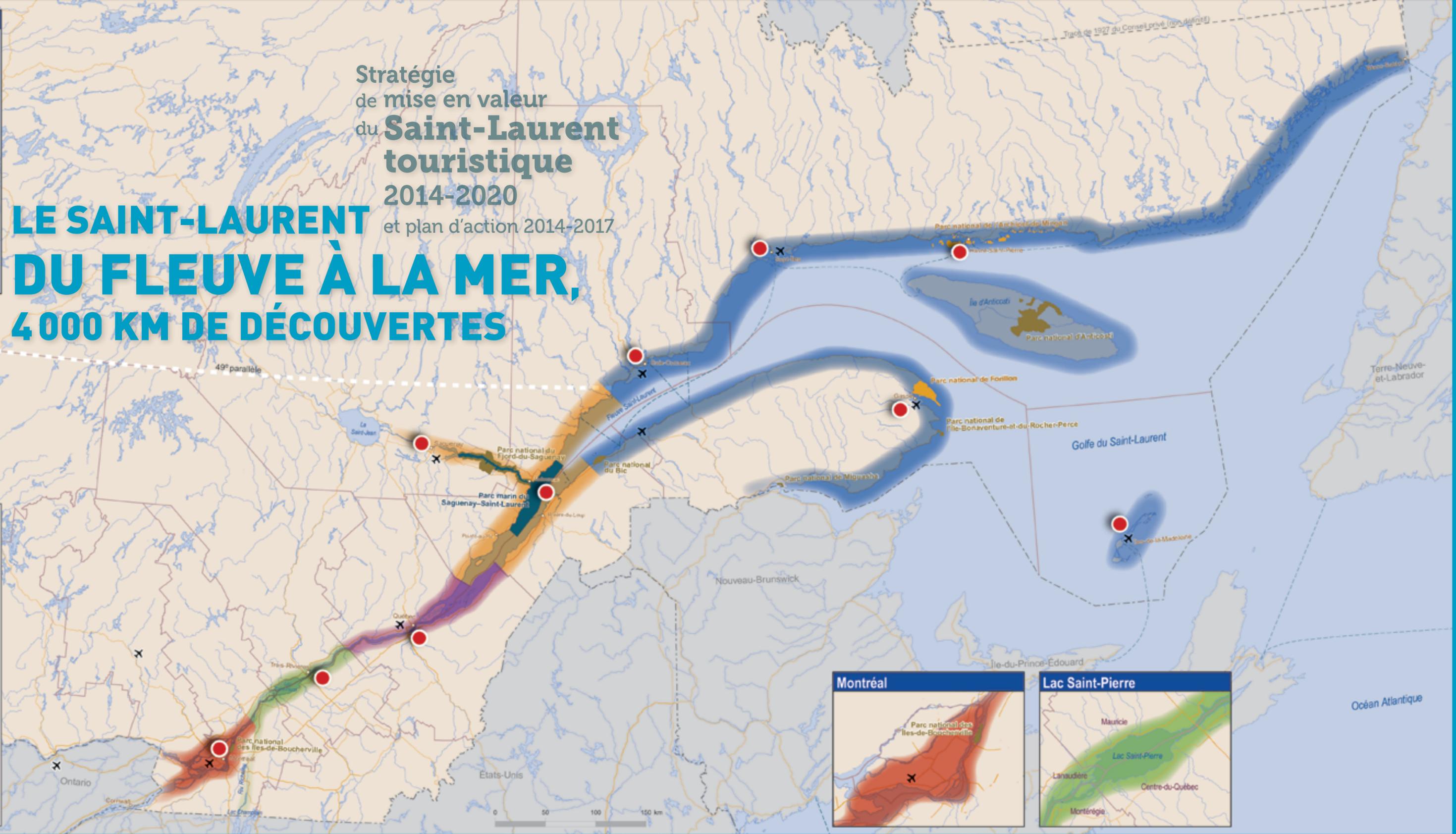
Sites d'intérêt

- Parc national du Canada
- Parc national du Québec le long du Saint-Laurent
- Parc marin

Zones géographiques

- Ouest du Saint-Laurent
- Lac Saint-Pierre
- Centre du Saint-Laurent
- Fjord et Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent
- Est du Saint-Laurent

● Pôles Saint-Laurent



UNE APPROCHE MISANT SUR :

- Dix pôles de concentration de produits et services, répartis dans cinq grandes zones situées tout le long du Saint-Laurent. Les pôles et les zones sont présentés au verso ;
- Des routes, itinéraires et circuits maritimes et terrestres reliant les pôles ;
- Des produits prioritaires constituant les avantages concurrentiels du Québec : croisières internationales, croisières-excursions, croisières fluviales et maritimes, observation des mammifères marins, sites naturels et patrimoniaux, nautisme, festivals et événements.

La mise en valeur du Saint-Laurent touristique repose sur :

- le déploiement d'une stratégie marketing qui assurera la promotion des diverses stratégies sectorielles ;
- l'organisation d'une offre axée sur les forfaits multiproduits et multirégions ;
- la concertation interrégionale et intersectorielle dans l'application des orientations de la stratégie, dans chacune des zones du Saint-Laurent.

UN ENGAGEMENT COLLECTIF

Le dynamisme d'un secteur touristique fort est profitable pour les régions et pour le Québec tout entier. Le gouvernement du Québec s'engage à consacrer à cette stratégie les efforts nécessaires, et il convie ses partenaires régionaux à relever ce défi des plus stimulants.

Avec le soutien de Tourisme Québec, le suivi de la stratégie – dont l'horizon est 2020 – est assuré par un comité consultatif formé de représentants de l'industrie touristique. Le comité a notamment pour responsabilités :

- d'inviter les associations touristiques régionales et sectorielles concernées à se doter d'une approche Saint-Laurent concertée au sein de chacune des cinq zones du Saint-Laurent identifiées sur la carte jointe : l'Ouest, le Lac-Saint-Pierre, le Centre, le Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent et l'Est du Québec ;
- de faire la promotion de la stratégie et de rendre compte de son évolution à ses partenaires ;
- de proposer les ajustements nécessaires et de réaliser la mise à jour du plan d'action 2014-2017.

Tourisme Québec apportera également son soutien :

- en fournissant le cadre d'évaluation et les indicateurs de suivi ;
- en rendant disponibles des connaissances stratégiques, notamment en ce qui concerne tout changement dans l'environnement d'affaires, que ce soit dans le comportement des clientèles ou les tendances du marché.

UN CADRE FINANCIER

INVESTISSEMENTS ET RETOMBÉES FINANCIÈRES	MONTANTS
Investissements totaux (gouvernement et partenaires)	183,3 M \$
Nouveaux investissements (politique économique)	63,7 M\$ dont 21,8 M\$ pour la Sépaq
AUTRES INVESTISSEMENTS	
Branchement électrique à quai Montréal et Québec (Investissements totaux de 24 M \$)	6 M \$
Poursuite de l'accompagnement des escales de croisières internationales	5,9 M\$
Soutien à l'ACSL	1,7 M\$

Conception graphique : Immaculée conception graphique

Vous pouvez consulter le document complet de la Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020 et plan d'action 2014-2017 sur notre site Internet www.tourisme.gouv.qc.ca

Stratégie de mise en valeur du **Saint-Laurent touristique** 2014-2020 et plan d'action 2014-2017

LE SAINT-LAURENT
DU FLEUVE À LA MER,
4 000 KM DE DÉCOUVERTES

UN ATOUT MAJEUR POUR LE QUÉBEC

À vol d'oiseau, le Saint-Laurent constitue un élément central du paysage du Québec. La présence d'attraits naturels remarquables caractérise le fleuve, son estuaire et son golfe. Son offre terrestre et maritime diversifiée en fait un joyau national et une destination touristique attrayante et durable, dont le plein potentiel reste à réaliser.

UNE VISION

« Faire du Saint-Laurent une icône touristique de calibre international, qui fera la fierté des Québécois, jouira d'une notoriété auprès des clientèles étrangères et bénéficiera d'un développement durable aux retombées économiques considérables. »

DES OBJECTIFS

À l'horizon 2020, en accord avec les objectifs du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020, la stratégie vise à :

- augmenter les recettes touristiques du Québec et le nombre de visiteurs, en améliorant notre compétitivité ;
- diversifier et stimuler l'économie des régions.

UN
QUÉBEC
POUR TOUS

Tourisme
Québec

Axe 1

Hausser l'attractivité des dix pôles Saint-Laurent et de leurs produits prioritaires.

Mesures :

1. Investir dans l'offre touristique du Saint-Laurent
Soutenir prioritairement les projets d'investissement associés à des produits prioritaires et situés dans les pôles.
2. Augmenter l'attractivité des sites naturels dans les pôles
Développer les sites et parcs nationaux de la Sépaq en offrant des activités innovatrices qui profiteront aux régions et feront en sorte que le Québec puisse se démarquer sur la scène internationale.
3. Accompagner les entreprises touristiques
Offrir un accompagnement structuré et proactif aux promoteurs.
4. Enrichir l'expérience de séjour des touristes
Doter les pôles et circuits d'un accueil de qualité et performant qui associe tous les acteurs intervenant auprès des visiteurs à toutes les étapes de leur séjour.

Axe 3

Relier entre eux les pôles Saint-Laurent par des circuits terrestres et maritimes.

Mesures :

9. Développer les circuits maritimes
Améliorer et mettre en réseau les stations nautiques existantes ou celles en devenir sur le Saint-Laurent. Favoriser leur liaison, notamment par le transport intermodal, de façon à permettre aux visiteurs d'expérimenter à la fois les routes maritimes et terrestres au cours d'un même voyage.
10. Enrichir et personnaliser les routes et circuits terrestres le long du Saint-Laurent
Doter l'industrie touristique du Saint-Laurent d'une approche de développement concertée, qui prendra en compte les caractéristiques particulières et les richesses naturelles et patrimoniales du Saint-Laurent.

UN PLAN D'ACTION 2014-2017

Douze mesures, structurées autour de quatre axes, ciblant les éléments de l'offre les plus porteurs à court terme

Axe 2

Développer les produits maritimes stratégiques du Québec de façon durable.

Mesures :

5. Investir dans la croissance du secteur des croisières internationales
Poursuivre et consolider les investissements réalisés dans le cadre de la Stratégie de développement durable de promotion des croisières internationales sur le fleuve Saint-Laurent.
6. Développer et structurer l'offre existante de croisières fluviales et maritimes
Soutenir financièrement le développement et la structuration des croisières et des escales existantes.
7. Miser sur un produit des plus populaires : les mammifères marins du Saint-Laurent
Privilégier la consolidation de l'offre du Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent.
8. Exporter les façons de faire du Parc marin Saguenay-Saint-Laurent
Promouvoir et encourager la diffusion des outils réalisés et des pratiques en usage dans le Parc marin vers les autres zones d'activité d'observation en mer sur le Saint-Laurent.

Axe 4

Parfaire nos connaissances

Mesures :

11. Élaborer un plan d'affaires pour le développement des croisières fluviales et maritimes
Élaborer un plan d'affaires conjoint avec les principaux acteurs du secteur.
12. Élaborer un plan d'affaires visant le développement du tourisme nautique dans les voies d'entrée navigables
Réaliser une étude de marché et identifier le potentiel, les pistes de croissance et les conditions de réalisation.

Québec

Photo : Serge Guay