

Stratégie de développement touristique

Baie-des-Chaleurs

_2023-2027.

« Une destination n'est jamais un lieu,
mais une nouvelle façon de voir les choses. »
- Henry Miller

La stratégie de développement touristique est un guide mis en place pour l'ensemble de la communauté touristique et les partenaires de la Baie-des-Chaleurs. Elle permet de consolider la volonté des acteurs du tourisme et de faire de ce secteur un levier à l'amélioration du cadre de vie. Au-delà du tourisme, le territoire cherche aujourd'hui à renforcer son attractivité globale, à valoriser ses richesses et à assurer un développement de manière plus responsable et durable. Pour ce faire, il en va de chacun de poser des gestes concrets en harmonie avec cette stratégie afin de parvenir **ENSEMBLE** à l'atteinte de la vision de la destination.

_Territoire.

Le territoire touristique, communément appelé la Baie-des-Chaleurs, est d'une superficie totale d'environ 7 900 km² et s'étend sur une largeur d'environ 200 km, de L'Ascension-de-Patapédia à Shigawake. Les principales caractéristiques sont :

- 2 communautés Mi'gmaq : Listuguj et Gesgapegiag
- 24 villes et municipalités + 3 territoires non organisés inclus dans 2 MRC : MRC Avignon et MRC de Bonaventure
- Plus de 32 000 habitants regroupant 3 communautés linguistiques principales : française, anglaise, Mi'gmaq
- Paysages variés : mer, rivières, montagnes, forêt, terres agricoles
- Une baie et son littoral longeant plus de trois quarts du territoire
- 7 rivières d'importance



_Économie.

Les principaux employeurs se retrouvent dans les activités économiques suivantes :

- Foresterie, agriculture, pêche et chasse
- Commerces de détails
- Arts, spectacles et loisirs
- Hébergement et restauration

_Forces.

La destination propose une offre diversifiée et annuelle d'attraits, d'activités, d'événements et de services mettant en vedette la nature, les cultures et les saveurs locales. Nos forces s'articulent autour des créneaux suivants :

- **Tourisme plein-air et aventure**
- **Tourisme gourmand et agrotourisme**
- **Tourisme culturel et autochtone**
- **Événementiel**
- **Tourisme détente et bien-être**

_Mission.

Assurer le développement du tourisme durable ainsi que l'optimisation du grand potentiel touristique 4 saisons de l'ensemble du territoire.

_Vision.

Être établie comme une destination durable 4 saisons et effervescente ralliant les gens d'ici et d'ailleurs à travers des expériences inspirantes et conviviales.

_Enjeux.

- 1 **Préservation des milieux naturels et de la qualité de vie des communautés**
- 2 **Viabilité économique du secteur touristique**
- 3 **Compétitivité des produits et services touristiques**
- 4 **Attractivité de la destination**

_Valeurs

Collaboration
Respect
Hospitalité
Qualité

Une initiative de vos MRC



_Axes stratégiques.

Ce guide stratégique comporte 4 axes déclinés en 24 stratégies pour renforcer, renouveler, promouvoir et perfectionner le secteur touristique local de façon durable et responsable. Ce plan a été élaboré en symbiose avec les préoccupations du milieu touristique et des communautés afin de maximiser les forces de la destination. Il est le résultat de la concertation des membres de la communauté touristique de la Baie-des-Chaleurs avec la collaboration du comité en tourisme et des activités de consultation du milieu.

24 stratégies, une destination épanouie !

1 Soutenir un tourisme bénéfique pour les collectivités et l'environnement

- 1 Introduire des mesures de performances durables
- 2 Soutenir et promouvoir la mobilité durable pour les déplacements touristiques
- 3 Impliquer la population locale dans le développement touristique
- 4 Assurer l'accessibilité et l'inclusivité
- 5 Sensibiliser aux bonnes pratiques de voyages
- 6 Tendre vers un tourisme régénérateur

2 S'adapter aux nouvelles réalités d'affaires

- 7 Renforcer une saine gestion organisationnelle et opérationnelle
- 8 Améliorer la capacité d'attraction et de rétention des travailleurs.euses et des bénévoles
- 9 Favoriser les pratiques d'affaires durables, l'économie locale et circulaire
- 10 Rehausser l'expérience client notamment par le virage numérique
- 11 Augmenter la qualité des produits et services touristiques
- 12 Développer et partager des connaissances stratégiques sur les clientèles

3 Proposer des expériences créatives et annuelles

- 13 Développer une approche d'écotourisme de l'offre de tourisme de nature et d'aventure
- 14 Valoriser les expériences gourmandes et l'agrotourisme
- 15 Miser sur le patrimoine, les cultures et les savoir-faire locaux
- 16 Encourager la tenue d'activités, de festivals et d'évènements hors des périodes de fort achalandage
- 17 Mettre de l'avant les expériences détente et bien-être
- 18 Proposer une offre d'hébergement et de restauration adaptée

4 Bâtir une réputation durable de la destination

- 19 S'unir sous un positionnement attractif et représentatif
- 20 Promouvoir le tourisme lent et le tourisme de proximité
- 21 Inspirer à découvrir, sur les 4 saisons, l'ensemble de la destination
- 22 Améliorer la qualité de l'accueil et de l'information
- 23 Mettre en valeur les expériences touristiques distinctives
- 24 Diversifier les clientèles hors des fortes périodes d'achalandage