

---

# POLITIQUE TOURISTIQUE

---

DOCUMENT PRÉSENTÉ À LA SÉANCE DES MAIRES DE LA M.R.C. DE LA VALLÉE-DU-RICHELIEU  
LE 15 SEPTEMBRE 2016

## TABLE DES MATIÈRES

---

1. INTRODUCTION.....	3
2. PRIORITÉS D’INTERVENTION DE LA M.R.C. DE LA VALLÉE-DU-RICHELIEU.....	4
3. OBJECTIFS ET STRATÉGIES PRIORITAIRES.....	5
3.1 Envisager une gestion globale des ressources touristiques sur le territoire.....	5
3.2 Augmenter la visibilité de la Vallée du Richelieu en tant que région distinctive.....	5
3.3 Présenter une offre complète des attraits et services touristiques de la région.....	5
3.4 Renforcer l’offre existante et positionner la Vallée du Richelieu comme une région d’escapades.....	5
3.5 Soutenir financièrement les intervenants touristiques et leurs projets structurants.....	6
4. AXES D’INTERVENTIONS PRIVILÉGIÉS.....	7

## 1. INTRODUCTION

---

L'élaboration d'une politique touristique au sein de la Municipalité régionale de comté (M.R.C.) de La Vallée-du-Richelieu constitue l'axe principal d'une stratégie d'actions permettant d'atteindre l'aspect touristique des priorités d'interventions économiques préalablement identifiées par l'ensemble des villes et municipalités du territoire.

Loin de tout bouleverser, cette politique s'appuie sur l'identité de la région et de ses principaux acteurs, tout en mettant en valeur ses pôles d'intérêts. Elle sera à l'écoute des besoins des intervenants politiques, démontrera l'unicité des intervenants touristiques et contribuera au maintien de la qualité de vie des citoyens.

Regroupant les villes et municipalités de Beloeil, Carignan, Chambly, McMasterville, Mont-Saint-Hilaire, Otterburn Park, Saint-Antoine-sur-Richelieu, Saint-Basile-le-Grand, Saint-Charles-sur-Richelieu, Saint-Denis-sur-Richelieu, Saint-Jean-Baptiste, Saint-Marc-sur-Richelieu et Saint-Mathieu-de-Beloeil, ce n'est pas la diversité de l'offre touristique qui fait défaut, comme en témoigne la *Politique culturelle de la M.R.C. de La Vallée-du-Richelieu*, adoptée en septembre 2005. Le défi se situe plutôt au niveau de la disparité de l'offre et de l'étendue du territoire. Le besoin semble donc criant de mettre en place une variété de moyens permettant de présenter l'offre complète des attraits et services touristiques de la région, tout en créant un fort sentiment d'appartenance au sein des différents intervenants touristiques.

Le tourisme doit être pour les élus une préoccupation égale à l'action, aux attentes et aux aspirations des citoyens qui vivent dans la région. En décidant de se doter d'une politique touristique régionale, la M.R.C. de La Vallée-du-Richelieu démontre l'intérêt qu'elle accorde à ses intervenants touristiques et reconnaît les efforts qu'ils déploient afin d'engendrer des retombées économiques non négligeables et de contribuer au rayonnement de la région aux niveaux local et régional.

## 2. PRIORITÉS D'INTERVENTION DE LA M.R.C. DE LA VALLÉE-DU-RICHELIEU<sup>1</sup>

---

La M.R.C. de La Vallée-du-Richelieu s'est dotée de priorités d'interventions regroupées sous trois volets bien distincts, soit l'économique, le communautaire et social, ainsi que le régional.

De manière plus spécifique, et conformément au mandat octroyé au Centre local de développement (CLD) de La Vallée-du-Richelieu, les priorités économiques couvrent l'ensemble des entreprises de la région, peu importe la taille, le statut (immatriculé, incorporé, etc.), le type d'entreprise (industrielle, commerciale, de service) ou le secteur d'activités. Les entreprises doivent être situées sur le territoire de la Vallée du Richelieu. Elles couvrent :

- Le démarrage d'entreprise;
- L'aide aux entreprises;
- L'aide aux entrepreneurs;
- L'accueil d'entreprises industrielles, commerciales ou de services, ainsi que les institutions;
- Le tourisme;
- Le domaine agricole dans les cas de relève, d'incubateur ou d'aide spécifique.

Plus concrètement, la présente politique réaffirme la volonté des décideurs locaux de soutenir le dynamisme de ce secteur d'activité en pleine effervescence, tout en précisant la nature de sa participation pour stimuler le développement de la région et la qualité de vie des citoyens.

---

<sup>1</sup> Municipalité régionale de comté (M.R.C.) de La Vallée-du-Richelieu. « Axes et politiques d'intervention ». 9 août 2016. [http://www.mrcvr.ca/axe\\_et\\_politique\\_dintervention.php?menu2=8](http://www.mrcvr.ca/axe_et_politique_dintervention.php?menu2=8)

### 3. OBJECTIFS ET STRATÉGIES PRIORITAIRES

---

La politique se veut un guide pour les décideurs et les intervenants touristiques qui permettra de définir les orientations les plus pertinentes et ainsi faciliter la prise de décisions en matière de développement touristique. Il s'agit aussi d'une référence qui offrira aux acteurs du milieu des stratégies qui favoriseront le succès de leurs initiatives. Finalement, c'est une source d'inspiration qui encouragera la collectivité à s'engager dans le développement touristique de la M.R.C, selon les principaux objectifs suivants :

#### 3.1 Envisager une gestion globale des ressources touristiques sur le territoire

- Procéder à l'embauche d'une ressource destinée spécifiquement au développement et à la promotion régionale du tourisme;
- Mettre en place un comité de concertation chargé de stimuler le développement touristique régional;
- Mettre en place un comité formé des acteurs de tous les milieux touristiques (agrotourisme, restauration, hébergement, etc.);
- Renforcer le lien avec les intervenants touristiques et entre ceux-ci afin d'augmenter leur sentiment d'appartenance;
- Renouer avec d'anciens partenaires ou créer de nouveaux partenariats (exemple : Tourisme Montérégie, CMM);
- Participer à des tables de concertation et des groupes de travail avec les organismes régionaux;
- Faire un lien cohérent et structuré entre les différents axes d'interventions (exemple : nautisme et patrimoine);
- Harmoniser les projets aux valeurs des citoyens et s'assurer que ces projets ont un sens pour eux.

#### 3.2 Augmenter la visibilité de la Vallée du Richelieu en tant que région distinctive

- Déployer une campagne d'affichage identifiant la région (sur les axes routiers et sur la rivière);
- Augmenter la visibilité de la région à l'extérieur de celle-ci afin d'en augmenter l'attractivité;
- Développer une signature visuelle unique et distinctive;
- Mettre de l'avant une grande déclinaison de la signature «Région gourmande» (arts et culture, histoire, plein air, etc.);
- Mettre en valeur les affiliations des villes et municipalités (exemple : Plus beaux villages du Québec, Fleurons du Québec, REFER)

#### 3.3 Présenter une offre complète des attraits et services touristiques de la région

- Mettre en place un répertoire de l'ensemble des intervenants touristiques du territoire;
- Centraliser les informations concernant les attraits et les activités touristiques de la région;
- Mettre à jour de manière continue de l'information du secteur;
- Augmenter la visibilité et la notoriété des attraits touristiques, à l'intérieur et à l'extérieur de la région;
- Se doter d'une image de marque et faire connaître le CLD comme un organisme incontournable dans la région;
- Miser sur l'amorce d'un virage Web pour augmenter de manière significative le rayonnement de la Vallée du Richelieu.

#### 3.4 Renforcer l'offre existante et positionner la Vallée du Richelieu comme une région d'escapades

- Structurer l'offre par la création de circuits diversifiés qui renouvèleront les expériences afin d'attirer les visiteurs;
- Favoriser l'attractivité grâce à l'utilisation d'attraits / thématiques / produits d'appels spécifiques;
- Mettre en place de nouvelles actions promotionnelles dans la région et à l'extérieur de celle-ci;
- Développer le volet événementiel afin de présenter une expérience unique et authentique aux résidents et visiteurs;
- Attirer de nouvelles clientèles et fidéliser les clientèles existantes;
- Faire progresser la fréquentation touristique des produits, attraits et services touristiques;
- Allonger périodes de fréquentation afin d'assurer des retombées touristiques sur une plus longue période (4 saisons).

### 3.5 Soutenir financièrement les intervenants touristiques et leurs projets structurants

- Mettre en place une politique de financement visant à soutenir les efforts du milieu;
- Réaliser un appel de projets annuel permettant de soutenir spécifiquement les intervenants du domaine;
- Positionner le CLD comme partenaire de choix auprès des intervenants touristiques;
- Renforcer le lien avec les intervenants touristiques en augmentant leur sentiment de confiance.

## 4. AXES D'INTERVENTIONS PRIVILÉGIÉS

---

Les objectifs et stratégies susmentionnés devront valoriser les axes suivants :

### **Axe 1 : Renforcer l'attractivité de l'agrotourisme, en le positionnant comme un produit distinctif de la région**

Cet axe vise à structurer l'offre agrotouristique du territoire et à la présenter comme une expérience à valeur ajoutée ayant le potentiel d'accroître la fréquence et la durée de fréquentation des attraits touristiques concernés. Il doit également permettre de supporter et de valoriser les liens entre les entreprises afin de favoriser le maillage et la présentation de produits exclusifs.

### **Axe 2 : Renforcer le cyclotourisme, en le positionnant comme un produit touristique générateur de découvertes**

Cet axe vise à développer une vision régionale forte permettant de prioriser les pistes cyclables existantes et d'appuyer la création de nouvelles pistes. Il permettra aussi d'adopter un positionnement cyclotouristique axé sur la clientèle d'agrément, élément distinctif d'autres régions touristiques qui mise sur les caractéristiques du territoire, conformément à la vision adoptée par notre association touristique régionale (Tourisme Montérégie).

### **Axe 3 : Mettre en valeur l'offre nautique de la région via la Station nautique Vallée-du-Richelieu**

Cet axe vise à regrouper l'ensemble des intervenants en sports et loisirs nautiques de la région afin de faire connaître les infrastructures en rive ou à proximité. Il doit aussi permettre de soutenir les efforts de développement et d'amélioration de l'expérience touristique liée au nautisme, tant pour les clientèles touristiques que les plaisanciers.

### **Axe 4 : Miser sur le développement et la promotion d'attraits et d'activités liés au plein air**

Cet axe vise à mettre de l'avant un positionnement distinctif, basé sur la diversité des activités qui sont facilement accessibles dans la région. Il vise également à appuyer le développement d'initiatives mettant de l'avant les ressources naturelles du territoire dans une optique de développement durable.

### **Axe 5 : Intégrer la culture et le patrimoine comme parties prenantes du tourisme dans la région**

Cet axe vise à capitaliser sur la richesse culturelle et la présence d'attraits historiques dans la région. Il vise également à arrimer les actions touristiques régionales à la *Politique culturelle de la M.R.C. de La Vallée-du-Richelieu* en soutenant la mise en place de projets structurants.

### **Axe 6 : Soutenir le développement et la promotion d'attraits et d'événements de la région**

Cet axe vise à inciter les attraits existants à jouer un rôle moteur dans le développement de la région afin d'en augmenter le rayonnement. Il vise également à cibler différents produits d'appels permettant de mieux structurer l'offre touristique dans une approche synergique.

### **Axe 7 : Développer le marché du tourisme d'affaires et en promouvoir les infrastructures**

Cet axe vise à positionner la région comme regorgeant de lieux facilement accessibles qui permettent la tenue de réunions et d'événements, en conformité avec le cadre de vie y prévaut.

### **Axe 8 : Enrichir le contenu des escapades pour augmenter la performance de l'hébergement touristique**

Cet axe vise à favoriser la participation de l'hébergement touristique dans les concepts d'escapades et développer des liens entre les attraits afin d'augmenter la durée des séjours.