

FAIRE DU TÉMISCAMINGUE

LA PLAQUE TOURNANTE
DE L'EXPÉRIENCE
AVENTURE-NATURE
DE L'ABITIBI-TÉMISCAMINGUE
ET DU NORD-EST ONTARIEN

PORTRAIT DE LA SITUATION
STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT
PLAN D'ACTION





RECHERCHE, ENTREVUES, RÉDACTION, DESIGN GRAPHIQUE ET CRÉDIT PHOTO

France Lemire | Consultante en développement et en promotion de l'offre plein air

COMITÉ DE SUIVI

Nadia Bellehumeur | Directrice générale de la Société de développement du Témiscamingue

Claire Bolduc | Préfète de la MRC de Témiscamingue

Daniel Bourgeault | Président de la Société de développement du Témiscamingue

Dany Gareau | Directeur du Parc national d'Opémican

Lyne Gironne | Directrice générale de la MRC de Témiscamingue

Simon Laquerre | Conseiller aux entreprises de la Société de développement du Témiscamingue

Marie-Joe Morin | Administratrice de la Société de développement du Témiscamingue
Représentante tourisme

Patricia Noël | Administratrice de la Société de développement du Témiscamingue
Présidente de la Table d'harmonisation du Parc national d'Opémican

Chantal Parent | Directrice générale de Desjardins - Caisse du Témiscamingue

Fanny Tremblay | Directrice du Centre local d'emploi de Ville-Marie

TABLE DES MATIÈRES

7	INTRODUCTION
7	SOURCES
8	ABRÉVIATIONS
9	DÉFINITIONS ET CONCEPTS-CLÉS
11	PORTRAIT DE LA SITUATION
11	LE TERRITOIRE, LA RESSOURCE PREMIÈRE
13	LE TERRAIN DE JEU TÉMISCAMIEN
14	L'ORGANISATION SPATIALE ET POLITIQUE
16	LE TOURISME D'AVENTURE ET DE NATURE, UN PÔLE PROMETTEUR
17	LES TYPES DE TOURISME D'AVENTURE
19	LES RETOMBÉES SOCIALES
20	LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES
21	LE BILAN DU TOURISME D'AVENTURE AU QUÉBEC
22	LES PROFILS DES TOURISTES D'AVENTURE
22	PROFIL DE LA CLIENTÈLE INTERNATIONALE DES TOURS OPÉRATEURS
23	PROFIL DES TOURISTES D'AVENTURE AMÉRICAINS
24	PORTRAIT DE LA PRATIQUE DU PLEIN AIR PAR LES QUÉBÉCOIS
26	PROFILS DES TOURISTES À VÉLO QUÉBÉCOIS ET HORS QUÉBEC
30	PROFIL DES ADEPTES QUÉBÉCOIS DES SPORTS NAUTIQUES
32	PROFIL DES ADEPTES QUÉBÉCOIS DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE
34	LES MARCHÉS SOURCES
36	LA DEMANDE DES MARCHÉS SOURCES
40	LES CLIENTÈLES CIBLES
43	QUELQUES CONSTATS
44	LES TENDANCES EN TOURISME D'AVENTURE
49	STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT
49	LA CONCURRENCE
50	L'ACCESSIBILITÉ
51	L'AMÉNAGEMENT TOURISTIQUE DURABLE DU TERRITOIRE
51	L'ACTION FACE AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES
52	LES ENJEUX
52	FORCES ET FAIBLESSES
52	CADRE GÉOGRAPHIQUE ET NATUREL
53	FACTEURS HUMAINS ET ORGANISATIONNELS
53	INFRASTRUCTURES ET ÉQUIPEMENTS
54	OPPORTUNITÉS ET MENACES

56	NOTRE ÉCOSYSTÈME TOURISTIQUE D'ENTREPRISES & DE PARTENAIRES
57	DÉMARCHE INNOVANTE ET COLLABORATIVE
58	NOS FILIÈRES PHARES
58	PRODUCTEURS D'AVENTURE
59	INFRASTRUCTURES ET TERRITOIRES TOURISTIQUES
59	MANUFACTURIERS ET ÉQUIPEMENTIERS
59	INSTITUTIONS D'ENSEIGNEMENTS
60	NOS PILIERS D'EXCELLENCE
60	RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT
60	SÉCURITÉ INTÉGRÉE
60	CULTURE ANICINABE FORTE & VIVANTE
61	POPULATION INCLUSIVE & TERRITOIRE ATTRACTIF
61	IMAGE DE MARQUE PERCUTANTE
62	NOTRE ADN TOURISTIQUE
62	NOS VALEURS MISES DE L'AVANT
62	L'ÉTHIQUE DE NOTRE DESTINATION
63	NOS ATOUS INCONTOURNABLES
64	NOS PRODUITS STRUCTURANTS
64	LA SÉPAQ : DEUX PARCS AU CŒUR DU TERRITOIRE
66	ACCÈS PLEIN AIR : LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE AVENTURE-NATURE
67	LA CONSTITUTION D'UNE COOPÉRATIVE DE SOLIDARITÉ EN PLEIN AIR
69	LA CONSTRUCTION D'EXPÉRIENCES TOURISTIQUES DISTINCTIVES
70	LA PRIORISATION DE PRODUITS
70	LES PRODUITS D'APPEL
71	LES PRODUITS SPÉCIALISÉS & DE NICHE
72	LES PRODUITS COMPLÉMENTAIRES
74	LES SERVICES ESSENTIELS
75	LES PÔLES TOURISTIQUES DE DESTINATION
75	PÔLE PAGAYABLE
77	PÔLE CYCLABLE
80	PÔLE NAVIGABLE

83 MISE EN OEUVRE

83	UNE VISION ÉCLAIRANTE 2025
83	UNE MISSION
83	DES VALEURS MISES DE L'AVANT QUI FONDENT
83	LES OBJECTIFS STRATÉGIQUES DU DÉVELOPPEMENT DE LA PLAQUE TOURNANTE AVENTURE-NATURE

84

AXE 1 : ORGANISER LE SECTEUR AVENTURE-NATURE

84

1.1 DÉVELOPPER UNE VISION CLAIRE ET PARTAGÉE

84

1.2 METTRE EN PLACE UNE STRUCTURE D'ACCOMPAGNEMENT

87

AXE 2 : CONSTRUIRE UN TISSU D'ENTREPRISES PERFORMANTES ET STIMULER L'INNOVATION

87

2.1 FACILITER L'ACCÈS AU FINANCEMENT DES ENTREPRISES ET SUPPORTER LE DÉMARRAGE

90

2.2 ACCOMPAGNER ET CONCERTER LES PRODUCTEURS D'AVENTURE ET LES PROMOTEURS TOURISTIQUES POUR AUGMENTER LA COMPÉTITIVITÉ DES ENTREPRISES

91

2.3 DIFFUSER DES CONNAISSANCES STRATÉGIQUES AUX ENTREPRISES ET AUX PROMOTEURS

92

2.4 DÉVELOPPER DES COMPÉTENCES ET DES EMPLOIS EN PLEIN AIR

95

AXE 3 : STRUCTURER L'OFFRE D'EXPÉRIENCES NOVATRICES MULTIACTIVITÉS

95

3.1 DÉVELOPPER ET BONIFIER LES INFRASTRUCTURES DE PLEIN AIR

97

3.2 DÉVELOPPER DES CIRCUITS AUTOGUIDÉS (STRUCTURER LA PRATIQUÉLIBRE)

99

3.3 DÉVELOPPER DES PRODUITS TOURISTIQUES

101

3.4 FORFAITISER LES PRODUITS TOURISTIQUES (STRUCTURER LA PRATIQUÉ ENCADRÉE)

101

3.5 HARMONISER LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

102

AXE 4 : CRÉER UNE DESTINATION RESPONSABLE ET SÉCURITAIRE

102

4.1 ÉLABORER LA STRATÉGIE ET LES OUTILS

102

4.2 SENSIBILISER

104

4.3 DÉVELOPPER DES PRATIQUES RESPONSABLES

106

4.4 DÉVELOPPER DES PRATIQUES SÉCURITAIRES

108

AXE 5 : ENRICHIR L'ACCUEIL ET L'ACCOMPAGNEMENT

108

5.1 DÉVELOPPER UNE CULTURE D'ACCUEIL

109

5.2 DÉVELOPPER LES INFRASTRUCTURES ET LES OUTILS D'ACCUEIL

109

5.3 RENDRE LE VIRAGE LOCAL

110

5.4 AMÉLIORER L'ACCÈS

111

5.5 AMÉNAGER DU MOBILIER CRÉATIF DANS LES ESPACES PUBLICS ET PRIVÉS ASSOCIÉS À L'IMAGE NATURE ET AUX ACTIVITÉS D'AVENTURE

112

AXE 6 : INVESTIR DANS LA PROMOTION ET LA MISE EN MARCHÉ**ANNEXE 1 : IDÉES INSPIRANTES****ANNEXE 2 : ACTEURS TOURISTIQUES DU TÉMISCAMINGUE****ANNEXE 3 : PARTENAIRES TOURISTIQUES POTENTIELS - ABITIBI**



INTRODUCTION

Le portrait de la situation, le diagnostic et le plan d'action visent à tracer la route afin que le tourisme d'aventure et de nature devienne un levier de développement économique d'envergure pour le Témiscamingue et une véritable plaque tournante de l'expérience aventure-nature en Abitibi-Témiscamingue et au Nord-Est ontarien.

SOURCES

Mondiale et nationale

- 20 Adventure Travel Trends to Watch in 2018, Adventure Travel Trade Association; 2018;
- Adventure Travel Trends Snapshot, Adventure Travel Trade Association, mars 2017;
- North American Adventure Travelers, Seeking Personal Growth, New Destinations and Immersive Culture, Adventure Travel Trade Association, octobre 2017;
- Expériences, boîte à outils pour les partenaires de la CTT, Commission canadienne du tourisme, octobre 2011;
- Adventure Tourism Development Index, 2009 reports;
- Faits saillants des marchés de Destination Canada, Commission canadienne du tourisme, en ligne;
- Tourisme autochtone - Étude qualitative - États-Unis, résumé des conclusions et des considérations, Destination Canada, Association touristique autochtone du Canada;

Provinciale

- Étude des clientèles, des lieux de pratique et des retombées économiques et sociales des activités physiques de plein air, rapport final, Chaire de tourisme Transat ESG UQAM, octobre 2017;
- Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure au Québec, ministère du Tourisme, mars 2017;
- État des lieux – Synthèse, Stratégie de mise en valeur du Tourisme de nature et d'aventure, Tourisme Québec, mars 2017;
- Rapport annuel 2017-2018, Alliance de l'industrie touristique du Québec, 2017;
- Stratégie marketing 2017-2020, Alliance de l'industrie touristique du Québec, novembre 2017;
- Au Québec, on bouge en plein air, avis sur le plein air, ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur, 2017;
- Tourisme de plein air et d'aventure : cas de bonnes pratiques et de produits innovants, Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM, 15 novembre 2017;
- Nature Adventure, stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure au Québec, ministère du Tourisme, mars 2017;
- Québec nature- La nature au Québec, c'est toute une expérience!, Québec Nature, 2017;
- Faire découvrir la nature du Québec, rapport annuel 2016-2017, Sépaq, 2017;
- Innovation et entrepreneuriat en tourisme au Québec, Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM, avril 2016;
- Analyse du profil des entreprises membres d'aventure Écotourisme Québec, Aventure Écotourisme Québec, 2016;
- Glamping - Étude de la situation et exemples inspirants, Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM, février 2016;
- Profil de la clientèle québécoise pratiquant la randonnée pédestre, la raquette et la marche hivernale, Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM, octobre 2015;
- Analyse des meilleures pratiques de mise en marché et de promotion des destinations de cyclotourisme, Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM, juillet 2015;
- Tourisme à vélo au Québec : portrait de la clientèle, Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM, 11 février 2015;
- Le tourisme d'aventure, quels sont les risques et défis actuels?, HES-SO Valais-Wallis- filière Tourisme, novembre 2013;
- Le tourisme d'aventure : portrait, profil du voyageur et potentiel de développement, Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM, mars 2012;
- Portrait et enjeux de développement des sentiers et des lieux de pratique, Conseil québécois du Loisir, Loisir de plein air au Québec, mars 2008;
- Le Québec de la villégiature, Plan intégré de l'expérience, diagnostic et orientation, Tourisme Québec, mai 2007;
- Articles du réseau de veille en tourisme - tourisme d'aventure, tourisme durable, tendances, clientèles, marketing, en ligne;
- Plan de développement 2016-2018, Aventure Écotourisme Québec, 2016;
- Rapport annuel 2016-2017, Aventure Écotourisme Québec; 2016;
- Plan d'action 2016-2020 - Appuyer les entreprises, enrichir les régions, Tourisme Québec, avril 2015;

Régionale

- Système de mesures pour l'excellence des Destinations, Rapport SMED, Abitibi-Témiscamingue, Canada, septembre 2011;
- Rapport annuel 2017-2018 et plan d'action 2018-2019, Tourisme Abitibi-Témiscamingue; avril 2018;
- Plan régional de développement du territoire public, présenté par le ministère des Ressources naturelles et de la Faune en 2005 (PRDTP);
- Plan régional de développement des ressources fauniques (PRDRF);
- Plan d'affectation du territoire public (PATP – régionalisé);

Locale

- Plan stratégique Témiscamingue 2018-2022 - Inverser la tendance démographique à la baisse en augmentant la population témiscamienne de 500 personnes d'ici 2022, 2018;
- Rencontre en tourisme, Société de développement du Témiscamingue, 11 septembre 2017;
- MRC de Témiscamingue - document de présentation, 2017;
- Le tourisme au Témiscamingue, État de situation et diagnostic, Société de développement du Témiscamingue, 2016;
- Démarche de prospective stratégique, Rapport final, Société de développement du Témiscamingue, 16 mars 2014;
- Schémas d'aménagement et de développement, Municipalité régionale de comté de Témiscamingue, 25 avril 2012;
- Système de mesures pour l'excellence des Destinations, Rapport SMED, Témiscamingue, Canada, février 2012.

ABRÉVIATIONS

Alliance touristique du Québec	ATQ
Association des parcs régionaux du Québec	ACQ
Association forestière de l'Abitibi-Témiscamingue	AFAT
Association of Canadian Travel Agencies	ACTA
Association touristique régionale	ATR
Association touristique régionale	ATR
Association touristique sectorielle	ATS
Aventure Écotourisme Québec	AEQ
Bureau d'information touristique	BIT
Carrefour jeunesse emploi du Témiscamingue	CJET
Centre mondial d'excellence des destinations	CED
Centre local de développement	CLD
Commission canadienne du tourisme	CCT
Conseil québécois des ressources humaines en tourisme	CQRHT
Conseil régional de l'environnement de l'Abitibi-Témiscamingue	CREAT
Fédération des clubs de motoneigistes du Québec	FCMQ
Fédération des pourvoiries du Québec	FPQ
Fédération québécoise des gestionnaires de zecs	FQGZ
Municipalité régionale de comté de Témiscamingue	MRCT
Organisme de bassin versant du Témiscamingue	OBVT
Organisation mondiale du Tourisme	OMT
Petites et moyennes entreprises	PME
Services d'aide au développement des collectivités	SADC
Société de développement du Témiscamingue	SDT
Société des établissements de plein air du Québec	SÉPAC
The International Ecotourism Society	TIES
Tourisme Abitibi-Témiscamingue ou Association touristique de l'Abitibi-Témiscamingue	TAT ou ATRAT
Tourisme Québec	TQ
Travel and Tourism Research Association	TTRA
Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue	UQAT
Zone d'exploitation contrôlée	ZEC

DÉFINITIONS ET CONCEPTS-CLÉS

Quelques concepts-clés pour mieux délimiter l'étendue du champ d'intervention des instances impliquées dans le développement.

TOURISTE PLEIN AIR

Personne ayant réalisé un voyage d'au moins 80 km, dont le séjour a duré plus de 24 heures (une nuit ou plus, qui a utilisé de l'hébergement commercial ou privé et qui a réalisé une activité de plein air dans le cadre de son voyage.

EXCURSIONNISTE

Personne ayant réalisé une activité de plein air au cours d'une journée où elle s'est déplacée à plus de 40 km de son domicile.

TOURISME D'AVENTURE

Activité physique de plein air – ou une combinaison d'activités – se déroulant dans un milieu naturel particulier (endroit inusité, exotique, isolé, inhabituel ou sauvage) qui fait intervenir des moyens de transport non conventionnels – qu'ils soient motorisés ou non motorisés – et qui implique nécessairement un degré de risque – lequel peut varier selon l'environnement (ex. isolement, caractéristiques géographiques, etc.) ou selon la nature de ou des activités et moyens de transport impliqués.

Le tourisme d'aventure se définit comme un voyage qui inclut au moins deux des trois éléments suivants : une activité physique, un environnement naturel, une immersion culturelle.

ACTIVITÉ DE PLEIN AIR

Activité physique, pratiquée en milieu ouvert, dans un rapport dynamique et harmonieux avec des éléments de la nature.

TOURISME DE NATURE

Tourisme portant sur la pratique d'activités de plein air, que ce soit d'aventure, de découverte, de culture autochtone ou de séjour en forêt. Celles-ci doivent se vivre dans un cadre naturel et peuvent être pratiquées de façon autonome ou encadrée, et ce, en interaction avec le milieu.

RÉCRÉOTOURISME

« Englobe à la fois les secteurs du tourisme et du loisir. On qualifie donc de récréotouristique un site ou une entreprise susceptible d'attirer une clientèle touristique et qui favorise la pratique d'activités de loisir. Ces activités peuvent être d'ordre socioculturel, sportif, de plein air ou autre.

ÉCOTOURISME

Forme de voyage responsable dans des espaces naturels, qui contribue à la préservation de l'environnement et au bien-être des populations locales.

Forme de tourisme qui vise à faire découvrir un milieu naturel tout en préservant son intégrité. Il comprend une activité d'interprétation des composantes naturelles ou culturelles du milieu tout en favorisant une attitude de respect envers l'environnement. De plus, il fait appel à des notions de développement durable et entraîne des bénéfices socioéconomiques pour les communautés locales et régionales.

TOURISME DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil.

ÉCONOMIE COLLABORATIVE

Louer des produits ou des services au lieu de les acheter entre particuliers, souvent par l'entremise d'une plate-forme web.



PORTRAIT DE LA SITUATION

LE TERRITOIRE, LA RESSOURCE PREMIÈRE

Situé à l'extrême Ouest du Québec, le Témiscamingue est frontalier du Nord-est ontarien. La rivière des Outaouais et le majestueux lac Témiscamingue délimitent la majeure partie de son côté ouest et la totalité de son côté sud alors que la spectaculaire rivière Dumoine avec ses multiples rapides tumultueux délimite la majeure partie de son côté est. Le territoire est bordé au Nord par la MRC de Rouyn-Noranda et au Nord-est par celle de la Vallée-de-l'Or.

Le Témiscamingue se compare en latitude à la région de Québec. En effet, Témiscaming se situe sensiblement à la même latitude que Québec alors que Ville-Marie n'est qu'à 58 km plus au Nord.

La ville de Témiscaming, à proximité du nouveau parc national d'Opémican, est située à 810 km de Québec et 570 km de Montréal. La distance de l'Ontario est moindre, soit 425 km de Toronto et 375 km d'Ottawa.

Le Témiscamingue compte 19 244 km² de superficie soit 29,8 % de la superficie de l'Abitibi-Témiscamingue. Ce vaste territoire se superpose aux terres ancestrales des Anicinabek. Foulé par les premières nations, les voyageurs, les bûcherons et les colons, ce coin de pays est riche en histoire.

Cette contrée quasi vierge est recouverte à 91 % de lacs et de forêts. De ce fabuleux couvert forestier, 86 % représentent des terres publiques fortes de ses grands espaces, ses paysages grandioses et de sa nature sauvage. La proportion d'aires protégées au Témiscamingue atteint 12 %.

La forêt témiscamienne couvre 65 % du territoire soit 12 411 km². Dominée par de majestueux pins blancs et rouges, elle expose également diverses essences de feuillus et de conifères tels le bouleau, le peuplier, l'érable, le sapin, l'épinette, le mélèze, le pin et le cèdre. La faune y est abondante. Les espèces à observer sont l'orignal, l'ours, le lièvre d'Amérique, le canard, la gélinotte huppée, la belette à longue queue, l'hermine, le castor, l'écureuil roux, le loup, la loutre de rivière, la martre d'Amérique, la moufette rayée, le pékan, le rat musqué, le renard roux et le lynx du Canada.

Le territoire compte 7 500 lacs et rivières avec de multiples interconnexions pour le plaisir des amateurs de sports nautiques. On dénombre cinq grands lacs : le lac Témiscamingue, le lac Simard, le lac des Quinze, le réservoir Kipawa et le réservoir Decelles. Les espèces de poissons d'eau douce les plus rencontrées sont l'achigan, le doré, le brochet, l'omble de fontaine, truites, touladis, la barbotte et la perchaude.

Le climat témiscamien, de type continental, offre des étés chauds et des hivers froids et secs. Alors que la température moyenne annuelle se situe à 2,46°C, les écarts thermiques y sont très importants avec un écart de température de 33°C entre la température moyenne du mois le plus chaud (18°C, juillet) et celle du mois le plus froid (-15°C, janvier).

La latitude moins élevée du Témiscamingue par rapport à celle de l'Abitibi fait en sorte que la température du Témiscamingue est de quelques degrés plus élevés que celle de l'Abitibi, mais plus bas que celle du sud du Québec. Le Témiscamingue se situe dans une zone d'ensoleillement moyen de 1 950 heures / année, alors que l'Abitibi compte quelque 1700 heures d'ensoleillement annuel moyen.

Le centre du Témiscamingue reçoit annuellement des précipitations moyennes de 82,4 centimètres, dont 77 % sous forme de pluie et 23 % sous forme de neige. Généralement, les précipitations sont très faibles en hiver et atteignent un maximum aux mois de juin, juillet, août et septembre.

Le territoire et le climat du Témiscamingue permettent donc de vivre au rythme des saisons. La pratique d'activités en plein air contribue à apprécier les délices de chaque saison et à atténuer les écarts de la saisonnalité.

L'été, c'est la saison chaude. Baignée par une lumière unique, la nature fait briller ses différentes teintes de verts et de bleus. C'est le temps de prédilection pour profiter des sentiers intimistes de randonnée qui sillonnent la forêt et des voies cyclables exposées à de magnifiques paysages champêtres. C'est aussi le moment où les rivières et les lacs à l'eau claire et chaude offrent aux canoteurs des espaces sauvages à perte de vue et des plages de sable qui invitent à la détente.

Une explosion de couleurs, d'odeurs et de saveurs marque l'arrivée de l'automne, mois de l'année de totale grâce sensorielle. Dès la mi-septembre, la forêt mixte se colore de rouges flamboyants, d'oranges vivifiants et de jaunes puissants. L'air est sec et légèrement frais. Une brume matinale dorée flotte sur les lacs. L'odeur de la terre et des feuilles mortes sur le sol parfume l'air. Les ciels contrastés offrent un spectacle grandiose, traversés par des nuées d'oiseaux migrateurs en route vers le Sud. C'est le moment privilégié pour goûter les savoureux produits du terroir. C'est également un temps précieux pour les randonnées pédestres en forêt et à vélo sur les chemins de campagne.

Au mois de novembre, le ciel laisse valser les premiers flocons. Doucement, les rivières et les lacs se cachent sous une épaisse couche de glace. L'hiver s'installe et le temps semble s'arrêter. À chaque bordée de neige, les adeptes de plein air trouvent une nouvelle façon de célébrer la saison froide. Le ski de fond, la raquette, le chien de traîneau, le ski cerf-volant, l'escalade de glace, le fatbike, la motoneige et le quad accrochent des sourires aux lèvres des amoureux de la neige. L'hiver c'est aussi le temps de se délecter des paysages vallonnés d'une blancheur immaculée.

Alors que le printemps se fait sentir dans la douceur de l'air, le Témiscamingue est marqué par la saison des sucres. La sève des érables coule à flots et les cabanes à sucre s'animent. Les délicieux repas typiquement québécois arrosés du fameux sirop sucré font le bonheur des visiteurs. Le soleil offre une lumière unique et chaleureuse qui réchauffe la terre et les cœurs. Les animaux sortent de leur hibernation. La neige fond tranquillement, les rivières et les lacs se libèrent de leurs glaces épaisses alors que les chutes et les rapides regorgent d'eau pour offrir un spectacle grandiose et un terrain de jeux aux amateurs de rafting, de canot et de kayak de rivière. Les arbres bourgeonnent et fleurissent dans une explosion de couleurs vives et les oiseaux migrateurs reviennent faire escale durant leur long périple vers le Nord.



LE TERRAIN DE JEU TÉMISCAMIEN

Le Témiscamingue représente un trésor touristique et un lieu de prédilection pour les adeptes d'aventure et de nature du monde entier :

- Territoire isolé des autres zones de peuplement du Québec par une immense surface boisée;
- Territoire d'une superficie de 19 244 km² recouvert à 91 % de rivières, de lacs et de forêts mixtes quasi inhabitées aux atouts naturels grandioses et idylliques;
- Territoire immense comptant une densité de population très faible soit 16 985 habitants;
- Territoire relativement plat au Nord qui devient montagneux en direction sud à proximité de Ville-Marie;
- Territoire comptant une présence humaine Anicinabe depuis 8 000 ans.

De cette représentation paradisiaque de la nature témiscamienne se profile un terrain de jeu quatre saisons privilégié pour la pratique d'activités d'aventure et de nature nautiques et terrestres.

Ce paradis de l'aventure active se déploie sur :

- Une dizaine de réseaux de sentiers pédestres et de sentiers de raquette, dont deux majeurs (Récré-eau-des-Quinze et Parc national d'Opémican);
- Une voie cyclable dédiée de 42 km sur criblure de pierre;
- Un site aménagé pour le vélo de montagne comptant près de 10 km;
- Une vingtaine de parcours pagayables;
- 1 club et quelques petits réseaux de sentiers de ski de fond;
- 887 km de sentiers de motoneige fédérés reliés à l'Abitibi, à l'Outaouais et à l'Ontario;
- 400 km de sentiers de VTT fédérés reliés.

Le terrain de jeu témiscamien, c'est aussi :

- Des sites de plongée dans des lacs à l'eau claire;
- 2 sites d'escalade aménagés; 1 à Ville-Marie (Grotte) et à l'autre à Duhamel-Ouest (face au lac Laperrrière);
- Deux sites aménagés pour l'observation des oiseaux (ornithologie) et de la faune;
- Un parc national (parc national d'Opémican);
- Une réserve faunique (réserve faunique La Vérendrye);
- Quatre zecs (Kipawa, Restigo, Dumoine, Maganasipi);
- 52 pourvoiries pour une capacité de 2 183 personnes (L'Abitibi-Témiscamingue compte au total 93 pourvoiries pour une capacité de 4 443 personnes).



L'ORGANISATION SPATIALE ET POLITIQUE

À L'ÉCHELLE LOCALE



La population

Le Témiscamingue compte une population de 16 425 habitants répartis entre 4 communautés Anicinabek comptant 3 052 habitants soit 13 % de la population locale, 20 municipalités comptant entre 174 et 2 584 habitants et 2 territoires non organisés (Laniel et Les Lacs-du-Témiscamingue).

Quatre communautés Anicinabek :

- Wolf Lake – 329 habitants
- Kebaowek – 612 habitants
- Timiskaming – 1 487 habitants
- Long Point – 624 habitants

Deux villes d'importance :

- Ville-Marie | 2 584 habitants (données de 2016)
- Témiscaming | 2 431 habitants (données de 2016)

La forêt témiscamienne compte 2 084 chalets et 1 800 camps de chasse dispersés sur une quarantaine de lacs, accueillant une population variant entre 4 000 et 8 000 personnes.

Le Témiscamingue abrite une population aux multiples origines parlant trois langues principales : le français est la langue première, l'anglais est la langue seconde qui est surtout parlée dans le secteur de Témiscaming et par les membres des communautés Anicinabek qui eux parlent également l'algonquin.

Les organisations

- La Municipalité Régionale de Comté du Témiscamingue
 - Responsable du schéma d'aménagement du territoire.
- La Société de développement du Témiscamingue (SDT)
 - Réunion entre le CLD mandaté par la MRCT et la Société d'aide au développement des collectivités (SADCT) mandatée par l'agence de Développement Économique du Canada.
 - Accompagnement et soutien de l'offre en tourisme : Tour du lac Témiscamingue, maximisation des retombées du parc national d'Opémican, soutien aux projets d'affaires en tourisme, carte touristique estivale, maintien et la mise à jour du site Internet de Tourisme Témiscamingue
 - L'équipe de la Société de développement du Témiscamingue a travaillé à la promotion touristique jusqu'à l'automne 2014, date marquant l'abolition des CLD entraînant la suppression des postes de conseillers en tourisme, le non-renouvellement du fonds de promotion et la fin des activités de l'équipe tourisme;
 - Accompagnement et soutien dans le développement de marchés : animation et concertation du milieu et support technique dans la réalisation de projets d'organismes publics ou privés.
- 2 bureaux saisonniers d'accueil et d'information touristique
 - Notre-Dame-du-Nord et Témiscaming (le bureau permanent de Ville-Marie n'existe plus)
- Carrefour jeunesse Emploi du Témiscamingue
- Centre local d'emploi
- Chambre de commerce du territoire
- Commission scolaire du Lac-Témiscamingue
- Organisme de bassin versant du Témiscamingue (OBVT)
- Parc national d'Opémican (Sépaq)

À L'ÉCHELLE RÉGIONALE

- **Tourisme Abitibi-Témiscamingue (TAT)**
 - Maître d'œuvre de la concertation régionale en tourisme, de la planification stratégique du développement touristique régional des secteurs du plein air, de la motoneige, de la pourvoirie et de la culture;
 - Créateur et responsable du développement et de la mise à jour de l'outil Accès Plein Air (outils de planification de sorties en plein air et de diffusion d'information sur les lieux de pratique des activités non motorisées (voies et les sentiers));
 - Accompagnement et soutien des acteurs en plein air dans le développement et le maintien de produits touristiques sécuritaires et responsables face à l'environnement;
 - Assure la promotion de la région à l'extérieur des limites régionales dans le but de stimuler les arrivées et de faire croître l'économie témiscabiti-bienne du tourisme.
- **Loisir et Sport Abitibi-Témiscamingue (LSAT)**
 - Responsable de la mise en œuvre d'une stratégie régionale visant à développer les compétences en plein air auprès des jeunes et à lutter contre le déficit nature de ceux-ci;
 - Accompagnement des organismes de plein air dans leurs démarches nécessaires au maintien d'une offre pérenne de sentiers, de sites et d'activités de plein air accessibles, de qualité et sécuritaires;
 - Collaboration avec le milieu associatif, les municipalités, les municipalités régionales de comté et les institutions publiques pour harmoniser les interventions visant la planification de l'aménagement et la mise en valeur des sentiers et des sites de plein air.
- Association des clubs de motoneige de l'Abitibi-Témiscamingue (ACMAT)
- Association des Pourvoyeurs de l'Abitibi-Témiscamingue
- Conseil régional de l'environnement de l'Abitibi-Témiscamingue (CREAT)
- L'Association forestière de l'Abitibi-Témiscamingue (AFAT)
- Observatoire de l'Abitibi-Témiscamingue (UQAT)
- Organisme de bassin versant Abitibi-Jamésie (ABVAJ)
- Parc national d'Aiguebelle (Sépaq)
- Réseau d'observation faunique d'Abitibi-Témiscamingue

Institutions d'enseignements :

- Cégep de l'Abitibi-Témiscamingue
- Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue (UQAT)

Députation :

- Député Rouyn-Noranda – Témiscamingue
- Député Abitibi – Témiscamingue

À L'ÉCHELLE PROVINCIALE

Ministères :

- Ministère du Tourisme (Tourisme Québec)
- Ministère de la Sécurité publique
- Ministère de l'Éducation, du Loisir et des Sports
- Ministère de l'Énergie et des Ressources naturelles
- Ministère des Forêts, de la Faune et des Parcs
- Ministère de l'Économique, de la Science et de l'Innovation
- Ministère de l'Énergie et des Ressources naturelles
- Alliance de l'industrie touristique du Québec
- Société des établissements de plein air du Québec (Sépaq)

Association touristique sectorielle (ATS) :

- **Aventure Écotourisme Québec**
 - Organisme chargé de représenter, de défendre, de promouvoir les intérêts des producteurs professionnels en tourisme d'aventure et écotourisme et d'assurer un produit de qualité et sécuritaire. Dans cet esprit, le milieu s'est doté de normes développées par le Bureau de normalisation du Québec (BNQ).
- Association des parcs régionaux du Québec (ACQ)
- Cheval Québec
- Eau Vive Québec
- Fédération des clubs de motoneigistes du Québec (FCMQ)
- Fédération québécoise de la chasse et de la pêche (FQCP)
- Fédération québécoise de la montagne et de l'escalade (FQME)
- Fédération québécoise des clubs Quads (FQCQ)
- Fédération québécoise du canot et du kayak (FQCK)
- Rando Québec
- Ski de fond Québec
- Vélo Québec



LE TOURISME D'AVENTURE ET DE NATURE, UN PÔLE PROMETTEUR



Le tourisme représente une voie de diversification à la dépendance de la région face à l'industrie des matières premières. Au Témiscamingue, le tourisme d'aventure et de nature et l'écotourisme qui connaissent une forte croissance en milieu rural, peuvent grandement contribuer à la vitalité économique et sociale des communautés. L'industrie du plein air est prometteuse vu la richesse et la qualité du patrimoine naturel du territoire qui compte des espaces vierges d'une impressionnante beauté. Le secteur est susceptible de donner une grande valeur au climat chaleureux, au patrimoine culturel riche et aux paysages envoûtants du Témiscamingue.

Bien que pouvant dynamiser l'économie, le secteur récréotouristique orienté vers le plein air n'est pas exploité à son plein potentiel. Il faut pour performer un nombre de conditions favorables qui ne sont pas réunies encore sur le territoire du Témiscamingue.

D'abord, les activités de plein air sont sous-développées par rapport aux ressources disponibles sur le territoire. Par exemple, les lacs ne sont pas aménagés à leur plein potentiel, les ZECS sont sous-utilisées, les entreprises offrant des prestations touristiques orientées sur le plein air sont peu nombreuses et ne sont pas regroupées, les infrastructures touristiques (pistes cyclables, sentiers pédestres, hébergements, restaurants, équipements en location, etc.) sont in-

suffisants et ne répondent pas pour la plupart aux tendances de l'industrie. Ensuite, du point de vue environnemental, de grands pas restent à franchir pour obtenir le statut de destination verte, critère essentiel pour compétitionner sur la scène mondiale.

De plus, la nature saisonnière de la demande est caractérisée par des pointes d'activités. Cette réalité requiert le développement de produits récréotouristiques hivernaux et une bonne intégration entre le tourisme et les autres activités économiques dans le but de fournir un moyen de subsistance suffisant tout au long de l'année.

Le Témiscamingue est situé à proximité de l'Ontario qui compte de nombreux adeptes de plein air. En plus d'être une source de touristes supplémentaire, le secteur ontarien regorgeant de réseaux de sentiers de randonnées, de voies cyclables et de parcours pagayables, de centres de ski de fond, de ski alpin et de services connexes pouvant bonifier l'offre de produits en plein air du Témiscamingue.

Le secteur du tourisme d'aventure et de nature jouit actuellement d'un contexte social mondial favorable qui milite en faveur du développement et de la promotion du plein air. Le désir des gens de se rapprocher des espaces verts pour vivre des activités en plein air répond à un besoin d'évasion et de dépassement de soi tout en contribuant à la santé des individus. Sur la scène provinciale, le ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur a récemment publié l'Avis en plein air : Au Québec, on bouge en plein air! exposant quelques constats sur le contexte social actuel au Québec ainsi que les bienfaits du plein air sur la santé mentale et physique des individus, et sur leur bien-être. Les valeurs positives véhiculées par les activités de plein air sont donc de véritables ambassadrices de l'industrie du tourisme d'aventure et de nature.

Sur la scène régionale, le secteur du tourisme plein air bénéficie d'un élan favorable grâce à l'arrivée d'un deuxième parc national en région attaché à une forte notoriété (réseau Sépaq) et des opportunités de partenariats, l'octroi d'une subvention de 100 000 \$ pour le développement plein air à la SDT, la popularité grandissante de l'outil de planification de sorties Accès Plein Air et l'éclosion de quelques producteurs en tourisme d'aventure.

Le Témiscamingue veut tirer profit de cet engouement favorable et désire faire du tourisme d'aventure et de nature un vecteur de développement économique et le fer de lance de son industrie touristique afin de devenir la plaque tournante de l'expérience aventure-nature authentique de l'Abitibi-Témiscamingue et du Nord-est ontarien.

LES TYPES DE TOURISME D'AVENTURE

Les activités de plein air définissent l'ensemble des activités physiques pratiquées dans un rapport dynamique et respectueux avec les éléments de la nature.

Le tourisme d'aventure se définit comme un voyage qui comprend au moins deux des trois aspects suivants :

- Activité physique de loisir;
- Interaction avec la nature;
- Échange avec la culture locale.

Il se divise en deux grandes parties, dont des activités douces et extrêmes.



L'AVENTURE DOUCE

Une activité d'aventure douce peut être catégorisée selon les caractéristiques suivantes :

- Une activité physique qui comporte un faible degré de risque réel;
- Réalisée dans un cadre naturel;
- avec des habiletés de base du participant;
- motivée par la découverte, le besoin d'échapper à la routine.



L'AVENTURE EXTRÊME

Une activité d'aventure extrême peut être catégorisée selon les caractéristiques suivantes :

- Une impression de risque élevé, mais dont le réel danger est limité grâce aux mesures de sécurité;
- Le participant a besoin d'une montée d'adrénaline obtenue par cette prise de risque;
- La nécessité d'un engagement complet et d'une grande concentration par le participant;
- Souvent, les participants possèdent déjà certaines habiletés par rapport à l'activité.

Cette distinction entre aventure douce et extrême a plus à voir avec la façon de pratiquer une activité qu'avec sa catégorisation. Certains adeptes transportent leurs bagages sur leur dos et dorment à la belle étoile alors que d'autres recherchent confort et repas gastronomiques le soir venu.



LISTE D'ACTIVITÉS



Activités terrestres

- Randonnée pédestre
- Cyclotourisme
- Vélo de montagne
- Escalade
- Équitation
- VTT, quad



Activités hivernales

- Raquette
- Ski de fond
- Ski nordique ou ski hors-piste
- Ski alpin et planche à neige
- Fatbike
- Escalade de glace
- Traineau à chiens
- Ski cerf-volant
- Camping d'hiver
- Motoneige
- VTT, quad



Activités nautiques

- Canot d'eau douce
- Kayak de mer
- Canot d'eau vive
- Kayak de rivière
- Rafting
- Canyoning
- Cerf-volant de puissance (kite surf)
- Surf à pagaie (stand Up Paddle)
- Catamaran
- Voilier
- Wakeboard
- Plongée en apnée et sous-marine
- Nage (traversées de lacs)

Activités aériennes

- Slackline
- Tyrolienne
- Parachutisme



Activités d'observation de la nature

- Observation de la faune
- Observation de la flore
- Observation de formations géomorphologiques et géologiques
- Observation de phénomènes naturels (couchers de soleil, voie lactée, aurores boréales)

Activités de détente

- Yoga en extérieur
- Méditation en extérieur

Adventure Tourism Market Report, The George Washington University School of Business, The Adventure Travel Trade Association and Xola Consulting, August 2010

Le tourisme d'aventure, portrait, profil du voyageur et potentiel de développement, Réseau de veille en tourisme, Chaire de tourisme Transat, ESG-UQAM, mars 2012



LES RETOMBÉES SOCIALES

Grand nombre de gens désirent se rapprocher des espaces verts. Le contact avec la nature favorise la pratique d'activités physiques, les contacts sociaux et la réduction du stress entraînant des répercussions positives sur la santé mentale et physique des individus et sur leur bien-être.

Bien-être psychologique

Augmentation de l'estime de soi, amélioration de l'humeur, augmentation du bien-être psychologique, amélioration des comportements souhaités, réduction de l'anxiété, de la frustration ou la colère.

Cognitif

Augmentation de la capacité d'attention, des fonctions cognitives et de la productivité et réduction de la fatigue mentale.

Physiologique

Réduction du stress et de la pression artérielle, réduction des maux de tête et des maladies circulatoires, amélioration du sevrage des comportements addictifs, contrôle du poids, augmentation du sentiment de bien-être et de santé, adoption de saines habitudes de vie.

Social

Augmentation des interactions et de la cohésion sociale et du support des autres, réduction du niveau de crime et de la violence, augmentation des interactions interraciales, développement de la conscience environnementale et amélioration de la qualité du milieu de vie.

Spirituel

Augmentation de l'inspiration, du désir d'évoluer et du bien-être spirituel.



Étude des clientèles, des lieux de pratique et des retombées économiques et sociales des activités physiques de plein air, Rapport final, Chaire de tourisme Transat ESG UQAM, octobre 2017.

Au Québec, on bouge en plein air, avis sur le plein air, ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur, 2017

LES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

SAISIR L'ORDRE DE GRANDEUR DU POTENTIEL ÉCONOMIQUE

Le **secteur des activités de plein air au Québec** constitue un pôle économique considérable. En effet, les activités de plein air associées aux dépenses récréotouristiques des adeptes ont contribué à l'économie du Québec pour un total d'environ 1,6 milliard de dollars. Ils ont créé ou ont permis de maintenir l'équivalent de 23 367 emplois à temps plein au Québec et ont généré approximativement 669 millions de dollars en traitements et salaires.

Les répercussions économiques des dépenses des adeptes ont généré des revenus pour les gouvernements en impôts sur les salaires et en taxes indirectes d'environ 474 millions de dollars, dont 350 millions pour le gouvernement du Québec.

Répartition des dépenses en millions de dollars (M \$) des adeptes de plein air au Québec pour l'année 2016-2017

	Dépenses totales des touristes		Dépenses totales des excursionnistes			
Transport	252 M \$	17 %	222 M \$	28 %	474 M \$	21 %
Hébergement	552 M \$	37 %	-	-	552 M \$	24 %
Restauration	254 M \$	17 %	197 M \$	25 %	452 M \$	20 %
Attrait & activités touristiques	111 M \$	7 %	92 M \$	12 %	204 M \$	9 %
Épicerie, boisson et pharmacie	232 M \$	15 %	202 M \$	26 %	434 M \$	19 %
Frais d'accès, abonnement, billetterie	54 M \$	4 %	46 M \$	6 %	100 M \$	4 %
Location d'équipement	30 M \$	4 %	70 M \$	3 %	70 M \$	3 %
TOTAL	1 496 M \$		790 M \$		2 286 M \$	

Les activités de plein air associées aux dépenses des ménages québécois ont contribué à l'économie du Québec pour un total d'environ 530 millions de dollars. Les activités de plein air des ménages québécois ont créé ou ont permis de maintenir l'équivalent de 7 440 emplois à temps plein au Québec et ont généré approximativement 244 millions de dollars en traitements et salaires.

Les répercussions économiques des dépenses des ménages québécois ont généré des revenus pour les gouvernements en impôts sur les salaires et en taxes indirectes d'environ 126 millions de dollars, dont 77 millions pour le gouvernement du Québec.

Les dépenses totales des ménages québécois liées au marché des activités de plein air pour l'année 2016-2017 sont estimées à 887,2 millions de dollars.

Type de dépenses	Total en millions de dollars
Entretien et réparation d'équipement	169 M \$
Achat de vêtements, chaussures, casques	235 M \$
Achat d'équipements de l'activité	333 M \$
Achat d'autres accessoires	104 M \$
Cours et formations	28 M \$
Autre	18 M \$
TOTAL	887,2 \$

Au total, la contribution totale à l'économie du Québec est de 2,2 milliards de dollars 913 millions de dollars générés en salaire (30 807 emplois à temps plein) et 600 M \$ en revenus fiscaux (provincial et fédéral)

Seulement pour les établissements de la Sépaq, ce sont 6,8 millions de jours de visites qui sont enregistrés annuellement. Chaque journée entraîne des retombées économiques de 60 \$ en dehors de ces établissements. Pour le parc national d'Opémican, la prévision de 25 000 jours-visites devrait entraîner des retombées en région de 1 500 000 \$ excluant les revenus du parc.

LE BILAN DU TOURISME D'AVENTURE AU QUÉBEC

Le secteur du tourisme d'aventure et de l'écotourisme est en croissance au Québec depuis les dernières années affichant une augmentation de plus de 28 % de sa clientèle. L'industrie possède un indice d'attractivité de plus en plus élevé pour les visiteurs étrangers avec près de 40 % des visiteurs hors Québec selon un sondage réalisé auprès des PME québécoises membres d'Aventure Écotourisme Québec en 2016. La clientèle provient à 62 % du Québec, à 20 % de l'Europe francophone, à 8 % du reste du Canada (hors Québec), à 6 % des États-Unis et à 4 % des autres régions du monde. La portion des visiteurs hors Québec dépasse le 40 % selon les données de l'année 2017.

Le sondage révèle également que le chiffre d'affaires total des 115 entreprises de tourisme d'aventure membres représente environ 77 841 250 \$ alors que 32 % des entreprises ont un chiffre d'affaires de moins de 99 000 \$, 44 % entre 100 000 \$ et 499 000 \$ et 14,6 % de plus de 1 million de dollars. 89 % des entreprises ont connu une croissance moyenne de leur chiffre d'affaires de 18,35 % en 2016. En 2017, on note une croissance moyenne du chiffre d'affaires consolidé de 12 % auprès de l'ensemble des entreprises sondées. Sur les 115 entreprises membres, 60 d'entre elles proposent des activités estivales seulement, 39 sont ouvertes à l'année et 16 offrent uniquement des activités en hiver.

66 M \$ sont dépensés dans les entreprises membres. 1460 personnes travaillent à temps plein dans les entreprises en tourisme d'aventure au Québec.

À l'échelle mondiale, les entreprises de tourisme de plein air sont de plus en plus rentables selon une étude de l'Adventure Travel Trade Association indiquant que 63 % des voyageurs d'aventure ont signalé une augmentation de leur chiffre d'affaires en 2011.



Étude des clientèles, des lieux de pratique et des retombées économiques et sociales des activités physiques de plein air, Rapport final, Chaire de tourisme Transat ESG UQAM, octobre 2017.

Au Québec, on bouge en plein air!, Avis sur le plein air, ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur, 2017.

Analyse du profil des entreprises membres d'Aventure Écotourisme Québec, 2016

Plan de développement 2016-2018, Aventure Écotourisme Québec.

Bilan positif pour le tourisme d'aventure au Québec, Tourismexpress, 5 février 2018.

COMPRENDRE LES MARCHÉS
ET LES COMPORTEMENTS
DES CLIENTÈLES
POUR DÉVELOPPER
DES PRODUITS
QUI RÉPONDENT À
LEURS BESOINS
ET POUR SAISIR
LES OPPORTUNITÉS

Tendance élevée au niveau
des demandes clients

- Itinéraire conçu sur mesure pour le Tour Operateur
- Voyages plus courts
- Voyages multi générationnels
- Longs transports / outremer

Durée moyenne
des voyages d'aventure

Entre 7 et 9 jours

Prix d'un voyage d'aventure
par jour en Amérique du Nord

470 US \$

Principales activités tendances de
l'Amérique du Nord

1. Écotourisme
2. Tourisme responsable face à l'environnement
3. Interaction culturelle
4. Randonnée pédestre
5. Tourisme culinaire

Les activités tendances au niveau mondial

1. Randonnée pédestre
2. Écotourisme
3. Tourisme culturel
4. Tourisme responsable face à l'environnement
5. Cyclotourisme

L'Amérique du Nord est classée
7^e des destinations tendances

LE PROFIL DES TOURISTES D'AVENTURE

Le tourisme d'aventure se compose d'activités qui sont de plus en plus pratiquées. Ces activités touchent autant les personnes expérimentées que les débutants.

La clientèle du tourisme d'aventure se différencie du tourisme de masse. Elle a une certaine attente, car elle cherche une véritable expérience afin de sortir de la routine. De plus, ces différentes activités procurent de grandes émotions.

PROFIL DE LA CLIENTÈLE INTERNATIONALE DES TOURS OPÉRATEURS

Âge

Moins de 28 ans	13 %
29 - 40 ans	20 %
41 - 50 ans	23 %
51 - 60 ans	26 %
61 - 70 ans	14 %
70 ans et plus	4 %

Type de voyageur

Famille	19 %
Couple	27 %
Solo	18 %
Groupe	26 %




Sexe

Homme	49 %
Femme	51 %

PROFIL DES TOURISTES D'AVENTURE AMÉRICAINS

Les touristes d'aventure représentent un segment en pleine croissance souvent bénéfique à l'économie locale et sensible aux pratiques liées au tourisme durable. Ces voyageurs dépensent en moyenne 3000 dollars américains par personne pour un voyage de 8 jours.

LES TROIS PERSONNALITÉS DES TOURISTES D'AVENTURE

Type d'aventurier	Caractéristiques	Motivations de voyage	Quoi leur offrir	Activités
<p>Le touche-à-tout</p>  <p>46 % des aventuriers</p>	<ul style="list-style-type: none"> Motivé par sa liste personnelle de choses à accomplir Cherche à expérimenter de nouvelles activités / Peu enclin à répéter l'activité une fois qu'il l'a expérimentée Se qualifie de novice ou de débutant dans la pratique d'activité d'aventure Recherche les sensations fortes Réserve peu de temps avant son séjour Butine d'une activité ou d'une entreprise à l'autre 	<ul style="list-style-type: none"> Passer du temps en famille ou entre amis Explorer de nouvelles destinations <p>Dernière destination visitée : Canada au 3e rang</p> <p>Destination future préférée : Canada au 3e rang</p>	<p>Un plus grand éventail d'activités & des séances d'initiation</p>	<ol style="list-style-type: none"> Randonnée pédestre Camping Pêche Observation des oiseaux Plongée en apnée Équitation Escalade
<p>L'Habitué</p>  <p>39 % des aventuriers</p>	<ul style="list-style-type: none"> Recherche activement à améliorer ses compétences Refait la même activité ou une activité similaire d'un voyage à l'autre Qualifie son niveau de pratique d'intermédiaire Recherche les sensations fortes mais de façon modérée Fait des recherches minutieuses pour son voyage d'aventure Met davantage l'accent sur les spécificités liées à l'expérience plutôt que sur le prix Relaxer 	<ul style="list-style-type: none"> Passer du temps en famille Explorer de nouvelles destinations <p>Dernière destination visitée : Canada au 3e rang</p> <p>Destination future préférée : Canada au 2e rang</p>	<p>Une demi-journée de randonnée pédestre & une demi-journée de formation à l'escalade</p>	<ol style="list-style-type: none"> Randonnée pédestre Camping Pêche Escalade Plongée en apnée Observation des oiseaux Ski alpin/ planche à neige
<p>Le passionné</p>  <p>15 % des aventuriers</p>	<ul style="list-style-type: none"> Détient des compétences élevées liées à une ou plusieurs activités d'aventure Se spécialise souvent dans une activité Accepte certains risques afin d'obtenir des sensations fortes Recherche des destinations uniques mais aussi de nouvelles destinations pour pratiquer son activité favorite Accorde que peu d'importance au prix Apprécie l'hébergement et la restauration haut de gamme 	<ul style="list-style-type: none"> Explorer de nouvelles destinations Découvrir de nouvelles activités excitantes Relaxer <p>Dernière destination visitée : Canada au 2e rang</p> <p>Destination future préférée : Canada au 2e rang</p>	<p>Longue randonnée ponctuée par des nuitées de camping & incluant un service de transport de l'équipement</p>	<ol style="list-style-type: none"> Randonnée pédestre Camping Plongée en apnée Pêche Observation des oiseaux Voile Ski alpin/ planche à neige

PORTRAIT DE LA PRATIQUE DU PLEIN AIR PAR LES QUÉBÉCOIS

2/3 des Québécois ont pratiqué au moins une activité de plein air au cours des trois dernières années.

Plus d'**un million de Québécois**, soit 13 % de la population totale, se qualifient de **mordus de plein air**. Parmi ces mordus, la moitié effectuent de 6 à 10 séjours de tourisme de plein air annuellement alors que l'autre moitié en fait plus de 10. Ils sont même plus de 26 % à effectuer plus d'une vingtaine.

Le vélo et la randonnée pédestre sont activités les plus populaires chez les Québécois.

TAUX DE PRATIQUE DES QUÉBÉCOIS ADEPTES DE PLEIN AIR À CERTAINES ACTIVITÉS PHYSIQUES DE PLEIN AIR AU COURS DE L'ANNÉE

Vélo sur route & piste cyclable	60 %
Randonnée pédestre	59 %
Raquette	33 %
Canot d'eau calme	24 %
Ski de fond	18 %
Kayak de mer	17 %
Randonnée équestre	16 %
Vélo de montagne	13 %
Ski de montagne	10 %
Escalade extérieure	7 %
Kayak de mer	6 %
Rafting	6 %
Planche à pagaie	6 %
Voile	4 %
Canot d'eau vive	4 %
Kayak d'eau vive	3 %
Planche à voile	2 %

Le vélo (**29 %**) et la randonnée pédestre (**27 %**) sont les activités qui récoltent les plus forts taux de pratique annuels parmi la **population** québécoise des **séniors**. Une forte proportion des adeptes de plein air de 65 à 74 ans considèrent le vélo comme leur activité principale.

TAUX DE PRATIQUE DES ADEPTES À CERTAINES ACTIVITÉS DE NICHE OU EN ÉMERGENCE

Cueillette	76 %
Observation de la faune	69 %
Patinage extérieur	54 %
Parcours aériens	27 %
Course en sentiers	25 %
Plongée	23 %
Yoga en extérieur	20 %
Traîneau à chien	14 %
Géocaching	10 %
Slackline	7 %
Fatbike	7 %
Télémark	6 %

INTÉRÊT ENVERS LES ACTIVITÉS NON PRATIQUÉES

Randonnée équestre	30 %
Canot d'eau calme	27 %
Ski de fond	22 %
Kayak	21 %
Raquette	20 %
Planche à pagaie	16 %
Voile	15 %
Escalade	14 %
Vélo de montagne	13 %
Kayak d'eau vive	12 %
Kite surf	11 %
Canot d'eau vive	10 %

QUOI PRIORISER POUR FAVORISER LA PRATIQUE

Développement de forfaits de plein air	60 %
L'accessibilité pour les familles	59 %
Possibilité de louer du matériel	58 %
Communication autour de l'offre	53 %



NOMBRE DE JOURS DURANT LESQUELS LES ADEPTES SE SONT ADONNÉS AUX ACTIVITÉS DE PLEIN AIR AU COURS DE LA DERNIÈRE ANNÉE

Aucun	3 %
1 à 3 jours	12 %
4 à 7 jours	14 %
8 à 10 jours	12 %
11 à 15 jours	10 %
16 à 20 jours	11 %
21 à 30 jours	9 %
31 à 60 jours	12 %
Plus de 60 jours	17 %

38 % des Québécois pratiquent des activités plein air **trois semaines ou plus**.

Les Québécois très actifs (**60 jours et plus** de plein air) représentent **17 % des adeptes**.

Cette proportion s'élève à **22 % parmi les 55 ans et plus** et à **40 %** parmi les adeptes de 65 à 74 ans.

De façon générale, les **hommes** sont les **plus actifs** : **41 %** d'entre eux ont fait du plein air durant **au moins 21 jours**, contre **35 % des femmes**.

COMPOSITION DU GROUPE

La plupart (**85 %**) des adeptes font du plein air accompagnés de leur **conjoint (32 %)**, en **famille (31 %)** et avec des **amis (22 %)**. Le plein air en **groupe organisé** rejoint **2 %** des adeptes.

ACTIVITÉS REPRÉSENTATIVES SELON LES GROUPES D'ÂGE

18 -35 ans :
Escalade **52 %**

35 - 54 ans :
Vélo **55 %**
Équitation **42 %**
Kayak **38 %**
Voile **38 %**

55 ans et + :
Randonnée pédestre **43 %**
Vélo **41 %**
Ski de fond **40 %**

NOMBRE DE SÉJOURS INCLUANT UNE ACTIVITÉ DE PLEIN AIR

1-2 séjours	27 %
3-4 séjours	16 %
5-6 séjours	10 %
7-10 séjours	10 %
Plus de 10 séjours	10 %
Aucun séjour	27 %

Près des **2/4** des adeptes de plein air ont **réalisé un séjour avec nuitées durant lequel ils ont fait au moins une activité de plein air au cours de la dernière année**.

1 adepte de plein air sur 4 réalise des séjours avec activité plein air à l'**extérieur de sa région de résidence**.

Durant ces voyages, le recours à l'**hébergement commercial** (dont le camping sur des sites aménagés) est très fréquent (**83 %**).

Le **1/3** de ces séjours des Québécois comptent **plus de 4 nuitées**.

Chez les adeptes de plein air de 65 à 74 ans, environ **40 %** séjournent au moins 9 nuitées en hébergement commercial.



Étude des clientèles, des lieux de pratique et des retombées économiques et sociales des activités physiques de plein air, rapport final, Chaire de tourisme Transat ESG UQAM, octobre 2017.

PROFILS DES TOURISTES À VÉLO QUÉBÉCOIS ET HORS QUÉBEC

Le tourisme à vélo est un créneau en plein essor pour de nombreuses destinations.

Cette forme de tourisme est de plus en plus lucrative et gagne en importance en Amérique du Nord et à travers le monde. Les touristes à vélo au Québec dépensent 6 % de plus en moyenne que les autres touristes d'agrément.

RÉPARTITION DE L'ÂGE DES TOURISTES À VÉLO AU QUÉBEC SELON LEUR PROVENANCE

- **Québec :**
18-35 ans **11 %** | 36-45 ans **14 %** | 46-55 ans **31 %** | 56-65 ans **36 %** | Plus de 65 ans **8 %**
- **Hors Québec :**
18-35 ans **7 %** | 36-45 ans **9 %** | 46-55 ans **20 %** | 56-65 ans **44 %** | Plus de 65 ans **19 %**

PROVENANCES DES TOURISTES À VÉLO QUÉBÉCOIS

- **25 %** Montréal
- **15 %** Montérégie
- **10 %** Région de Québec
- **8 %** Laurentides
- **6 %** Outaouais
- **5 % et moins** Autres régions du Québec

PROVENANCES DES TOURISTES À VÉLO ÉTRANGERS

- **44 %** Ontario
- **19 %** Nord-est des États-Unis
- **17 %** Autres États américains
- **9 %** Autres provinces canadiennes
- **9 %** Europe
- **2 %** Ailleurs dans le monde

LES TOURISTES À VÉLO VOYAGENT PRINCIPALEMENT

- **46 %** En couple
- **28 %** Entre amis (en moyenne, groupe de 3 personnes)
- **26 %** Les 18 à 45 ans sont plus nombreux à voyager en famille
- **20 %** Les plus de 65 ans se déplacent davantage avec un club cycliste
- **19 %** De plus, les hommes séjournent davantage seuls

TYPES DE VÉLOS UTILISÉS

- **48 %** Vélo de route
- **24 %** Vélo de cyclotourisme
- **19 %** Vélo hybride ou de ville

49 % de ceux qui transportaient leurs bagages sur leur vélo ont davantage utilisé le vélo de cyclotourisme.

TYPES DE SURFACES

- **76 %** Accotements de routes asphaltées ou les bandes cyclables
- **67 %** Pistes cyclables séparées physiquement de la circulation routière
- **43 %** Routes asphaltées ou en gravier sans accotement

Le segment hors Québec semble avoir une **préférence pour les pistes cyclables séparées** physiquement de la circulation routière (**86 %**).

DURÉE MOYENNE DES VOYAGES ET DISTANCES PARCOURUES

Nuitées

- **4 nuitées** pour les Québécois
- **7 nuitées** pour le segment hors Québec

Les touristes à vélo ont effectué une **moyenne de 3,8 heures de vélo par jour**, pour un total de plus de **21 heures de vélo durant tout le séjour**.

Distances parcourues

Québec :

- **27 %** entre 0 et 100 km
- **30 %** entre 100 et 199 km
- **34 %** entre 200 et 499 km
- **10 %** 500 km et plus

Hors Québec :

- **24 %** entre 0 et 100 km
- **20 %** entre 100 et 199 km
- **41 %** entre 200 et 499 km
- **15 %** 500 km et plus

Favoriser le développement d'une offre touristique complémentaire, axée sur les produits régionaux (l'achat de produits régionaux ou le fait de manger dans un restaurant de fine cuisine) et les activités de plein air (visite d'un parc naturel, randonnée pédestre ou observation de la faune) et culturelles (sites patrimoniaux et culturels) afin de satisfaire les goûts des touristes à vélo.

Intentions de retour

Près de deux touristes à vélo sur trois **2/3** envisagent de retourner dans les régions visitées au cours des deux prochaines années.

PÉRIODE PRIVILÉGIÉE POUR LA PRATIQUE DU VÉLO DE CYCLISTES QUÉBÉCOIS ET HORS QUÉBEC :

- **65 %** Juin
- **76 %** Juillet
- **83 %** Août
- **75 %** Septembre (pour les cyclistes hors Québec)

TRANSPORT DES BAGAGES

- **43 %** des cyclistes à vélo **transportent leurs bagages** sur le vélo
- **1/3 reviennent à leur point de départ**
- **Quelque 21 %** des cyclistes **utilisent les services de transport de bagages**, principalement les plus de 45 ans

LOCATION D'ÉQUIPEMENT OU DE VÉLO AU COURS DES 2 DERNIÈRES ANNÉES LORS D'UN SÉJOUR D'AU MOINS UNE NUITÉE :

- Vélo comme activité principale du séjour : **12 %** des Québécois | **44 %** du segment hors Québec
- Vélo comme activité secondaire du séjour : **33 %** des Québécois

Attente envers un service de location ou boutique de vélo :

- **80 %** Offre des vélos de qualité et performants
- **47 %** Accessoires de vélo
- **45 %** Centre d'entretien et de réparation
- **40 %** Des experts sur place
- **27 %** Ravitaillement en eau potable

RÉPARTITION DES DÉPENSES PAR CATÉGORIE




- **44 %** Hébergement
- **24 %** Restauration
- **13 %** Ravitaillement : épicerie, boissons et pharmacie
- **12 %** Transport
- **4 %** Attractions et activités touristiques
- **0 %** Location d'équipement
- **3 %** Achat d'équipement, vêtements
- **1 %** Autre



PRATIQUE DU VÉLO DE MONTAGNE

- **13 %** des touristes québécois à vélo ont fait un séjour d'au moins une nuitée au cours de la dernière année
- **23 %** chez les cyclistes provenant de l'extérieur de la province



LES CINQ PERSONNALITÉS DES CYCLOTOURISTES

Type d'aventurier	Profils	Caractéristiques
<p>La famille touche-à-tout</p>  <p>22 % des cyclotouristes</p>	<p>En couple Âgé entre 36 et 55 ans Jeunes enfants à la maison Revenu familial de 75 000 \$</p>	<ul style="list-style-type: none"> Planifie son séjour moins d'un mois à l'avance à partir d'Internet, de cartes cyclables et de guides touristiques régionaux. Choix de destinations influencé par des discussions avec des parents ou des amis et des recherches en ligne. Parcours de moins de 100 km durant le séjour Dépenses en moyenne 203 \$ par jour Utilise des cartes imprimées de circuits cyclables et téléphone intelligent pour s'orienter Opte pour le camping et les gîtes durant 3 à 4 nuits Activités complémentaires durant le séjour : fait de la randonnée pédestre, visite un parc naturel et achète des produits régionaux
<p>L'atypique spontané</p>  <p>17 % des cyclotouristes</p>	<p>En couple ou célibataire Âgé entre 46 et 65 ans Sans enfant à la maison Habite à Montréal (26 %) Professionnel ou technicien Revenu familial de 50 000 \$ et plus</p>	<ul style="list-style-type: none"> Planifie son séjour moins d'un mois à l'avance et même moins de deux semaines à l'avance Choix de destinations influencé par sa connaissance d'une destination et des discussions avec parents ou des amis Parcours de moins de 200 km durant le séjour Dépense en moyenne 221 \$ par jour Opte pour le camping en premier lieu et les hôtels/auberges 3 étoiles durant 4 nuits Activités complémentaires durant le séjour : achète des produits régionaux, mange dans les restaurants de fine cuisine, visite un parc naturel, fait de l'observation de la faune et du vélo de montagne
<p>Le rouleur autonome</p>  <p>29 % des cyclotouristes</p>	<p>En couple Âgé entre 18 et 35 ans et entre 46 et 65 ans Professionnel Jeunes enfants à la maison Travailleur à temps plein ou retraité Revenu familial entre 50 000 \$ et 150 000 \$</p>	<ul style="list-style-type: none"> Planification de séjour : moins d'un mois à l'avance à partir d'Internet, de cartes avec circuits et voies cyclables et de connaissances personnelles Choix de destinations : influencé par un répertoire de pistes cyclables et par des discussions avec des parents et amis Distance du séjour : parcours de plus de 200 km, roule davantage sur la Route verte et les autres segments de cyclotouristes Dépenses moyennes : 229 \$ par jour Hébergement : Opte pour le camping, les gîtes et les hôtels/auberges 3 étoiles durant 4 nuits et si possible dans des hébergements certifiés «Bienvenus cyclistes!» Activités complémentaires durant le séjour : visite un parc naturel, achète des produits régionaux, fait de l'observation de la faune et prend part à des activités patrimoniales et culturelles

Type d'aventurier	Profils	Caractéristiques
<p>Le sportif encadré</p>  <p>18 % des cyclotouristes</p>	<p>Âgé de 55 ans et plus Retraité Parent d'enfants de 18 ans et plus Revenu familial entre 50 000 \$ et 150 000 \$</p>	<ul style="list-style-type: none"> Planification de séjour : plus d'un mois à l'avance à partir d'Internet, de cartes avec circuits et de connaissances personnelles Choix de destinations : influencé par un répertoire de pistes cyclables et par des discussions avec des parents et amis Distance du séjour : parcours de plus de 200 km Voyage en couple avec des amis ou avec un club cycliste Dépenses moyennes : 219 \$ par jour Hébergement : Opte pour les gîtes et les hôtels/auberges 3 étoiles durant 3 à 4 nuits spécialement dans des hébergements certifiés « Bienvenus cyclistes! » Activités complémentaires durant le séjour : mange dans des restaurants de fine cuisine, achète des produits régionaux, visite un parc naturel et explore une route ou un circuit touristique
<p>L'enthousiaste de groupe</p>  <p>14 % des cyclotouristes</p>	<p>En couple ou célibataire sans enfant à la maison Âgé de 46 à 65 ans Professionnel, cadre, gestionnaire ou coordonnateur Scolarité supérieure (universitaire) Travailleur à temps plein Revenu familial de 100 000 \$ et plus</p>	<ul style="list-style-type: none"> Planification de séjour : plus d'un mois à l'avance et parfois même plus de 2 mois à l'avance à partir d'Internet, de connaissances personnelles et de parents et d'amis Choix de destinations influencé par des discussions avec des parents ou des amis et des recherches en ligne Distance du séjour : parcours entre 100 et 500 kilomètres Dépenses moyennes : 194 \$ par jour Hébergement : Opte pour le camping, les gîtes et les hôtels/auberges 3 étoiles et chez des parents et des amis durant 3 à 4 nuits Activités complémentaires durant le séjour : prend part à un évènement cycliste, achète des produits régionaux et mange dans des restaurants de fine cuisine

PROFIL DES ADEPTES QUÉBÉCOIS DES SPORTS NAUTIQUES

Alors que le canot/kayak est une activité récréative pratiquée en famille, la voile et les sports aérotractés attirent des sportifs aguerris qui se regroupent entre amis.

TAUX DE PRATIQUE DES ACTIVITÉS

- **80 % Canot d'eau calme**
53 % pratiquent 1-2 fois par année | 32 % 3-5 fois
- **28 % Kayak de mer**
65 % pratiquent 1-2 fois par année | 25 % 3-5 fois
- **22 % Kayak d'eau vive**
57 % pratiquent 1-2 fois par année | 30 % 3-5 fois
- **19 % Rafting**
81 % pratiquent 1-2 fois par année | 16 % 3-5 fois
- **18 % Canot d'eau vive**
67 % pratiquent 1-2 fois par année | 16 % 3-5 fois
- **16 % Planche à pagaie**
68 % pratiquent 1-2 fois par année | 20 % 3-5 fois
- **Sports aérotractés et voile** moins populaire, mais constituent les activités les plus souvent pratiquées par les adeptes (respectivement 21 % et 15 % en font 10 fois et plus)

ACTIVITÉ LA PLUS PRATIQUÉE

- **57 %** Canot d'eau calme
- **15 %** Kayak de mer
- **12 %** Canot d'eau vive
- **6 %** Planche à pagaie
- **6 %** Kayak d'eau vive
- **4 %** Rafting

DURÉE MOYENNE ET LIEUX DE PRATIQUE

- **28 %** 1 heure
- **46 %** 2-3 heures
- **20 %** 3-5 heures
- **5 %** Plus de 5 heures
- **2 %** Une journée ou plus

COMPOSITION DU GROUPE

- **36 %** En famille
- **27 %** En couple
- **23 %** Entre amis
- **14 %** Seul(e)
- **1 %** En groupe organisé

CRITÈRES DE CHOIX D'UN LIEU DE PRATIQUE (par ordre d'importance)

1. Beauté des paysages, environnement
2. Accessibilité
3. Coût (frein pour 68 % des adeptes)

4. Présence de service de location (considéré comme important)
5. Mes aptitudes, ma formation et mon équipement sont adéquats
6. Lieu de pratique dédié à l'activité
7. Attractions touristiques, services (considérés comme importants)
8. Fréquentation du lieu
9. Accessible aux enfants
10. Encadrement d'un guide (60 % des adeptes ne considèrent pas l'encadrement par un guide dans le choix d'un lieu de pratique)

AMÉLIORATIONS LES PLUS BÉNÉFIQUES DE L'OFFRE DES ACTIVITÉS NAUTIQUES

- **53 %** Meilleure accessibilité aux plans d'eau et aux rivières
- **30 %** Plus d'informations disponibles à propos des lieux de pratique (portail Web, cartes, etc.)
- **25 %** Offrir davantage de services sur place (quais, toilettes, eau potable, etc.)
- **14 %** Davantage de services à proximité (épicerie, attractions touristiques, restaurants, etc.)
- **2 %** Location d'équipement
- **1 %** ForfaitS familiaux

SOURCES D'INFORMATIONS CONSULTÉES POUR CHOISIR ET PLANIFIER LA SORTIE

- **38 %** Site touristique de la destination
- **33 %** Autres sites Internet
- **33 %** Médias sociaux
- **12 %** Répertoire, guide
- **4 %** Magazines spécialisés

IMPORTANCE ACCORDÉE AUX FONCTIONS POUR UNE APPLICATION IDÉALE

- Près de la moitié des adeptes seraient très intéressés (note de 8 à 10 sur 10) de pouvoir compter sur une application proposant des conseils spécifiques aux lieux de pratique ainsi que sur un affichage de cartes très détaillées.
- La possibilité de pouvoir se géo localiser est considérée importante par plus du tiers des adeptes.

DÉPENSES MOYENNES ASSOCIÉES À LA PRATIQUE DU CANOT ET DU KAYAK

- **249 \$** Hébergement
- **130 \$** Transports (incluant l'essence pour un bateau)
- **63 \$** Achat de matériel et équipement
- **127 \$** Restauration
- **16 \$** Droit d'accès
- **42 \$** Location de matériel et équipement
- **4 \$** Formation

TOTAL **641 \$**



PROFIL DES ADEPTES QUÉBÉCOIS DE LA RANDONNÉE PÉDESTRE

FRÉQUENCE ANNUELLE DE LA PRATIQUE

Près du quart des québécois font au mois 10 sorties par année;

- **31 %** 1 à 2 fois
 - **17 %** 3 à 5 fois
 - **11 %** 6 à 10 fois
 - **7 %** 10 à 19 fois
 - **17 %** 20 fois et plus
 - **11 %** Jamais
 - **6 %** Cessé la pratique
- Le 1/3 des randonneurs de 65 ans et plus en font 10 fois ou plus par année;
 - Les jeunes de 18 à 24 ans en font 1 à 2 fois (44 %) ou 6 à 9 fois (21 %) par année.

SAISON PRÉFÉRÉE POUR UNE RANDONNÉE

- **52 %** Automne
- **19 %** Printemps
- **29 %** Été

TEMPS DE MARCHÉ

- **65 %** 2 heures ou moins
 - **31 %** 2 à 5 heures
 - **4 %** 5 à 10 heures
 - **En grande partie par les 18 à 35 ans** 5 à 10 heures
- Les femmes sont plus enclines que les hommes à faire des randonnées de 1 à 2 heures;
 - Les jeunes de 18 à 34 ans sont ceux qui réalisent habituellement des randonnées de 5 à 10 heures.

DISTANCE D'UNE SORTIE

- **5 %** Moins de 1 km
- **29 %** 2 à 3 km
- **32 %** 4 à 5 km
- **19 %** 6 à 8 km
- **19 %** 8 à 10 km
- **5 %** 11 km et plus

ÂGE

- Les randonneurs ont **en moyenne 47 ans**.

COMPOSITION DU GROUPE

- **36 %** En couple
- **26 %** Seul(e)
- **19 %** Entre amis
- **4 %** En groupe

- **11 %** En famille avec enfants de moins de 15 ans
 - **4 %** En famille sans enfants de moins de 15 ans
- Davantage de randonneurs de 18 à 24 ans en font habituellement en groupe ou en famille, sans enfant de moins de 15 ans.
 - Près du 1/4 des randonneurs de 35 à 44 ans sont portés à en faire en famille avec enfants de moins de 15 ans.
 - Les randonneurs de 55 ans en font surtout en couple.
 - Les jeunes adultes de 18 à 34 ans sont moins enclins à faire de la randonnée seuls.

NIVEAU DE DIFFICULTÉ RECHERCHÉS

- **33 %** Débutants
 - **61 %** Intermédiaires
 - **5 %** Avancés
 - **1 %** Expert
- Les 2/3 des hommes veulent des sentiers intermédiaires.
 - Ceux qui en font 10 fois ou plus par année sont plus enclins à choisir des sentiers de niveau intermédiaire.
 - Les retraités optent davantage que les autres pour des randonnées de niveau débutant.

TYPES D'AMÉNAGEMENTS OU SERVICES RECHERCHÉS DANS LE CHOIX DE RANDONNÉE

- **58 %** Poinç d'observation
- **46 %** Sentiers dédiés à la randonnée pédestre
- **40 %** Toilettes
- **34 %** Espace de stationnement
- **29 %** Panneaux d'interprétation/éducatifs
- **24 %** Tables à pique-nique
- **20 %** Point d'accueil, bureau d'information

AMÉLIORATIONS ESPÉRÉES

- Accessibilité aux sentiers
- Qualité et le nombre d'installations sanitaires
- État des sentiers




ACTIVITÉS ÉGALEMENT PRATIQUÉES LORS DE SORTIES EN RANDONNÉE PÉDESTRE

- **51 %** Observation de la faune
- **31 %** Cueillette
- **28 %** Baignade
- **22 %** Aucune autre
- **7 %** Chasse
- **2 %** Géocaching

SOURCES D'INFORMATIONS CONSULTÉES POUR CHOISIR ET PLANIFIER LA SORTIE

- Internet
- Conseils de parents et d'amis

LES TROIS PERSONNALITÉS DES RANDONNEURS

Type d'aventurier	Caractéristiques
<p>La sportive sporadique</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Une à deux randonnées par année • Marche jusqu'à cinq heures • Cherche à être accompagnée • Veut une météo favorable et des services complémentaires
<p>Le solitaire minimaliste</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Plus de 20 randonnées par année, souvent seul • Priorise l'expérience de randonnée et les services complémentaires.
<p>La promneuse du dimanche</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Jusqu'à cinq randonnées par année, en famille • Mise sur l'accessibilité, le fait d'être accompagnée et une météo favorable



Profil de la clientèle québécoise pratiquant la randonnée pédestre, la raquette et la marche hivernale », Chaire de tourisme Transat, Fédération québécoise de la marche, Sépaq, ministère de l'Éducation, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, octobre 2015
Étude des clientèles, des retombées économiques et sociales des activités physiques de plein air au Québec , Chaire de tourisme Transat ESG UQAM, octobre 2017

LES MARCHÉS SOURCES

DESTINATION CANADA (CCT)



À titre d'organisme national de marketing touristique du Canada, Destination Canada consacre beaucoup de temps et d'efforts aux différents marchés prioritaires du Canada. Le pays est d'ailleurs aujourd'hui l'une des trois principales destinations visitées récemment par les touristes d'aventure américains ou à visiter lors d'un prochain voyage.

Marchés ciblés

- Allemagne
- Australie
- Brésil
- Chine
- Corée du Sud
- États-Unis
- France
- Inde
- Japon
- Mexique
- Royaume-Uni

ALLIANCE TOURISTIQUE DU QUÉBEC



À l'échelle des provinces, le Québec est une destination prisée par les touristes internationaux, notamment par les Européens pour ses grands espaces et le sentiment de liberté qui s'y rattache. L'Alliance est partenaire des campagnes de Destination Canada

Marchés ciblés

Marchés prioritaires

- Ontario
- Nord-est des États-Unis
- France

Marchés secondaires

- Royaume-Uni
- Allemagne

Marchés émergents

- Chine
- Mexique
- Japon

Produits de niches

- Ski
- Motoneige
- Vélo
- Chasse et pêche
- Plein air
- Escapades nature
- Traditions autochtones
- Faune
- Culture
- Plaisirs gourmands
- Routes découvertes

Couple produit-marché

Produit hiver : France, concertation Paris

Produit motoneige : Ontario, nord-est des États-Unis

Produit moto : Québec, Ontario, États-Unis

TOURISME QUÉBEC STRATÉGIE QUÉBÉCOISE DE MISE EN VALEUR DU TOURISME DE NATURE ET D'AVENTURE

La Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure, en accord avec les objectifs du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2010, vise à faire du Québec une destination reconnue qui mise sur ses grands espaces et se distingue par son offre multiactivités.

Principaux marchés

- Québec
- Ontario
- États-Unis
- France
- Royaume-Uni

TOURISME ABITIBI-TÉMISCAMINGUE



TOURISME
ABITIBI-TÉMISCAMINGUE

CAMPAGNE ESTIVALE

Marchés ciblés

- Québec
- Ontario
- France
- Belgique

Segmentation de marchés

- **35 %** Le novice dynamique
- **16 %** L'explorateur souple
- **16 %** Le rustiques relaxé
- **33 %** Autres

Produits

1. Culture
2. Festivals et événements
3. Mototourisme
4. Nature et plein air

NATURE ET PLEIN AIR

OBJECTIFS :

- Présenter l'Abitibi-Témiscamingue comme une destination plein air excentrique et intouchée;
- Faire rayonner l'Abitibi-Témiscamingue dans les médias nationaux et les influenceurs.

STRATÉGIES :

- Promouvoir Accès Plein Air sur les marchés de proximité;
- Miser sur l'ouverture du parc national d'Opémican comme nouveau joyau plein air à découvrir;
- Miser sur un partenariat avec Beside pour mettre en lumière la splendeur du parc et démontrer le caractère unique de la région sur le plan culturel;
- Participer à des bourses spécialisées, entretenir les relations avec les médias afin de favoriser les retombées, élargir les collaborations avec les influenceurs spécialisés.

CAMPAGNE HIVERNALE

Marchés ciblés motoneige

- Ontario
- États-Unis - New York, Michigan
- Québec

Clientèle motoneige

- Le pur et dur

Produits

1. Motoneige
2. Plaisir d'hiver

OBJECTIFS :

- Faire connaître l'offre de l'AT;
- Présenter l'AT comme l'expérience ultime en motoneige;
- Présenter la région comme une destination motoneige sécuritaire.

LA DEMANDE DES MARCHÉS SOURCES



ÉTATS-UNIS

Durée moyenne des séjours : **4 nuitées**

Dépenses moyennes par voyage: **663 \$**

Susceptible de venir au Canada : **entre juin et août**

Publics cibles :

- **Voyageurs avides de connaissances de 25 à 44 ans**

MOTIVATIONS À VOYAGER

- Avides d'apprentissages et d'aventures les obligeant à se surpasser;
- À la recherche d'expériences et de cultures hors du commun;
- En quête de voyages expérientiels stimulants leur présentant une nouvelle vision de la vie et leur donnant envie de partager leurs connaissances et d'exprimer leurs opinions.

PRINCIPAUX ASPECTS RECHERCHÉS D'UNE DESTINATION PAR LES AMÉRICAINS

1. Boutiques intéressantes.
2. Fierté d'en parler après le voyage.
3. Endroit où je peux me détendre .
4. Culture unique que j'aimerais découvrir lors de mes vacances.
5. Temps de qualité en famille ou entre amis.
6. Villes idéales pour l'exploration et pour se plonger dans l'atmosphère des lieux.
7. Endroit fantastique pour visiter plusieurs destinations
8. Aventures stimulantes pour moi.
9. Expériences de voyage stimulantes sur le plan intellectuel.
10. Aventures qui plaisent à tous.

CONSTATS

- Très adeptes des parcs nationaux ainsi que de la pêche;
- Bien que pratiquée par une proportion moindre, la chasse est un produit pour lequel les Américains constituent un fort marché pour le Québec.

ACTIVITÉS PRATIQUÉES LORS DE VOYAGES D'AGRÉMENT DES DERNIÈRES ANNÉES

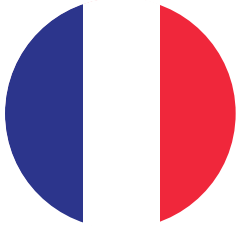
- Parc national **40 %**
- Observation de la nature **27%**
- Randonnée pédestre **19 %**
- Villégiature en milieu naturel **18 %**
- Pêche **18 %**
- Adrénaline **13 %**
- Expérience autochtone **6 %**
- Chasse **6 %**

STRATÉGIES D'ATTRACTIVITÉ

Inspirer avec des expériences liées à des lieux emblématiques et «de niche» susceptibles de rendre le voyage au Témiscamingue unique et digne d'être partagé :

- Créer des aventures stimulantes suscitant l'admiration et faciles à partager (des aventures dont on peut se vanter).





FRANCE

Dépenses par voyage : **plus de 1 400 \$**

Susceptible de venir au Canada : **entre juillet et août**

Publics cibles :

- **Explorateurs culturels de 25 à 44 ans**
- **Passionnés d'histoire culturelle de 45 à 64 ans**

MOTIVATIONS À VOYAGER

- S'épanouir;
- Explorer librement leurs passions;
- S'éloigner de leur réalité quotidienne.

PRINCIPAUX ASPECTS RECHERCHÉS D'UNE DESTINATION PAR LES AMÉRICAINS

1. Fierté d'en parler après le voyage.
2. Endroit où je peux me détendre .
3. Villes idéales pour l'exploration et pour se plonger dans l'atmosphère des lieux.
4. Aventures qui plaisent à tous.
5. Cadre et paysages magnifiques.
6. Villes regorgeant d'attractions intéressantes.
7. Possibilité de vivre des expériences inaccessibles chez moi.
8. Population amicale et accueillante.
9. Activités hivernales de plein air qui m'intéressent.
10. Endroit sécuritaire.

CONSTATS

- Les Français forment le segment de clientèle qui affiche un taux de participation et d'attractivité élevé pour le plus grand nombre d'activités plein air.
- Clientèle au plus fort potentiel pour l'expérience autochtone;
- L'expérience autochtone se révèle très attrayante auprès des 45 à 64 ans et des diplômés universitaires de niveau supérieur;
- L'observation de la nature et de la faune obtient la faveur des femmes et de ceux ayant un baccalauréat;
- Les Français qui sont attirés par le kayak de mer le sont aussi par la voile, le vélo de montagne et le raid-aventure.

ACTIVITÉS PRATIQUÉES LORS DE VOYAGE D'AGRÉMENT

- Parc national **32%**
- Randonnée pédestre **28 %**
- Observation de la nature/faune **21 %**
- Expérience autochtone **21 %**
- Villégiature en milieu naturel **17 %**
- Cyclotourisme **13 %**
- Adrénaline **12 %**
- Pêche **10 %**
- Chasse **4 %**

STRATÉGIES D'ATTRACTIVITÉ

Inspirer avec des expériences liées à des lieux emblématiques et «de niche» qui remettront en question les perceptions intellectuelles et culturelles des voyageurs :

- Découvertes culturellement attrayantes (découvrir la culture, les personnalités et la cuisine locale qu'ils ne trouvent pas chez eux);
- Découverte de trésors cachés (sites moins visités qui rendront leur expérience au Témiscamingue unique).



ROYAUME-UNI

Le Royaume-Uni demeure la deuxième source de touristes étrangers pour le Canada.

Durée moyenne des séjours : **12 nuitées**
 Dépenses moyennes par voyage : **1 262 \$**
 Susceptible de venir au Canada : **entre juillet et août**
 Publics cibles : **Esprits libres de 25 à 44 ans**
 Publics cibles : **Voyageurs avides de connaissances de 55 ans et plus**

MOTIVATIONS À VOYAGER

25 à 44 ans

- Se définissent par les lieux visités et les expériences qu'ils y ont vécues.
- Souhaitent visiter des régions en vogue qui rehausseront leur statut.

55 ans et plus

- Élargir leurs horizons en découvrant les beautés naturelles du globe.
- Élargir leurs horizons en plongeant dans de nouvelles cultures et de nouveaux environnements

PRINCIPAUX ASPECTS RECHERCHÉS D'UNE DESTINATION PAR LES BRITANNIQUES

1. Population amicale et accueillante.
2. Fierté d'en parler après le voyage.
3. Villes idéales pour l'exploration et pour se plonger dans l'atmosphère des lieux.
4. Boutiques intéressantes.
5. Visite de plusieurs destinations.
6. Temps de qualité en famille ou entre amis.
7. Bon rapport qualité-prix.
8. Endroit où je peux me détendre.
9. Cadre et paysages magnifiques.
10. Villes regorgeant d'attractions intéressantes.

CONSTATS

- La proportion de Britanniques pratiquant le cyclotourisme est la plus élevée parmi les clientèles visées;
- Les Anglais qui sont attirés par le kayak de mer le sont également par le rafting, le surf et les parcours aériens.

ACTIVITÉS PRATIQUÉES LORS DE VOYAGES D'AGRÉMENT DES DERNIÈRES ANNÉES

Activités pratiquées lors de voyage d'agrément

Parc national **38 %**

Observation de la nature/faune **27 %**

Cyclotourisme **22 %**

Villégiature en milieu naturel **19 %**

Adrénaline **12 %**

Randonnée pédestre **12 %**

Pêche **9 %**

Expérience autochtone **6 %**

Chasse **3 %**

STRATÉGIES D'ATTRACTIVITÉ

25 à 44 ans

Inspirer avec des expériences liées à des lieux emblématiques et de niches susceptibles de rendre le voyage au Témiscamingue unique et digne d'être partagé :

- Découverte des attractions et des activités peu connues susceptibles de rendre le voyage unique et digne d'être partagé;
- Expérimentation de lieux et d'attractions spectaculaires uniques au Témiscamingue;
- Découverte de paysages et de lieux dignes d'Instagram.

55 ans et plus

Présenter des itinéraires permettant de découvrir la destination peu connue du Témiscamingue et de vivre des expériences nouvelles en s'imprégnant de la culture locale.

- Découverte de la culture locale et de mets authentiques;
- Découverte de la beauté des paysages;
- Observation des animaux sauvages dans leur habitat naturel;
- Visite combinée de paysages urbains et d'expédition en plein air.



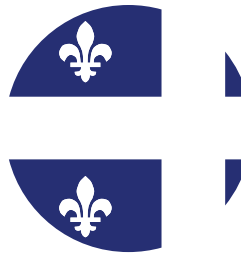
ONTARIO

CONSTATS

- Les Ontariens constituent le 2^e marché en importance pour le Québec;
- Les parcs nationaux et l'observation de la nature/faune attirent les 25 à 44 ans et ceux qui voyagent en groupe;
- L'Ontarien qui est attiré par le rafting l'est aussi par le kayak de mer, le surf et le raid-aventure.

ACTIVITÉS PRATIQUÉES LORS DE VOYAGE D'AGRÉMENT

- Parc national **38 %**
- Observation de la nature/faune **26 %**
- Villégiature en milieu naturel **18 %**
- Randonnée pédestre **14 %**
- Cyclotourisme **14 %**
- Adrénaline **11 %**
- Expérience autochtone **9 %**
- Pêche **9 %**
- Chasse **2 %**



QUÉBEC

CONSTATS

- Le Québec est la troisième province la plus attrayante pour les jeunes Canadiens qui sont enclins à visiter leur pays.
- Les Québécois représentent le plus gros bassin de randonneurs;
- L'observation de la nature/faune est attractive auprès des femmes et des plus de 45 ans;
- L'attractivité de raid-aventure se reflète également pour le kayak de mer et le vélo de montagne.

ACTIVITÉS PRATIQUÉES LORS DE VOYAGE D'AGRÉMENT

- Randonnée pédestre **22 %**
- Observation de la nature/faune **13 %**
- Cyclotourisme **13 %**
- Expérience autochtone **12 %**
- Villégiature en milieu naturel **12 %**
- Parc national **11 %**
- Pêche **8 %**
- Adrénaline **4 %**
- Chasse **2 %**

Profil du marché – États-Unis, France et Royaume-Uni, www.destinationcanada.com/fr/archive?key=profil%20du%20marché
 Faits saillants du marché – États-Unis, France et Royaume-Uni, www.destinationcanada.com/fr/archive?key=Faits%20saillants%20du%20marché
 État des lieux – Synthèse, Stratégie de mise en valeur du Tourisme de nature et d'aventure, Tourisme Québec, mars 2017
 Rapport annuel 2017-2018, Alliance de l'industrie touristique du Québec

LES CLIENTÈLES CIBLES

La concurrence est de plus en plus vive entre les destinations. Seules celles offrant des produits répondant aux attentes des clientèles et à leurs exigences en termes de qualité et d'authenticité seront en mesure de performer.

LA GÉNÉRATION Y : LES MILLÉNAUX (18 à 34 ans)



Les milléniaux recherchent davantage d'indépendance et de flexibilité, un meilleur équilibre travail-vie privée et ont la volonté de voyager toujours plus.

Valeur touristique

- Affichent une croissance parmi les plus rapides dans le secteur du tourisme mondial;
- Voyagent plus souvent et plus longtemps que la moyenne des voyageurs;
- Dépensent beaucoup;
- Sont plus susceptibles de revisiter un même lieu au cours de leur vie.
- Occupent une place importante dans le paysage touristique et jouent un rôle clé dans l'image des destinations;
- Sont des instigateurs de tendances touristiques qui adorent influencer les autres;

Activités préférées

- Vélo et randonnée pédestre
- Autres intérêts : vie nocturne (bar), camping, repos à la plage, pêche, spas, canot, sites historiques, attractions culturelles et expériences culinaires

Éléments qui les caractérisent

- Veulent vivre des expériences uniques riches sur le plan émotionnel leur permettant de s'épanouir
- Accordent de l'importance aux valeurs sociales, à l'aspect sécuritaire et à l'environnement
- Privilégient les interactions humaines et cherchent à tisser des liens
- Aiment l'innovation, la nouveauté et sortir des sentiers battus, veulent être surpris et s'adaptent vite
- Veulent vivre des émotions fortes liées à l'aventure
- Ne veulent plus posséder et ont recours à l'économie de partage (économie collaborative)
- Choisisent des hébergements au design particulier ou affichant une touche artistique
- Acheteurs avertis et soucieux du coût des services
- Exigeants et peu prévisibles
- Très informés, branchés à la fine pointe de la technologie et friands de vidéos
- Se racontent (ses voyages, ses amis, ses photos, etc.) par le biais des pages personnelles et des blogues. Ils échangent beaucoup
- Donnent beaucoup d'importance aux commentaires en ligne dans leurs choix de destinations et se fit d'abord sur les avis émis par leurs pairs
- Réservent leurs logements et leurs billets sur Internet

Stratégies d'attractivité

- Accent sur l'expérience plutôt que sur le produit à vendre
- Solutions innovantes avec du visuel attrayant
- Campagne qui intègre une histoire ou qui leur suggère de suivre les péripéties d'un personnage et d'interagir avec lui sur les médias sociaux
- Promotions liées à leur réalité et branchées sur leurs besoins
- Contenu Web dynamique comme des avis en ligne, le partage de photos et de vidéos à intention virale ou websérie
- Être authentique
- L'atout accrocheur : l'humour

Divertissements et loisirs de la génération Y Québécoise, Réseau de veille en tourisme, 27 novembre 2012

Inciter les Y à pratiquer les sports d'hiver, Réseau de veille en tourisme, 4 février 2014

Gros plan sur la génération Y, Réseau de veille en tourisme, 16 août 2007
Dites-nous en plus sur vos habitudes de voyage, LaunchLeap, janvier 2017
Enquête quantitative en ligne sur les jeunes voyageurs, CCT, septembre 2011

Rapport sommaire sur les voyages intérieurs des Canadiens de la génération Y, Unité de la recherche de la CTT, mars 2015

How millenials relate to adventure and the outdoors, Glamping.com, juillet 2014

LES BABY-BOOMERS (55 à 70 ans)



Valeurs touristiques

- Représentent le plus important marché de voyageurs actuel
- Désireux de demeurer actifs et de vivre de nouvelles expériences
- En bons moyens financiers (recherchent les bonnes affaires, mais le prix n'est pas une barrière)
- Disposent de temps (présence massive des baby-boomers à la retraite)

Activités pratiquées

Randonnée pédestre, vélo, pêche, bateau à moteur, canot
Autres intérêts : Magasinage, plage, musée, galerie d'art, golf, croisière

Éléments qui les caractérisent

- Très actifs, en quête d'aventure combinée à des expériences culturelles
- Recherchent des expériences authentiques
- Apprécient les séjours en petits groupes
- Recherchent des produits combinant aventure et confort
- Voyagent pour passer du temps en famille, relaxer, se ressourcer et s'évader du quotidien
- Séjournent surtout en hôtels et gîtes classiques, mais les appartements et maisons loués (rbnb) gagnent en popularité
- Aiment prendre un repas gastronomique en voyage
- Aventureux passifs, à la recherche d'expériences nouvelles, de relaxation et de contemplation
- Effectuent des recherches en ligne avant de faire des achats importants, qu'ils réaliseront majoritairement hors ligne
- Sont influencés par ce qu'ils ont lu dans les journaux ou par les commentaires de leurs proches sur le choix d'une destination
- Réalisent des voyages multigénérationnels

Les baby-boomers : de plus en plus libres de voyager, Réseau de veille en tourisme, 1 avril 2016

Comportements de loisirs des baby-boomers québécois, Réseau de veille en tourisme, 18 janvier 2012

Les voyages en petits groupes ont la cote!, Réseau de veille en tourisme, 23 mars 2015.

Adventure tourism market report, The Goerge Washington University School of Business, The Adventure Travel Trade Association and Xola Consulting, august 2010.



QUELQUES CONSTATS GÉNÉRAUX

- Les besoins des populations de se connecter avec la nature se font de plus en plus sentir;
- La demande pour les activités d'aventure et de nature est en pleine croissance;
- Le tourisme de nature et d'aventure interpelle tous les types de clientèles cependant plusieurs activités rejoignent davantage les femmes et les jeunes entre 18 et 44 ans;
- La majorité des touristes seraient à la recherche d'une expérience touristique globale comportant plusieurs volets.
- Les adeptes d'aventure sont généralement attirés par plusieurs activités d'aventure;
- La variété des activités et des attraits constitue un facteur de décision important lors le choix d'une destination;
- La forfaitisation multiactivités est une opportunité :
 - Les adeptes de villégiature en milieu naturel sont aussi adeptes de randonnée pédestre;
 - Les adeptes d'aventure sont généralement attirés par plusieurs activités d'aventure;
 - Les adeptes de plein air sont aussi intéressés par les activités liées à la culture et au terroir;
- Les parcs nationaux et l'observation de la faune constituent les deux activités les plus pratiquées et les plus attractives sur tous les principaux marchés;
- Les voyageurs désirent séjourner dans des refuges, des gîtes et des hôtels champêtres de plus en plus luxueux;
- Le contact avec la population locale charme de plus en plus de visiteurs;
- Les touristes d'aventure sont sensibles aux valeurs et aux pratiques liées au tourisme durable et ont une ouverture à payer plus cher pour des produits respectant ces valeurs. Ils représentent un segment bénéfique à l'économie;
- Le phénomène d'économie collaborative s'étant bien au-delà du secteur de l'hébergement.
- Les décisions de dernière minute pourraient être accentuées par le phénomène des changements climatiques.
- Les voyageurs cherchent l'inspiration en ligne avant de choisir leurs destinations et désirent rester connectés en voyageant.



Étude des clientèles, des retombées économiques et sociales des activités physiques de plein air au Québec, Chaire de tourisme Transat ESG UQAM, octobre 2017.

Au Québec, on bouge en plein air!, Avis sur le plein air, ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur, 2017.

Projet de Parc national d'Opémican, état de connaissances, ministère du Développement durable et de l'Environnement et Parcs.

Plan de développement 2016-2018, Aventure Écotourisme Québec

Le Tourisme d'aventure, portrait, profil du voyageur et potentiel de développement, Le Réseau de veille en tourisme, Chaire de tourisme Transat, ESG-UQAM, mars 2012.



LES TENDANCES EN TOURISME D'AVENTURE

Les activités de plein air s'inscrivent parmi plusieurs tendances telles que la recherche d'expériences authentiques et immersives, le bien-être, l'aventure, l'intérêt pour les voyages à thème, mais aussi comme un mouvement de fond prônant un contact avec la nature qui contribue à la santé globale individuelle et collective. Les notions d'authenticité et l'envie d'aventure dans des contrées reculées ont la côte.

Les goûts et les exigences des clientèles évoluent rapidement. Les entreprises et les destinations doivent renouveler de plus en plus fréquemment leurs produits pour demeurer dans la compétition.

La destination du Témiscamingue devrait apprendre à attirer et travailler avec la clientèle adepte des types de voyage suivants :

▶ VOYAGE EN SOLO

- Voyage réalisé seul et à son propre rythme;
- Découverte d'une destination en fonction de ses intérêts;
- Expérience partagée avec d'autres personnes liées par les mêmes intérêts.

Développement et innovation

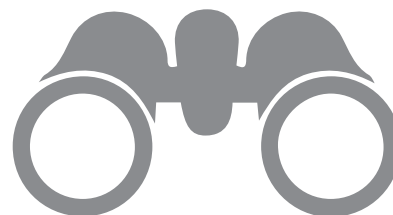
- Bâtir des forfaits en occupation simple.

▶ VIVRE COMME UN LOCAL

- Expérimentation d'une destination et apprentissage à la manière d'une personne locale temporaire;
- Immersion dans le mode de vie de la place;
- Interaction et participation à des activités avec la population résidente;
- Authenticité des rapports humains;
- Connexion à une expérience instantanément partagée basée sur l'intérêt, les relations et l'authenticité.

Actions de développement :

- Éduquer les résidents et les fournisseurs;
- Créer un cadre permettant aux habitants et aux visiteurs d'interagir amicalement autour du partage d'expériences.



Développement et innovation

- Cueillette de plantes médicinales et de champignons avec un Anacinabe;
- ÉCONOMIE DU PARTAGE : Expériences à vivre avec des personnes locales sur des plates-formes technologiques qui rendent ces expériences accessibles (Airbnb, EatWith.com) tout en créant une page de ces profils sur le site Accès Plein Air.

Exemples :

- circuit en vélo écoresponsable avec Adèle Beauregard;
- Randonnée en voilier avec un capitaine-expert de la scène locale.

▶ SLOW TRAVEL (TOURISME LENT)

- Ralentissement du rythme pour mieux apprécier toute l'expérience touristique;
- Découverte en profondeur d'une destination en y consacrant le temps nécessaire;
- Long séjour caractérisé par une proximité et une faible empreinte écologique;
- Insertion à la vie sociale pour bien intégrer les lieux;
- Utilisation de modes de transport actif (vélo, randonnée) en passant des nuitées à différents endroits;
- Consommation de produits du terroir;
- Fréquentation de lieux d'hébergement disposant d'une cuisine pour préparer ses repas avec des aliments locaux;
- Relaxer dans les cafés et les établissements servant des produits régionaux;
- Interaction avec la population;
- Adoption du rythme de vie locale;
- Souci face à l'environnement.

Développement et innovation

- Découverte du territoire en vélo, à cheval.

▶ NOMADES NUMÉRIQUES OU TECHNOMADES

Le nombre de personnes qui travaillent à distance est en croissance.

- Voyage alliant découverte d'une destination et travail à l'ordinateur à partir des relations professionnelles établies dans son lieu d'origine
- (employeurs favorisant le télétravail, travailleurs autonomes, entrepreneurs du web, etc.);
- Séjour plus long dans une destination que lors d'un voyage d'affaires;
- Utilisation d'espaces de travail partagés;
- Clientèle adepte du Slow travel.

Développement et innovation

- Hébergement qui offre un espace de travail commun, une connexion Internet rapide et qui favorise des séances de réseautage pour répondre aux besoins des nomades numériques qui travaillent à distance (infrastructures numériques);
- Espaces de coworking rural : bureaux installés dans les bois offrant un cadre inhabituel de travail pour stimuler la créativité (petites cabines ou roulottes modifiées).

▶ VOYAGE EXPÉRIENTIEL

- Voyage actif suscitant la passion, la fascination et emprunt de moments mémorables;
- Séjour touristique personnalisé au niveau physique, émotionnel, spirituel, social ou intellectuel;
- Acquisition de nouvelles connaissances et stimulation de divers sens;
- Participation à des expériences authentiques tout en forgeant des liens avec le lieu, la culture et des gens locaux hors du commun (culture autochtone, attraits culturels, etc.);
- Découverte de la cuisine locale et des produits du terroir;
- Voyage réalisé en petits groupes.

Développement et innovation

- Séances de yoga dans des sites inusités ou devant un paysage à admirer;
- Aventure culinaire intrigante en canot au beau milieu d'un magnifique plan d'eau;
- Randonnée sur terre ou sur l'eau menant à un site de trouvaille de fossiles avec un guide-interprète local passionné;
- Aventure en milieu naturel permettant la contemplation des paysages avec un photographe de la place qui partage son regard sur la scène.

▶ VOYAGE ÉCORESPONSABLE

- Voyage réalisé dans des lieux authentiques dans le respect de l'environnement, de la culture locale et des populations d'accueil;
- Séjour participatif, éthique, écologique et équitable;
- Construction de liens de solidarité avec les habitants locaux par des échanges approfondis;
- Participation à la vie locale sans l'imposition de son propre mode de vie;
- Visites de lieux historiques animées par un guide local;
- Consommation locale et utilisation des ressources de façon responsable;
- Recours à des moyens de transport durables (marche, vélo, transport en commun, etc.) et nuitées dans des lieux d'hébergements responsables (écogîte, nuitée chez l'habitant, etc.);
- Voyage réalisé seul ou en petit groupe.

Développement et innovation

- Écolodge avec spa et sauna au bois dans une baie isolée du lac Kipawa (expérience de vie écoresponsable ultime);
- Forfaits écotouristiques : expérience cherchant à faire découvrir aux touristes un milieu naturel tout en préservant son intégrité + activités d'interprétation des différentes composantes naturelles et culturelles du milieu.

▶ ACTIVITÉS EXTRÊMES

- Expériences inédites de courte durée procurant des émotions fortes.

Développement et innovation

- Descente guidée en kayak d'eau vive et en rafting de la rivière Kipawa;
- Escalade guidée sur les parois du lac Témiscamingue à partir d'une plate-forme flottante mobile;
- Via Ferrata au milieu des falaises à Duhamel-Ouest (vue panoramique sur le lac Témiscamingue) ou au parc national d'Opémican (au-dessus de l'eau du lac Témiscamingue);
- Tyrolienne au parc national d'Opémican, à Duhamel-Ouest (à proximité de La Bannik) ou à Témiscamingue;
- Descente de zipline des anciennes conduites forcées de la ville de Témiscamingue;
- Exploration de la galerie de dérivation Chemon (galerie courbée de 2,5 mètres de hauteur par 2,5 mètres de largeur creusée dans le roc dans le flanc de la montagne sur une distance d'environ 400 mètres où il faut franchir plusieurs mètres avant d'apercevoir la lumière au bout du tunnel).

▶ AVENTURE DOUCE

- Activité de courte durée passée à pratiquer des activités à bas risque;
- Nécessite que peu d'entraînement ou d'expérience.

Type d'expérience à offrir :

- Randonnée guidée à vélo sur la ligne du Mocassin;
- Forfait en canot et en kayak sur le lac Kipawa au parc national d'Opémican;
- Tour de l'île du Collège en kayak avec diner sur les galets devant les falaises au loin de Devil's Rock.

▶ QUÊTE DU BIEN-ÊTRE GLOBAL

- Expériences qui permettent de se déconnecter de la routine quotidienne, de reprendre le contrôle, de se concentrer vers l'intérieur, de se recentrer vers l'essentiel et puiser dans les avantages d'une santé physique et mentale (relaxation, désintoxication numérique et récupération).

Développement et innovation

- Inclure dans l'itinéraire d'une aventure un élément de bien-être tel qu'une séance de méditation et de yoga, s'arrêter dans un lieu propice à l'observation des oiseaux, etc.;
- Centres de mieux-être (bains scandinaves extérieurs avec bassins chauds et froids et saunas, massages, soins et traitements) - forfait offert avec ou sans hébergement sur le site de La Bannik ou à Témiscaming.

▶ PRODUITS POUR LES AVENTURIÈRES

- Itinéraires spécifiques réservés uniquement aux femmes;
- Expérience à vivre entre femmes possédant des intérêts similaires.

Développement et innovation

- Expérience de tourisme communautaire chez des producteurs agricoles.

▶ EXPÉRIENCES TRANSFORMATIONNELLES

- Expériences transformatrices dans une quête de plaisir et de sensations fortes;
- Changement de perspectives par le voyage, devenir des personnes différentes, s'améliorer;
- Vivre une expérience qui effectue des changements significatifs dans la vie du voyageur;
- Voyage avec une ouverture d'esprit et un engagement physique tout en prenant du temps pour une réflexion personnelle;
- Équilibre entre l'effort, le sens de la réussite et les émotions entourant le défi;
- Profond désir des voyageurs de se connecter avec les gens, le paysage, la faune, et eux-mêmes dans un esprit de renouveau;
- Capacité de ralentir, de se connecter au moment présent et de pleinement vivre l'expérience;
- Facteurs de motivation, de la croissance personnelle, d'apprentissage et de la transformation;
- Condition gagnante : l'importance des différents éléments dans un itinéraire, le séquençage et le temps passé dans différentes activités.

Développement et innovation

- Design d'expériences aux composantes équilibrées entre ce qui concerne le temps, les séquences d'activités, les défis et les moments propices à l'introspection;
- Forfait guidé avec un guide accompagné d'un professionnel en croissance personnelle qui pousse les voyageurs hors de leurs zones de confort afin qu'ils trouvent le courage et la force de surmonter les défis physiques, psychologiques et émotionnels du séjour.



► TOURISME DE RANDONNÉE

- Expérience authentique répondant à une envie de nature et de grand air;
- Recherche du sentiment de liberté que procure l'atteinte de points de vue panoramique sur l'horizon à perte de vue;
- Sentiment de bien-être et de réalisation procuré par la réussite d'une longue randonnée.

Développement et innovation

- Sentiers transtémiscamingue (du Nord au Sud) avec services d'hébergement, de restauration et de ravitaillement et attraits culturels;
- Itinéraire composé de randonnées hebdomadaires dans différents réseaux de randonnées pédestres se situant autour du lac Témiscamingue (Québec-Ontario) ou entre les deux parcs nationaux (Opémican et Aiguelle) avec visites culturelles en après-midi.

► DESTINATIONS HIVERNALES

- Voyage d'aventure en pays nordique;
- Expérimentation d'activités hivernales à travers des attraits naturels marquants;
- Observation des aurores boréales.

Développement et innovation

- Traversée du lac Témiscamingue en ski nordique de Duhamel-Ouest à la pointe Opémican en longeant les falaises du parc national;
- Sortie en ski nordique du bout de l'île du collège à la falaise de Devils Rock;
- Traversée du lac Kipawa en ski nordique débutant avec un rituel anicinabe sous le tipi dans la communauté de Kebaowek;
- Traineau à chien dans le secteur de Kipawa et Kebaowek;
- Traineau à chien dans le chemin du parc national d'Opémican menant aux falaises du lac Témiscamingue avec coucher en tente prospecteur (dans l'éventualité où la Sépaq permet les chiens dans les parcs nationaux).

► CABINES DE LUXE EN TERRITOIRE ISOLÉ ET GLAMPING (GALMOUROUS CAMPING)

- Expérience qui allie contact avec la nature, luxe et confort en territoire vierge;
- Petites cabines préfabriquées ou sites de prêt-à-camper au design soigné, original et attrayant et au confort égalant celui d'une chambre d'hôtel de luxe dans les lieux les plus improbables;
- Suscite les partages sur les médias sociaux;
- Hébergement procurant une nouvelle attractivité aux régions éloignées.

Développement et innovation

- Cabines de luxe nomades (flottantes ou sur roues);
- Cabines écologiques (panneaux solaires, toilette au composte, etc.);
- Prêt-à-camper;
- Tipis sur pilotis dans les communautés anicinabek disposés près de l'eau ou en forêt dans une ambiance intime avec la nature.

20 Adventure Travel Trends to Watch in 2018, Adventure Travel Trade Association, 2018

Le glamping : une tendance qui gagne à être durable, Réseau de veille en tourisme, 24 mai 2013





STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT

LA NOTORIÉTÉ

La notoriété du Canada à travers le monde en matière d'aventure et de merveilles naturelles n'est plus à faire. Les efforts de positionnement des dernières années ont porté fruit. Ainsi, Destination Canada invite les gens à « Explorez sans fin » le Canada à la découverte de son terrain de jeu fabuleux. Avec cette campagne, l'agence projette sur la scène mondiale l'image d'un territoire idyllique pour la pratique d'activités d'aventure et de nature attirant la curiosité de millions de voyageurs.

L'Alliance touristique du Québec quant à elle invite les voyageurs à « lâcher prise » en associant ce slogan à des images de gens actifs à travers des paysages naturels grandioses. Les stratégies de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure et du tourisme hivernal et de développement et la commercialisation au nord du 49^e parallèle ainsi que la promotion concertée de l'offre « nature » sur le site Web Québec Original permet de positionner la destination québécoise avantageusement auprès des marchés en croissance.

Ces campagnes marketing présentées à l'international rehausent l'image de la destination du Canada et du Québec et ajoutent une valeur considérable à la destination d'aventure et de nature du Témiscamingue. En effet, la richesse du milieu naturel, l'immensité du territoire, la faible densité de population et les quatre saisons bien campées font du Témiscamingue une destination privilégiée pour la pratique d'activités de plein air.

Cependant, à l'échelle régionale, Tourisme Abitibi-Témiscamingue n'a jamais misé sur le produit d'aventure et de nature non motorisé pour promouvoir la région. L'absence de producteurs d'aventure et le manque d'équipement en location, d'infrastructures enviables et de services connexes ont toujours freiné l'organisation dans ses élans de propulsion de son offre plein air non motorisée.

Depuis les dernières années, la structuration des lieux de pratique à travers l'outil Accès Plein Air jumelée à la présence du parc national d'Aigüebelle et depuis peu le parc national d'Opémican ont tout de même permis à Tourisme Abitibi-Témiscamingue d'entamer certains efforts promotionnels d'une part à l'échelle régionale afin de générer à

travers la population de bons ambassadeurs de l'outil Accès Plein Air et d'autre part, à l'échelle provinciale, nationale et internationale grâce à l'accueil de journalistes, de blogueurs et d'influenceurs spécialisés en plein air.

La notoriété de l'Abitibi-Témiscamingue comme terrain de jeu plein air non motorisé reste donc à établir auprès des adeptes de plein air de la province et d'ailleurs. Avec l'arrivée d'un deuxième parc national dans la région de l'Abitibi-Témiscamingue, l'outil Accès Plein Air développé par Tourisme Abitibi-Témiscamingue, le fonds de 100 000 \$ pour la structuration de l'offre aventure-nature accordé par Desjardins à la Société de développement du Témiscamingue et les récents projets d'entreprises en tourisme d'aventure, de nouvelles perspectives s'ouvrent sur le milieu touristique aventure-nature. Nous avons la possibilité de modeler la façon dont les voyageurs perçoivent notre territoire. À nous de définir sur quoi repose notre renommée.

Le produit aventure-nature est donc appelé à contribuer massivement à la propulsion de la performance touristique du Témiscamingue. Le rôle de plaque tournante aventure-nature du Nord-Ouest québécois et du Nord-Est ontarien que jouera le Témiscamingue améliorera le positionnement et la notoriété de la grande destination Abitibi-Témiscamingue au niveau provincial, national et international.



LA CONCURRENCE

La concurrence touristique est vive à l'échelle mondiale et nord-américaine. La majorité des régions québécoises misent sur le tourisme d'aventure et de plein air pour séduire la clientèle touristique. Alors que le Québec est bien en selle pour accueillir les voyageurs adeptes d'aventure avec une offre étoffée de produits plein air, sur la scène régionale, la situation est toute autre.

Le Témiscamingue a fort à faire pour accaparer une part appréciable de la croissance du tourisme d'aventure et de nature au Québec. Pour relever le défi, il importe plus que jamais de développer des produits distinctifs et compétitifs qui répondent aux besoins des marchés. Pour y arriver, il est primordial de développer un tissu solide d'entrepreneurs par un meilleur accès des promoteurs privés, des OSBL ou des Coopératives au financement. Des leviers adaptés pour stimuler les investissements doivent être mis à leur disposition.

Les besoins en matière de concertation se font également sentir pour performer sur la scène touristique avec une offre touristique harmonieuse et intégrée.

Au niveau de la main-d'œuvre, à l'échelle régionale, les producteurs d'aventure et promoteurs touristiques doivent composer avec la concurrence des autres industries qui offrent des salaires faramineux et la rareté de la main-d'œuvre.

Le Témiscamingue mise sur les activités aventure-nature pour augmenter sa cote d'attractivité et pour vivifier ses municipalités au niveau de leur image et de la qualité de vie.

Pour se démarquer de la concurrence, le Témiscamingue doit donc miser sur les éléments suivants :

- Volonté politique;
- Accès au financement;
- Efforts concertés;
- Offre multiactivités structurée, novatrice et distincte (forfaitisation, circuits, expériences authentiques) qui répond aux tendances du marché et aux besoins de la clientèle;
- Implication active de la population locale;
- Image de marque forte et campagnes de séduction.

L'ACCESSIBILITÉ

ACCÈS ROUTIERS

Bien qu'étant situé relativement au sud de la province (290 km à vol d'oiseau séparent Témiscaming de Gatineau), le Témiscamingue ne bénéficie par d'un lien routier direct avec les grands centres urbains du Québec ce qui paralyse l'ensemble de ses activités de développement. Les voies d'accès routières existantes obligent un long passage plus au Nord par la réserve faunique La Vérendrye ou par l'Ontario pour atteindre les grandes villes du Québec et les concentrations de population.

Pour favoriser l'essor de l'industrie touristique au Témiscamingue, le développement d'une route asphaltée entre Kipawa et Maniwaki sur le chemin de Maniwaki serait un apport majeur au développement du territoire.

Le développement d'une route asphaltée sur le chemin de Belleterre-Le Domaine serait également souhaitable pour un rapprochement du grand centre urbain de Montréal et un accès sécuritaire à la réserve faunique La Vérendrye, terrain de jeu fabuleux.

Finalement, la reconstruction du pont du Grassy-Narrow permettant de relier l'Est du Témiscamingue à la ville de Rouyn-Noranda en utilisant les chemins forestiers existants (85 km) représenterait un atout structurant pour le développement de plusieurs activités touristiques entre les deux MRC et pour la communauté de Long Point. Fabrication prévue en bois lamellé-collé au design architectural ancinabe, le pont représenterait en soi un attrait touristique d'envergure en plus d'être la plus importante structure du genre au Canada.

Besoins :

- Rapprochement significatif des marchés québécois et régionaux;
- Accès facilité et accru à la forêt et aux territoires des zecs (pourvoiries, parcours payables, activités de chasse et de pêche).

ACCÈS AUX COMMUNICATIONS

Avec le développement de la mobilité, des sites web touristiques « responsive », du cloud, des réseaux sociaux, des applications de géolocalisation, du travail à distance tout en voyageant, le réseau Internet et la couverture cellulaire sont devenus une ressource fondamentale et essentielle pour les visiteurs à la découverte d'une destination. L'infrastructure réseau doit être fiable, simple, performante et sécurisée.

De plus, l'accessibilité à la connexion joue un rôle important dans la sécurité de la destination en nature permettant la consultation des données météo et la communication en cas d'urgence.

Besoins :

- Augmentation de la couverture du réseau mobile et du service Internet;
- Installation de la fibre optique pour améliorer l'efficacité de la connexion Internet.

L'AMÉNAGEMENT TOURISTIQUE DURABLE DU TERRITOIRE

Dans le processus de développement d'une plaque tournante de l'expérience aventure-nature sur un territoire où presque tout est à bâtir, les acteurs du Témiscamingue doivent miser sur l'usage rationnel du territoire et la conservation des systèmes naturels pour ainsi assurer un développement compatible des activités touristiques grâce à la préservation des espaces naturels, le respect de la culture du lieu et des populations locales. Une pratique touristique économe de son espace et de son énergie est donc préconisée.

Ce mode de développement cherche à s'éloigner du modèle touristique traditionnel fondé sur une croissance extensive elle-même basée sur l'augmentation constante du nombre de visiteurs indépendamment de la capacité d'accueil du territoire.

Assurer un développement durable implique de conjuguer les dimensions sociales, économiques et environnementales pour ainsi éviter la dégradation environnementale et le désordre social :

- Sociale : équité et participation des populations.
- Économique : un développement viable à long terme ;
- Environnementale : préservation des ressources naturelles en vue de leur transmission aux générations futures (solidarité intergénérationnelle) ;

L'aménagement touristique durable du territoire assurera un milieu aménagé en fonction de la qualité de vie du citoyen d'abord et partagé avec les visiteurs respectueux des valeurs de la destination.



L'ACTION FACE AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Les acteurs touristiques du Témiscamingue doivent réfléchir et mettre la main à la pâte dès maintenant face aux changements climatiques. Le bouleversement du climat entrainera fort probablement l'augmentation des températures et la fréquence accrue des dérèglements climatiques. Il est donc important d'accroître la capacité des entreprises et des organisations du secteur à s'adapter aux impacts que provoqueront les changements climatiques.

IMPACTS POSSIBLES SUR L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

- Transformation de la nature (diminution de la neige, redoux plus fréquents et pluie verglaçante en hiver, canicule, pluie torrentielle, érosion et inondation en été, forts vents, etc.);
- Perturbation des activités extérieures;
- Modification du rythme saisonnier des voyages – débordement de l'exercice de certaines activités vers le printemps et l'automne;
- Changement des flux touristiques – modification du jeu de la concurrence entre les destinations alors que le déplacement de la demande pourrait s'effectuer du Sud vers le Nord. En hiver, les destinations du Sud pourraient présenter moins d'attrait en raison des risques de maladies tropicales accrues, de la chaleur accablante et de la pression sur les ressources naturelles et les écosystèmes. De plus, le temps doux hivernal compromettant les conditions d'enneigement pour certaines destinations pourrait donner un nouvel essor à la destination de l'Abitibi-Témiscamingue bénéficiant de meilleures conditions de neige.

Ces nouvelles réalités climatiques impliquent d'envisager des solutions de rechange :

- Opter pour des activités de remplacement et diversifier les activités actuelles offertes ;
- Pratiquer le Fatbike et la raquette quand les conditions ne se prêtent pas au ski de fond;
- Pratiquer le quad quand les conditions ne se prêtent pas à la motoneige;
- Développer de nouveaux produits et modifier des produits existants ;
- Mettre en valeur l'offre des intersaisons (printemps et automne).

LES ENJEUX

FORCES	FAIBLESSES
CADRE GÉOGRAPHIQUE ET NATUREL	
<ul style="list-style-type: none"> • Immensité et grands espaces; • 12 % d'aires protégées; • Diversité des paysages naturels et ruraux et des potentiels d'observation de la faune; • Quatre saisons; • Été chaud et longues journées d'ensoleillement; • Hiver froid et sec avec beaucoup de neige; • Ciels bleus et étoilés / aurores boréales; • Nombreux plans d'eau et lacs importants; • Accès facile / proximité du milieu naturel pour les résidents; • Interconnexion du réseau hydrographique; • Tailles et beauté des plans d'eau; • Topographies des sentiers pédestres offrant des horizons à perte de vue (Abitibi); • Faible distance entre les municipalités qui favorise certaines activités (sentiers de longue randonnée, cyclotourisme); • Forte image de marque associée à la nature du Québec et du Canada. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perte de qualité de certains habitats et paysages; • Topographie / paysage avec peu de montagnes : une faiblesse pour certaines activités (ex. randonnée pédestre); • Piètre qualité de l'eau de certains plans d'eau (eau très brune spécifiquement du côté de l'Abitibi); • Éloignement des principaux marchés touristiques; • Saisonnalité des activités.



FACTEURS HUMAINS ET ORGANISATIONNELS

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Présence des communautés autochtones (Anicinabek); • Caractère chaleureux et hospitalier de l'accueil et des gens de la région; • Histoires riche et célébrée; • Grande expertise agroalimentaire (agro-transformateurs, chef-cuisiniers et artisans) considérant la faible taille de la population; • Nombreux petits attraits bien disséminés sur le territoire; • Fierté régionale; • Bonne capacité de mobilisation et de solidarité du milieu (commandites, bénévoles); • Collaboration avec les entreprises forestières; • Accessibilité du plein air sur le plan des prix (un handicap dans certains cas); • Municipalités sensibles aux demandes des clubs organisés; • Présence de nombreuses organisations / associations jouant ou pouvant jouer un rôle actif dans le développement du plein air en région; • Existence d'outils et programmes pouvant soutenir des initiatives en plein air; • Inventaire exhaustif et outils de planification de sorties / répertoire de l'offre plein air autoguidée en ligne et application de géolocalisation; • Données sur les retombées économiques spécifiques du plein air à l'échelle du Québec; • Existence d'un guide technique Balisage et signalisation pour les sentiers de randonnée pédestre développé en Abitibi-Témiscamingue; • Présence d'une agence de voyage réceptive. | <ul style="list-style-type: none"> • Peu de compagnies spécialisées en tourisme d'aventure, de nature et d'écotourisme; • Précarité financière des projets et organismes touristiques; • Accès limité à du financement; • Manque d'entrepreneurship; • Clients parfois téméraires et néophytes (risques élevés de blessures et d'accidents); • Coût élevé de l'assurance-responsabilité; • Niveau de formation de la main-d'œuvre insuffisant; • Roulement de personnel; • Nombreux sites dépendants du bénévolat (épuisement, relève); • Absence de coordination du secteur touristique; • Manque de concertation et de vision globale; • Manque d'interaction entre certains produits; • Connaissance limitée du territoire et de son environnement de la part de la population régionale; • Marché régional limité en volume d'adeptes et faible participation des jeunes aux activités de plein air; • Absence de données sur les retombées économiques spécifiques du plein air à l'échelle régionale; • Faible variété d'activités disponibles; • Absence d'ententes inter-municipales pour les longues randonnées pédestres et cyclables; • Problème de sécurité en matière de communication en plein air (portée des cellulaires) ; • Déficience au niveau de la signalisation touristique; • Faible notoriété de la région comme terre d'aventure; • Manque de promotion au niveau du site et de l'application Accès Plein Air; • Manque de mise en valeur des zecs. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

INFRASTRUCTURES ET ÉQUIPEMENTS

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> • Présence au Témiscamingue du parc national Opémican, de la réserve faunique La Vérendrye et du parc national d'Aiguebelle du côté de l'Abitibi; • Sites peu achalandés : impression de solitude; • Gains dans la diversification des établissements d'hébergement (camps rustiques, chalets, prêts à camper) ; • Présences de pourvoiries dont plusieurs peuvent diversifier leur offre d'activités; • Présence de zones d'exploitation contrôlées; • Immense réseau de chalets et de camps privés en forêt; • Un manufacturier situé à Rouyn-Noranda, abitibi&co, aux produits de grande renommée (design et fabrication de canots, de kayaks de mer et de bateaux de pêche). | <ul style="list-style-type: none"> • Absence de produit grande randonnée avec gîtes, refuges et étapes; • Très peu de lieux pour louer des équipements; • Équipements en location de piètre qualité; • Manque d'hébergement près des milieux naturels de types hébergements insolites; • Peu de sites agrotouristiques chez les producteurs agricoles; • Inactivité de plus de la moitié des cinquante pourvoiries répertoriées au Témiscamingue; • Quelques pourvoyeurs opérants de façon illégale; • Plusieurs détenteurs de baux de pourvoirie ont converti leur entreprise en chalets privés, diminuant ainsi la disponibilité des unités d'hébergement touristiques en forêt; • Détérioration de certaines pourvoiries; • Conditions variables du réseau routier des zecs composé de chemins forestiers en gravier. • Absence d'une infrastructure d'écotourisme (de type écolodge). |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

OPPORTUNITÉS	MENACES
<ul style="list-style-type: none"> • Ouverture du parc national d'Opémican et des partenariats possibles; • Développement continu de l'outil Accès Plein Air; • Croissance de la demande en plein air; • Loisir en plein air important indicateur du développement de la communauté et un élément de la qualité de vie, tant pour l'individu que pour la collectivité (SLS); • Tendance généralisée en faveur de politiques favorisant l'activité physique en plein air pour tous; • Importance croissante de l'environnement et des espaces naturels auprès de la population et des touristes; • Tendance pour le développement durable; • Arrivée massive des nouveaux retraités naissance de nouveaux besoins; • Volumes grandissants d'adeptes de plein air dans le monde; • Maillage avec les entreprises touristiques de l'Ontario; • Proximité du marché ontarien; • Attirance des Américains; • Maillage avec le marché de l'Abitibi; • Agrotourisme en émergence; • Mise en valeur et animation des plans d'eau; • Accès par Belleterre à la réserve faunique La Vérendrye; • Offre de forfaits aventure-nature à travers l'agence de voyages réceptive; • Développement d'alliances marketing (TAT); • Culturat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Difficulté pour les entrepreneurs et les promoteurs d'obtenir du financement auprès d'institutions financières et de l'État; • Absence d'une ressource humaine dédiée à la promotion et à la concertation touristiques; • Précarité du financement des postes d'agent de développement rural; • Accès difficile aux programmes d'emploi d'été visant l'embauche d'étudiants; • Manque de concertation intersectorielle quant à la gestion du territoire; • Plein air non motorisé dans l'ombre de produits majeurs de la région : chasse, pêche, motoneige, VTT; • Méconnaissance de l'Abitibi-Témiscamingue comme terre d'aventure par le reste de la province : manque de promotion / préjugés / moustiques / image dominante des coupes à blanc; • Jeunes abandonnant la pratique d'activités physiques au profit des jeux vidéos (déficit nature); • Concurrence de régions bien organisées et structurées en plein air et plus près des marchés émetteurs; • Croissance des vacances de courte durée, mais plus fréquentes (problème pour les régions éloignées); • Détérioration de certaines ressources naturelles et présence abondante de déchets en nature; • Danger de conflits d'usages avec d'autres secteurs (coupes forestières, mines, porcheries, centrales et barrages hydroélectriques, etc.); • Danger de conflits d'usages entre usagers des sentiers, notamment entre plein air non motorisé et plein air motorisé; • Danger de conflits d'usages lors de certaines périodes de l'année (chasse, etc.) ; • Financement pour le développement des infrastructures non accompagné des budgets nécessaires pour assurer l'entretien (met en péril la pérennité des équipements); • Droit d'usage des territoires publics accordé pour une période déterminée (incertitudes et démarches longues de renouvellement); • Achat de propriétés secondaires par des non résidents de l'Abitibi-Témiscamingue qui se positionnent contre le développement touristique et économique (aucun intérêt pour eux, menace à la tranquillité).



NOTRE ÉCOSYSTÈME TOURISTIQUE D'ENTREPRISES & DE PARTENAIRES

Le Témiscamingue doit miser sur ses acteurs qui forment les forces vives de son milieu touristique afin d'assurer son développement et faire progresser la destination vers l'excellence.

Ceux-ci assurent l'ensemble des activités productives de richesse et fonctionnent en interdépendance (partenariats, alliances, partages de ressources) les uns aux autres.

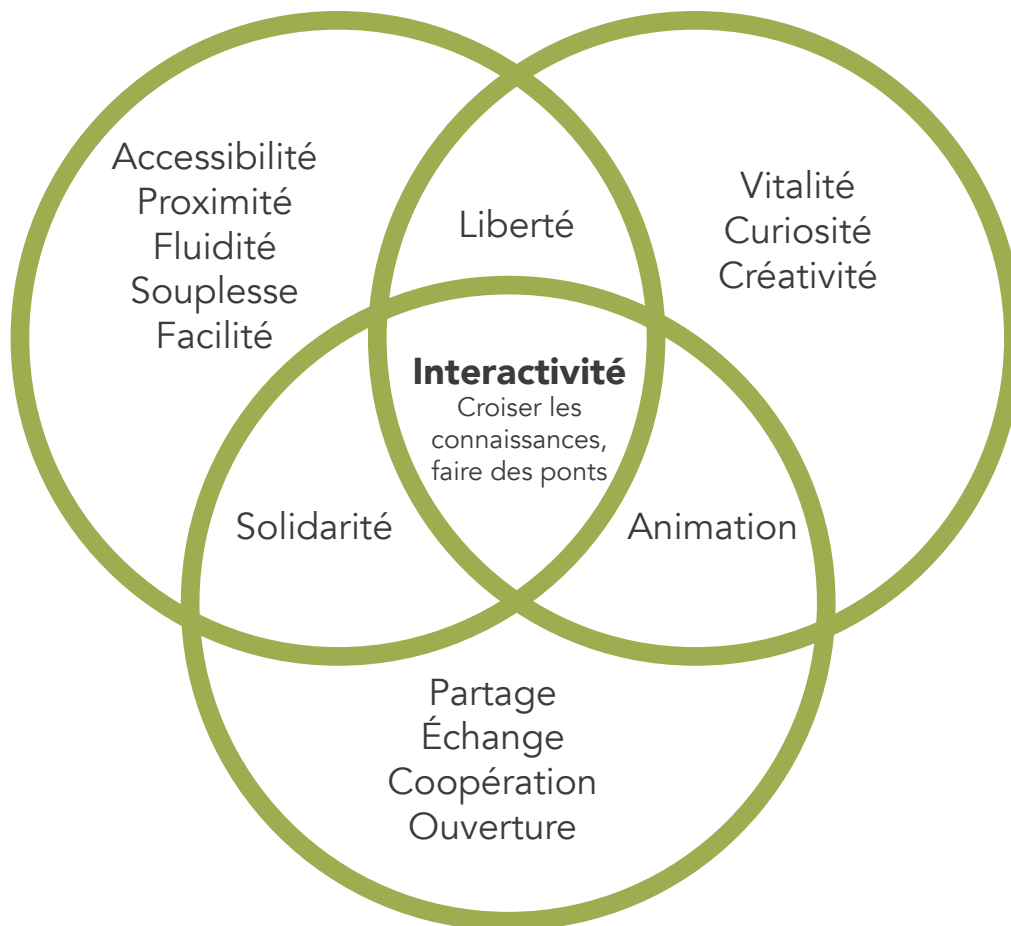


DESTINATION AVENTURE-NATURE DU TÉMISCAMINGUE

Avec LES VOYAGEURS
au coeur du système

DÉMARCHE INNOVANTE ET COLLABORATIVE

L'interactivité doit s'illustrer dans l'ensemble de la chaîne de production de richesses touristiques et de la gouvernance, dans une démarche volontaire, partenariale et innovante pour assurer le succès de la démarche.



NOS FILIÈRES PHARES

Pour exceller, le Témiscamingue doit pouvoir compter sur des acteurs-clés qui contribuent à la structuration et à l'attractivité de la destination.

► PRODUCTEURS D'AVENTURE

Le secteur plein air de l'industrie touristique de l'Abitibi-Témiscamingue et plus précisément du Témiscamingue souffre de l'absence d'entrepreneurs et de promoteurs.

Le potentiel de développement de l'industrie du tourisme d'aventure et de nature du Témiscamingue est GRAND, mais sa réussite passe avant tout par l'éclosion d'entreprises professionnelles offrant des expériences guidées variées en été comme en hiver et des services connexes soutenus et de haute qualité. En effet, la mise à disposition d'un guide, la location d'équipement, le service de navette au point de départ et du point d'arrivée d'un parcours et le service de transport des bagages participent à la diversification de l'offre en contribuant à rendre les activités d'aventure PLUS ACCESSIBLES s'adressant plus uniquement aux aventuriers, mais également à une clientèle moins expérimentée et/ou non équipée.

Les entrepreneurs en tourisme d'aventure et de nature jouent un rôle déterminant dans la croissance d'une destination touristique. Cependant, la situation financière des entreprises spécialisées dans ce domaine se révèle souvent précaire.

L'aventure d'entreprendre dans le segment de marché du tourisme plein air est remplie de défis. Les entrepreneurs du Témiscamingue doivent conjuguer habilement avec les réalités suivantes :

Accessibilité

- L'éloignement des marchés
- Le coût des transports

Gestion

- La difficulté d'obtenir du financement;
- La faible rentabilité des produits ou des services;
- La difficulté à créer des réserves et à devenir rentable sur du long terme;
- Le recrutement d'une main-d'œuvre motivée et très qualifiée (salaires peu élevés, compétences requises pour ne pas compromettre la sécurité des visiteurs);
- Le recrutement de guides habiles pour faire du storytelling, se faire médiateurs sociaux et être bons instructeurs;
- La rétention de guides et d'employés compétents (main d'œuvre volatile);
- La stabilité salariale à longueur d'année.

Environnement

- La saisonnalité de la période d'activités (fermeture une fois la saison terminée et mise à pied du personnel);
- Les variations importantes de climat;
- Éloignement et accès difficile au lieu de pratique engendrant des coûts importants.

Concurrence

- La vivacité de la concurrence;
- La durée de vie limitée d'un produit novateur;
- La nécessité d'une offre distinctive.

Les difficultés que connaissent les entreprises de ce secteur ralentissent le développement d'une offre structurée et de qualité.

Des conditions fertiles et favorables doivent être mises en place au Témiscamingue pour stimuler les entrepreneurs à démarrer des projets d'affaires en tourisme d'aventure et de nature.

L'appui aux entreprises innovantes qui positionne la clientèle au cœur de leurs décisions d'affaires lors de la mise en place de produits doit être prioritaire pour assurer la compétitivité de la destination. De plus, les notions de maillage, de regroupement et de concertation devraient être à l'ordre du jour de l'agenda de développement de ce secteur.



► INFRASTRUCTURES ET TERRITOIRES TOURISTIQUES

Le Témiscamingue est reconnu pour ses exceptionnels sites naturels, mais possède très peu d'infrastructures reliées au tourisme d'aventure. Pour espérer compétitionner dans la cour des grands, il est nécessaire de structurer un réseau d'infrastructures favorisant et facilitant la pratique d'activités de tourisme d'aventure et de nature. Par infrastructures on entend, les routes d'accès, l'hébergement, les restaurants, les équipements en location, les réseaux de sentiers, les belvédères, les mises à l'eau, les marias, etc. Le Témiscamingue doit donc maintenir et développer des infrastructures de qualité répondant aux tendances de l'industrie et aux besoins et aux attentes de la clientèle.

► MANUFACTURIERS ET ÉQUIPEMENTIERS

Les manufacturiers s'avèrent des ambassadeurs remarquables d'un territoire à l'échelle nationale et mondiale. Ils suscitent également la fierté de la population locale. Le secteur plein air de l'industrie touristique de l'Abitibi-Témiscamingue compte actuellement un seul manufacturier d'équipement en plein air soit abitibi&co spécialiste en design et fabrication d'embarcations destinées à la pratique des activités de plein air (canot, kayak, chaloupe).

Avec la montée en force de l'industrie du plein air en région, il serait intéressant d'évaluer la possibilité de développer d'autres articles et équipements de plein air (vêtements spécialisés, accessoires, nourriture plein air, etc.) sur le territoire du Témiscamingue.

► INSTITUTIONS D'ENSEIGNEMENTS

Le manque de ressources humaines spécialisées représente un obstacle au développement des entreprises et à la sécurité du territoire. Certaines activités à risque élevé requièrent du personnel très qualifié pour s'assurer d'éviter des accidents qui pourraient faire une mauvaise publicité à la destination.

L'offre de programmes de formation dans le domaine du tourisme d'aventure et de nature par les institutions d'enseignement dote la région de personnel aux compétences élevées assurant la sécurité des visiteurs et de la destination.

De plus, le territoire aurait tout à gagner d'établir des collaborations avec des institutions de formations spécialisées en plein air de l'extérieur de la région pour tenir des stages dans la région afin de faire du Témiscamingue un lieu d'entraînement pour les étudiants des cohortes plein air de partout au Québec et ainsi amener les finissants à s'installer dans la région pour pratiquer leur métier.



NOS PILIERS D'EXCELLENCE

Il est primordial pour la destination témiscamienne aventure-nature de développer et de s'appuyer sur des piliers solides afin d'assurer sa compétitivité.

► RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

Pour espérer exceller sur l'échiquier des destinations d'aventure et de nature d'envergure, le Témiscamingue doit se transformer en une destination verte et se positionner comme un lieu de grande valeur environnementale. Les ressources naturelles constituent l'élément clé de la mise en valeur touristique du Témiscamingue. Les visiteurs sont très réceptifs aux initiatives réalisées pour garder une destination propre et verte.

La pratique des activités de plein air est intimement liée à l'intégrité du milieu naturel. La perte de qualité paysagère et environnementale rend les sites, les routes, les sentiers et les voies d'eau moins attrayants, allant jusqu'à réduire le potentiel récréotouristique du territoire.

Le milieu du Témiscamingue a fort à faire pour devenir une destination écoresponsable. La quantité impressionnante de déchets et de matières fécales laissés en nature lors de la pratique d'activités récréatives témoigne de cet énorme défi. Pour y arriver, les acteurs du territoire doivent s'engager dans une démarche de développement durable ce qui implique une participation active de la communauté locale.

Aussi, la région de l'Abitibi-Témiscamingue a une responsabilité environnementale importante au niveau de la ressource hydrique considérant qu'elle se situe à la tête des eaux ce qui signifie qu'elle ne subit que sa propre pollution, mais qu'elle influence la qualité de l'eau de nombreux autres secteurs.

► SÉCURITÉ INTÉGRÉE

La notion de sécurité est une valeur fortement prise en compte dans le choix d'une destination. Le critère de sécurité d'un territoire est fortement attaché au professionnalisme exercé par les producteurs en tourisme d'aventure et les gestionnaires des centres de villégiature de la destination, à la qualité des infrastructures (sentiers, portages, routes d'accès, mises à l'eau), à la diffusion d'informations et d'outils de navigation ou d'orientation (cartes guides, application de géolocalisation sur les sentiers, plans de mesure d'urgence, info-conseil, services de santé, etc.) et à la présence d'une stratégie d'intervention d'urgence concertée et efficace. La notion de sécurité des voyageurs doit être prise en compte à travers le développement de chacune des actions de la destination témiscamienne incluant la couverture cellulaire et d'accès à Internet.

► CULTURE ANICINABE FORTE & VIVANTE

Le tourisme autochtone connaît un essor considérable ces dernières années. Les visiteurs souhaitent faire l'expérience d'activités, d'attractions et/ou de célébrations culturelles autochtones authentiques par une participation active et des interactions directes en petits groupes. Ces produits touristiques expérientiels et émotionnels contribuent à transformer des vacances ordinaires en vacances extraordinaires. La culture et les traditions anicinabek sont appelées à jouer un rôle déterminant au niveau de l'attraction et de l'expérience de la destination aventure-nature du Témiscamingue, car ils contribuent à faire de celle-ci un milieu original et unique. Le désir des communautés de créer des activités de découverte de la culture, des traditions, des arts, de la cuisine, des contes et de l'histoire anicinabe, le tout en contact avec la nature, est bien présent.

Par le rapprochement des peuples anicinabek et des visiteurs en suscitant des occasions de rencontre, de célébration et d'expression, le Témiscamingue contribuera à créer un engouement autour de la culture anicinabe dans le respect des valeurs des communautés.



► POPULATION INCLUSIVE & TERRITOIRE ATTRACTIF

Le tourisme d'aventure et de nature, lorsqu'il favorise les interactions avec les communautés locales, contribue au sentiment d'appartenance, à l'implication des locaux et à la vitalité des milieux. Les résidents doivent prendre conscience de leur importance au sein de l'écosystème touristique. Ils ont une influence sur l'attractivité de la destination. Ils sont un maillon important de l'expérience touristique :

- En affirmant leur fierté de vivre au Témiscamingue et d'appartenir à ce territoire, en laissant parler leurs sentiments et en s'exprimant avec passion;
- En étant fiers de partager leur culture et leur histoire, leurs produits du terroir et leurs activités quotidiennes;
- En faisant sourire et rire les visiteurs.

Mais pour cela, il faut s'assurer que l'activité touristique améliore la qualité de vie de la population et respecte la capacité d'accueil du territoire.

L'aménagement du territoire peut également jouer un rôle clé dans l'attractivité de la destination par l'installation d'œuvres et de mobiliers créatifs associés à l'image nature et aux activités d'aventure à l'extérieur, en zones urbaine et rurale, et à l'intérieur, dans les lieux publics (voir annexe 1).

► IMAGE DE MARQUE PERCUTANTE

La destination aventure-nature du Témiscamingue doit bénéficier d'une image de marque ayant une identité forte, qui respecte un positionnement stable et persistant. Cette identité est extrêmement importante puisqu'elle représente la manière dont les voyageurs percevront le territoire. Elle doit projeter les valeurs, la vision et l'éthique de la destination.

L'image de marque du territoire doit être associée à sa ressource principale, la nature, et à son potentiel pour les activités en plein air. Il faut comprendre que c'est au Témiscamingue que les visiteurs doivent se rendre pour vivre une expérience ultime en plein air et ainsi profiter abondamment de la nature et des activités en plein air. Ce positionnement va contribuer à la distinction du territoire et à lui donner une image particulière.

La marque touristique doit présenter le territoire comme une destination intouchée et excentrique. Elle doit comporter en elle-même la promesse d'une destination propice à l'expression de soi, à la rencontre de l'autre, évocatrice d'émotions et inspiratrice d'exploration et de participation.

L'identité visuelle doit se démarquer de la compétition et doit véhiculer un message authentique par rapport à ce que nous sommes.





NOTRE ADN TOURISTIQUE

- Patrimoine naturel
- Traditions et cultures anicinabek
- Patrimoine historique
- Culture vivante
- Gastronomie
- Détente
- Infrastructures de qualité répondant aux tendances

NOS VALEURS MISES DE L'AVANT

- Authenticité
- Générosité naturelle
- Inclusion
- Singularité
- Modernité
- Exentricité

L'ÉTHIQUE DE NOTRE DESTINATION

- Accueillante
- Responsable face à l'environnement (destination verte)
- Sécuritaire
- Qualité constante
- Professionnalisme

NOTRE PERSONNALITÉ

Le Témiscamingue est un large territoire naturel à faible densité démographique qui réserve son lot de surprises et d'émerveillement et qui suscite un sentiment de liberté. C'est un coin de pays à la fois dynamique, ouvert d'esprit et propice à la détente.

Nous, les Témiscamiens, sommes accueillants, chaleureux, inclusifs, généreux de nature, enjoués, créatifs et authentiques. Nous sommes fiers de notre nature et de nos expériences et nous voulons les partager avec les voyageurs de partout dans le respect de l'environnement et de la capacité d'accueil de notre territoire.

NOS ATOUTS INCONTOURNABLES NOTRE POTENTIEL D'EXOTISME ET DISTINCTIF

Au rang des atouts incomparables, le Témiscamingue jouit de trésors permettant à la région d'être attirante et de se démarquer et d'imposer une expérience sans pareille.

- Un large territoire peu densément peuplé offrant une destination calme et reposante;
- Un lieu singulier où la nature impose sa présence;
- L'immensité du territoire naturel, la grandeur et l'isolement;
- Le dépaysement provenant de l'éloignement des grands centres urbains (avantage dû à la distance);
- Des lieux de pratique peu achalandés suscitant une impression de solitude, de quiétude et de liberté;
- Des chutes exceptionnelles (Grande Chute de la rivière Kipawa dans le parc national d'Opémican avec arc-en-ciel permanent en période ensoleillée, chutes Turner de la rivière Kipawa dans la zec Restigo, Grande Chute de la rivière Dumoine dans la zec Dumoine, chute de la baie McAdam, Ontario);
- Des rapides spectaculaires;
- Topographies offrant des horizons à perte de vue (sur les hauts de collines de l'Abitibi);
- D'innombrables lacs et des rivières interconnectés et majoritairement à l'eau claire;
- Deux lacs tentaculaires aux multiples baies isolées (réservoirs Kipawa et Decelle);
- Des rivages de falaises escarpées, subverticales (point de vue en plongée du haut des falaises du lac Témiscamingue et en contre-plongée sur les falaises à partir d'un canot, d'un kayak, d'un voilier ou d'un bateau, Devil's Rock (Ontario), baie du canal);
- Des parois rocheuses colorées;
- Des plages de sables et de galets invitantes;
- Un relief vallonneux;
- La luminosité liée à la latitude;
- Une plus grande période d'ensoleillement durant la saison estivale;
- La présence d'aurores boréales;
- Des ciels bleus et étoilés (absence de pollution lumineuse);
- Des couchers colorés de soleil;
- Des hivers froids et secs avec un enneigement important qui reste au sol;
- Une population fière d'appartenir à ce territoire;
- Des habitants accueillants, naturellement généreux, chaleureux et inclusifs;
- Une culture riche des communautés Anicinabek;
- Des agriculteurs passionnés, des chefs talentueux et des produits du terroir savoureux;
- 1 parc national au Témiscamingue et un deuxième en Abitibi;
- 4 zecs;
- Un immense réseau de chalets et de camps privés en forêt;
- Des petites municipalités dispersées aux 10 à 15 kilomètres;
- Un nombre important de petits attraits touristiques disséminés sur le territoire.



NOS PRODUITS STRUCTURANTS

1 LA SÉPAQ DEUX PARCS AU CŒUR DU TERRITOIRE

Bénéficiant d'une renommée mondiale importante, les parcs nationaux du Québec sont de véritables vitrines pour le rayonnement et l'attractivité des régions et ont un impact sur leur fréquentation. La Sépaq inspire la fierté et la passion des Québécois pour leurs territoires exceptionnels. Les parcs sont des lieux conviviaux et des milieux encadrés. Ces territoires protégés aux services et aux aménagements de qualité représentent une valeur sûre pour la clientèle désireuse de vivre une expérience nature sécuritaire au cœur de paysages spectaculaires. Ils constituent des espaces idéaux pour les visiteurs non initiés à la pratique d'activités en plein air.

Le choix d'une destination touristique est de plus en plus influencé par la présence de parcs de la Sépaq. L'opportunité de fréquenter deux parcs nationaux en Abitibi-Témiscamingue rend le voyage des visiteurs beaucoup plus attrayant et justifie la distance à parcourir. La présence de ces deux parcs dans la région constitue un atout majeur et une expérience compétitive pour la destination aventure-nature du Témiscamingue.

Le parc national d'Opémican représente un moteur et un catalyseur de développement touristique primordial pour le Témiscamingue. La Sépaq est un partenaire de marque et joue un rôle clé dans le développement économique en concluant de nombreux partenariats d'affaires avec des entreprises aux services complémentaires.



Parc national
d'Opémican



Opportunités à saisir

- Le parc national d'Opémican et le parc national d'Aigüebelle représentent une opportunité pour la mise en valeur des attraits touristiques situés sur « la route des parcs » par une forfaitisation articulée autour de la pratique d'activités plein air compatibles et de visites éducatives.
- Entre ces deux incontestables joyaux se trouve un corridor touristique fameux : parc aventure Joannès, maison Dumulon, collines Kékéko (futur parc régional) et ses parois d'escalade, Sentier écologique du Témiscamingue, Récré-Eau-des-Quinze, T.E. Draper/Chantier Gédéon, musée de Guérin, Fossilarium, Domaine Breen, Maison du Frère-Moffet, site d'escalade Chibekana, le Lieu historique national du Fort-Témiscamingue, etc.
- Développement de la route de l'aventure transTémiscabitiennne sillonnant la région de la réserve faunique La Vérendrye jusqu'à la municipalité de Témiscaming en passant par Amos, Taschereau, le parc national d'Aigüebelle, Rouyn-Noranda, Ville-Marie, le parc national d'Opémican et Témiscamingue et où s'ajoutent aux sites cités au point précédant, les sites suivants : sentiers des six-saisons, forêt récréative de Val-d'Or, Entre Lemoine et l'arbre, Kenawit, Refuge Pageau, Labyrinthe des insectes, Camp de base Abitibi (site d'escalade des collines du rang 6 à St-Félix-de-Dalquier), musée de la gare, circuit d'interprétation des anciennes conduites forcées de Témiscaming.
- Le parc national d'Opémican représente une opportunité pour le rayonnement des sentiers pédestres du Nord-est ontarien.
- Le parc national d'Opémican constitue un véhicule efficace pour la mise en valeur des producteurs locaux (nature, culture, détente, agrotourisme).
- Les parcs nationaux de l'Abitibi-Témiscamingue représentent une opportunité pour valoriser le contact avec les communautés anicinabek qui pratiquent un mode de vie traditionnel.
- Avec ses infrastructures de qualité, le parc confère aux entreprises membres d'Aventure Écotourisme Québec la possibilité de bénéficier de lieux de pratique aménagés d'une grande beauté. Ces partenariats visent à élaborer des activités et fournir des services pour bonifier l'offre du parc et du producteur d'aventure tout en respectant la vocation, les particularités et la réglementation de la Sépaq.

Type de forfaits

Activités de découverte, initiation au plein air, randonnée, excursion et expédition

Type d'activités guidées

Randonnée pédestre, canot d'eau douce, kayak de mer, rafting, kayak de rivière, canot de rivière, escalade, raquette et traineau à chien dans l'éventualité de l'acceptation des chiens dans les parcs nationaux.

Bénéfices pour le producteur d'aventure

- Terrain de jeu aux attraits naturels exceptionnels
 - Mises à l'eau sécuritaires et faciles d'accès, campings rustiques organisés (emplacement assuré, propreté du lieu, toilette sèche, bois pour feu de camp)
 - Portages signalisés et entretenus, sentiers de randonnée pédestre répondant au plus haut standard de qualité
 - Canots et kayaks en location
- Endroit structuré et sécuritaire
- Système de réservation et de promotion
- Vitrine promotionnelle reconnue et clientèle connue
- Achalandage d'un parc national

Bénéfices pour la Sépaq

- Producteur d'aventure accrédité selon les plus hauts standards de l'industrie en matière de qualité, de sécurité et d'encadrement de la clientèle (normes de l'AEQ)
- Expertise de guides expérimentés (technique, culinaire, premiers soins, gestion du matériel, interprétation du milieu naturel)
- Assurances civiles

Le parc constitue certes un produit d'appel, mais, pour tendre vers une destination d'excellence aventure-nature, le territoire doit offrir d'autres attraits structurés ainsi que des services connexes.



2 ACCÈS PLEIN AIR LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE AVENTURE-NATURE

L'ABITIBI-TÉMISCAMINGUE, LE PLUS GRAND RÉSEAU DE PARCOURS AUTOGUIDÉS AU QUÉBEC

Le site Internet accespleinair.org et l'application Accès Plein Air favorisent l'accès à la nature et aux activités de plein air non motorisées de l'Abitibi-Témiscamingue en mettant en valeur des lieux de pratique (parcours et réseau de sentiers) et en proposant des circuits sur l'ensemble du territoire régional.

Selon l'activité visée et en fonction de critères variables (degré de difficultés, durée, etc.), le site propose une série d'idées de parcours pour découvrir la région de façon active et s'ancre au territoire.

Pour transformer l'activité en véritable expérience, les parcours affichent les attraits et points d'intérêt de proximité (plages, parois rocheuses, sites touristiques, etc.).

Pour orienter les choix des visiteurs en fonction de leurs attentes, les points de services sont géoréférencés, les services sont classifiés et décrits (campings sauvages, hébergement, restauration, ravitaillements, équipement en location, sites historiques, musées, ateliers d'artistes, producteurs agrotouristiques, etc.).

Avec ses itinéraires soigneusement construits, l'outil s'adresse :

- aux pleinairistes désirant voyager de manière autonome;
- aux promoteurs d'aventure désirant offrir des itinéraires guidés sans avoir à assumer les coûts reliés aux développements d'un parcours (repérage terrain, outils de navigation, rédaction du plan de mesure d'urgence, etc.).



Accès Plein Air



Éléments compris dans chaque fiche de parcours, de voies et de réseaux de sentiers

- Description du lieu de pratique (classification des tronçons, distances, accessibilité, obstacles, caractéristiques du milieu naturel, etc.);
- Carte interactive avec points d'intérêt et de service;
- Description des points d'intérêt et des points de service;
- Cartes guides en format PDF pour impression;
- Tracés GPS en GPX disponibles pour importation dans un GPS;
- Données météo du point de départ;
- Indice de danger d'incendie du secteur exploré pour 3 jours;
- Plan de mesure d'urgence du lieu de pratique;
- Plan de sortie;
- Galerie photos et vidéos;
- Info-conseil (série d'articles de conseils en plein air en lien avec l'activité sélectionnée);
- Guide pour la planification d'une activité;
- Principes « Sans trace ».

Développement et innovation

- Programmation de la plate-forme Accès Plein Air Témiscamingue affichant les activités (parcours, voies et réseaux de sentiers) du Témiscamingue seulement (lien sur le site de Tourisme Témiscamingue);
- Pour favoriser le contact avec les producteurs agricoles et augmenter l'offre agrotouristique, un petit rond vert (ouverture actuelle du site aux visiteurs) ou rouge (fermeture actuelle du site aux visiteurs) pourrait être ajouté au bas du picto de localisation de la ferme dans l'application et sur la carte interactive du site web. Ce statut serait mise à jour directement par le producteur en temps réel par un accès sécurisé à la base de données;
- Pour la clientèle qui souhaite profiter de l'expérience d'un parcours ou d'un réseau de sentiers sous la forme d'un séjour guidé, un partenariat peut-être établi avec une agence de voyages de la destination, un producteur d'aventure ou une coopérative en plein air. Un bouton « Réserver ce trajet forfaitisé » pourrait être ajouté pour rediriger le navigateur vers l'offre de ce parcours forfaitisé directement sur le site du producteur d'aventure, de l'agence de voyages ou vers le portail de la coopérative plein air.

L'outil constitue certes un produit structurant, mais pour répondre aux besoins de la clientèle touristique, des services de location d'équipement, de transport des bagages et de navette doivent être offerts en support sur le territoire.

3

LA CONSTITUTION D'UNE COOPÉRATIVE DE SOLIDARITÉ EN PLEIN AIR

Miser sur l'approche coopérative pour mieux coordonner les actions et établir une offre plein air intégrée et répondant aux besoins du milieu.

Le secteur du tourisme d'aventure et de nature à intérêt à faire de la place à une coopérative sectorielle ou régionale basée sur les principes de solidarité. Cette entreprise assurera l'offre de services connexes essentiels au développement de l'industrie du plein air au Témiscamingue même si ces services s'avèrent peu rentables à l'encontre d'une compagnie. La pérennité de l'organisation d'affaires sera assurée en diversifiant ses revenus autonomes avec d'autres services rentables tels que l'hébergement.

La coopérative permettra le partage de ressources et de connaissances, tout en diminuant les doublons par complémentarité des produits. Une telle réalisation pourrait contribuer à la synergie au sein de l'industrie.

Les membres

Membres utilisateurs-producteurs de services touristiques

- Producteurs d'aventure;
- Sites de villégiature;
- Restaurants;
- Lieux d'hébergement;
- Campings;
- Sites et attraits touristiques;
- Agences de voyages.

Membres travailleurs

- Guides;
- Chauffeurs;
- Préposés à l'accueil;
- Travailleurs écoforestiers.

Membres de soutien corporatifs et individuels

- Chambre de commerce;
- Associations touristiques;
- Services de développement économique;
- Résidents.

Les licences

- Permis allégé d'agent de voyage en tourisme d'aventure;
- Assurances responsabilité.

Les activités et services

- Auberge de jeunesse faisant office de camp de base avec bar, services de restauration et espaces de travail;
- Hébergement en nature de luxe - glamping / Écolodge;
- Hébergement mobile de luxe – roulottes dans les campings municipaux ou chez l'habitant ou chez un producteur agricole (accueil, services, main-d'oeuvre);
- Excursions d'aventure douce à la journée (courte durée)
 - Forfaits sur mesure clé en main;
 - Forfaits pré-établis.
- Services de guides certifiés;
- Offre de prestations regroupées, forfaitisation multi-entreprises vendable au national et à l'international;
- Services de transport guidé à partir de Montréal;
- Services de navettes (équipements et participants) orientés vers les séjours en forêt;
- Services de transport des bagages d'un lieu d'hébergement à un autre;
- Aménagement, entretien et gestion de sites récréotouristiques (sentiers, centres de vacance, sites de villégiature);
- Plate-forme web transactionnelle performante - vente de forfaits en ligne.



Les étapes de démarrage

1. Entreprendre une mission commerciale (découverte de modèles d'affaires à succès);
2. Élaborer un plan d'affaires;
3. Sélectionner les membres fondateurs;
4. Nommer les membres du conseil d'administration;
5. Trouver un local;
6. Embaucher un coordonnateur ou une coordonnatrice;
7. Rechercher du financement;
8. Suivre la formation en vue d'obtenir le permis allégé d'agence de voyages en tourisme d'aventure;
9. Obtenir la certification d'Aventure Écotourisme Québec;
10. Concevoir des forfaits de courte durée;
11. Amasser l'information technique et légale en rapport à la pratique des activités retenues;
12. Évaluer l'équipement plein air nécessaire pour la location (vélo, kayak, canot, etc.);
13. Évaluer le matériel mobile de soutien nécessaire (véhicule, remorque);
14. Acquérir les équipements;
15. Octroi de contrat, services numériques de réservations en ligne;
16. Octroi de contrat, design graphique de l'image de marque;
17. Élaborer une banque de guides formés;
18. Embaucher des guides;
19. Acquérir les cartes de compétence aux activités offertes (guides);
20. Recruter des chauffeurs;
21. Procéder à la mise en ligne de l'offre;
22. Débuter les activités de commercialisation;
23. Débuter les activités d'opération.

La forme juridique

La coopérative de solidarité est la forme juridique privilégiée. Toutefois, il serait important de considérer d'autres formes d'entreprise. L'organisme à but non lucratif pourrait être également un véhicule adéquat. La coopérative a ses avantages et ses inconvénients. Le plus grand désavantage est sans doute son manque de souplesse dans la prise de décisions rapides et les obligations envers le gouvernement (Loi sur les coopératives).



LA CONSTRUCTION D'EXPÉRIENCES TOURISTIQUES DISTINCTIVES



LA GRANDEUR ET L'ISOLEMENT IMPOSENT
AU TÉMISCAMINGUE
UNE EXPÉRIENCE NATURE SANS PAREILLE!

Élaboration de produits de tourisme d'aventure et de nature axés sur l'expérience :

1. Partir de ce que veulent les clients
 2. Définir les types d'expériences que l'on veut proposer
Création de forfaits et de circuits composés d'expériences captivantes qui offrent une immersion et permettent aux voyageurs de participer et de faire connaissance avec les gens, les lieux et la culture exceptionnelle de la destination et que les voyageurs garderont en mémoire.
- Forfaits guidés - sorties avec un ou des guides-interprètes; pratique encadrée
À développer avec les producteurs d'aventure
 - Offre de forfaits pré-établis
 - Offre de forfaits sur mesure
 - Circuits autoguidés – sorties en autonomie; pratique libre
À développer à partir de l'outil Accès Plein Air

Les voyageurs refusent d'être relayés au rang d'observateurs et veulent prendre activement part et s'immerger dans le milieu visité. Pour exceller, il importe de favoriser et de consolider l'intégration (forfaitisation, création de circuits) entre les produits d'aventure active, les produits de villégiature et des parcs nationaux et les produits complémentaires.



DESIGN D'EXPÉRIENCES

CHOIX D'ACTIVITÉS PHYSIQUES
EN PLEIN AIR

SORTIES ACTIVES
EN INTERACTION AVEC LA NATURE



INTÉGRATION DE PRODUITS
COMPLÉMENTAIRES

AGROTOUTISME, CULTURE,
ADRÉNALINE, DÉTENTE, ETC.



INTERACTION AVEC LES LOCAUX
EXPERTS DE LA VIE LOCALE



GASTRONOMIE &
EXPÉRIENCES GOURMANDES



HÉBERGEMENT EXPÉRIENTIEL

NOTRE PRIORISATION DE PRODUITS

Cette catégorisation de produits assure un avantage concurrentiel à la destination d'aventure et de nature du Témiscamingue et répond à la demande des marchés cibles. Cette priorisation respecte l'attractivité, la contribution au développement et le rapport à la concurrence.



• RANDONNÉE PÉDESTRE

Activités de randonnées pratiquées dans les réseaux de sentiers aménagés ou sur sentier de longue randonnée en milieu naturel au Témiscamingue, en Abitibi et au Nord-est de l'Ontario.

Développement et innovation

Canot et kayak

- Excursions guidées en canot ou kayak avec séances de yoga, de méditation et de dégustation de produits du terroir (sacs saveurs) sur des îles;

Cyclotourisme

- Circuits à vélo avec hébergement dans des roulettes touristiques alliant confort et design, transport des bagages, dîners (sacs saveurs et bonnes tables) et souper (traiteur à domicile/roulotte) et hébergements expérientiels;

Randonnée pédestre

- Faire du réseau de sentiers Récré-eau-des-Quinze, un parc régional;
- Circuit des sites de randEAUX: tournée des réseaux de sentiers offrant des points d'observation sur des plans d'eau spectaculaires : chutes, rapides, vues sur un plan d'eau d'une falaise, etc. (Récré-eau des quinze, Dévil rock, Grande chute, etc.);
- Forfaits rando-dodo : randonnées pédestres en matinée, activités complémentaires en après-midi (excursion de pêche, activité de détente, activité adrénaline, etc.), dîners et de soupers de produits régionaux dans des restaurants avec vue sur la nature ou sacs-saveurs cuisinés par les chefs de la scène locale et coucher dans un hébergement originel et confortable.



► VILLÉGIATURE EN MILIEU NATUREL

Séjour en forêt ou près d'un plan d'eau offrant détente, bien-être, réflexion, amusement et évasion, impliquant des formes variées d'hébergement touristique et proposant la découverte d'un territoire à travers des activités d'aventure et de culture et de découverte des produits du terroir.

- Architecture et design agençant modernité, art et mise en valeur du paysage;
- Construction écoresponsable avec source d'énergie renouvelable.

Développement et innovation

- Écolodge dans une baie isolée du lac Kipawa;
- Auberge festive au centre de la localité de Laniel sur le bord du lac Kipawa (de type Sea Shack) avec service d'hébergement satellite (bateau maison, camping, auberge, chalet, hébergement insolite), service de restauration et de bar, offre de spectacles, activités d'aventure et location d'équipement plein air; Centre de villégiature en forêt offrant des cabines de luxe (hébergement insolite), une offre d'activités plein air et de détente et un service de restauration;

1

NOS PRODUITS D'APPEL



► PARCS NATIONAUX : PARC NATIONAL D'OPÉMICAN ET PARC NATIONAL D'AIGUEBELLE

Activités et services offerts par la Sépaq et par ses partenaires-producteurs d'aventure dans un parc national.

Sépaq : activités découverte et d'interprétation de la nature, activités autoguidées en rando, en canot, en kayak et en sup (Stand up paddle), pêche, hébergement

Producteurs d'aventure : activités adrénaline et expéditions en canot et en kayak.

Développement et innovation

- Sentier de longue randonnée dans le secteur de Laniel
- Via Ferrata au milieu des falaises riveraines du lac Témiscamingue;
- Tyrolienne;
- Descente en rafting, en luge d'eau et en kayak d'eau vive des rapides de la rivière Kipawa;
- Circuits de canot-camping et de kayak-camping;
- Sortie guidée d'escalade aquatique (psicobloc)
- Expérience culturelle avec des guides anishenabek.

► CIRCUITS AUTOGUIDÉS ET FORAITS GUIDÉS



• CANOT D'EAU DOUCE ET KAYAK DE MER

Randonnées en canot et en kayak pratiquées sur certains plans d'eau du Témiscamingue et de l'Abitibi

• CYCLOTOURISME

Randonnées proposant l'exploration du territoire à travers le vélo sur voies cyclables aménagées et sur routes partagées, agrémentées d'activités culturelles et de visites agrotouristiques à la découverte des produits du terroir.



- Renouveau de l'offre des pourvoies;
- Éclairage ajusté à la lumière naturelle dans les lieux de villégiature et appareil d'aromathérapie à senteur de sapin;
- Offre de traiteurs à domicile avec cuisine locale à l'honneur pour les locataires de chalets, de refuges ou d'hébergement insolite.



► EXPÉRIENCE ANISHENABE (CULTURE ET TRADITIONS)

Activités traditionnelles, d'aventure, de culture et d'enracinement au territoire réalisées dans un univers intemporel de sagesse et de traditions pratiquées dans des sites aménagés ou en milieu naturel. Intégration de la connaissance du territoire, des coutumes, des croyances et des rites Anicinabek.

La découverte des cultures, des traditions, des arts, de la cuisine, des contes et de l'histoire par la participation active et des interactions.

Un contact avec la nature et l'environnement

Développement et innovation

- Expérience d'immersion culturelle dans la communauté de Kebaowek : quai, centre culturel, auberge, restaurant, parcs d'interprétation, totem;
- Excursion de canot à la découverte du site historique Hunter's Point avec des membres de la communauté d'Eagle Village;
- Restauration et protection de l'Église de Hunter's Point; faire reconnaître l'établissement à titre de site patrimonial;
- Activités contes et légendes;
- Activités de cueillette en forêt de plantes comestibles et médicinales;
- Activités de survie en forêt;
- Séjours en canot sur le territoire ancestral de la communauté de Long Point First Nation sur les traces de l'histoire;
- Forfaits de canot-camping avec contes et légendes;
- Coucher en tipi.

► PLAISIRS D'HIVER

Séjours multiactivités en nature.



Développement et innovation

- Centre de ski de fond (pistes pour le pas de patin et classique) et de Fatbike équipé d'un magnifique chalet d'accueil en charpente de bois et de refuges chauffés;
- Forfait en raquette à la découverte des splendeurs panoramiques du Témiscamingue nordique;
- Coucher en quinzy;
- Randonnée en kayak nordique à Notre-Dame-du-Nord;
- Randonnée en traineau à chien sur le chemin d'accès du parc national d'Opémican jusqu'aux falaises du lac Témiscamingue avec coucher en tentes prospecteurs;

- Sites d'escalade de glace avec hébergement en tente en toile ronde munie d'un poêle à bois;
- Ski cerf-volant sur le lac Témiscamingue;
- Ski avec chiens attelés (canicross);
- Pêche sur glace en pourvoirie avec village de cabanes à pêche originales.



► MOTONEIGE

Séjours sur le réseau de sentiers fédérés en milieu naturel impliquant des formes variées d'hébergement touristique (hôtels, chalets et pourvoies), des refuges chauffés originaux sur les sentiers et des points de vue panoramiques sur le paysage.

2 NOS PRODUITS SPÉCIALISÉS & DE NICHE

► CHASSE ET PÊCHE

Séjours de chasse et de pêche spécialisés en pourvoirie. Séjours de pêche en canot et en kayak sur certains plans d'eau inaccessibles en bateau à moteur.



► EXPÉDITIONS D'AVENTURE

Séjours de longue durée, en autonomie ou guidés, impliquant la pratique d'une activité dominante d'aventure et de l'hébergement en milieu naturel isolé. Expédition qui propose une expérience d'immersion en nature profonde en donnant accès à des territoires inédits

- Parcours de canot d'eau douce avec ou sans portages;
- Parcours de canot d'eau vive avec descentes de rapides
- Parcours de kayak de mer avec ou sans portages;
- Parcours de cyclotourisme;
- Parcours de ski nordique.



Développement et innovation

- Sentier de longue randonnée (rando et vélo) traversant à travers bois et champs le territoire du Témiscamingue (pèlerinage);
- Parcours de canot-camping et de kayak-camping de plusieurs jours dans les zecs;
- Traversées en ski nordique du lac Kipawa (de Kebaowek à Laniel) et du lac Témiscamingue (de Témiskaming Shores ou de Ville-Marie à Témiscaming) avec coucher en tente ou en cabanes à pêche sur les eaux gelées.

► TOURNÉE DES SITES D'ESCALADE

Séjour de longue durée à la découverte des nombreux sites d'escalade aménagés et fédérés du Témiscamingue et de l'Abitibi accompagné d'un guide certifié ou en autonomie.



3 NOS PRODUITS COMPLÉMENTAIRES

Activités de soutien comportant une plus-value pour la construction de l'expérience nature.

Les options de séjours et choix d'activités se diversifient plus que jamais. Une série d'activités complémentaires aux produits d'appel viennent agrémenter et diversifier l'expérience lors d'un séjour en nature. Ces produits représentent un fort potentiel d'attractivité et contribuent à prolonger les séjours des visiteurs. Ils représentent un complément une fois que le voyageur est sur place ou sont compris dans un voyage lorsqu'ils entrent dans la composition d'un forfait.

▶ ACTIVITÉS D'APPRENTISSAGE

Activités d'observation de la faune et d'interprétation de la nature, encadrées par un guide, par des panneaux d'interprétation ou par une application dans un site aménagé ou en milieu naturel.

Fort de sa faune et de sa flore, le Témiscamingue travaille à assurer la préservation en partageant son patrimoine avec les visiteurs.

Développement et innovation

- Excursions écotouristiques;
- Activités d'interprétation des plantes médicinales et comestibles;
- Forfaits d'observation de la nature;
- Ateliers et séjours de survie en forêt et Sans Traces;
- Géoparc;
- Exploration de la galerie de dérivation Chemon (galerie courbée de 2,5 mètres de hauteur par 2,5 mètres de largeur creusée dans le roc dans le flanc de la montagne sur une distance d'environ 400 mètres où il faut franchir plusieurs mètres avant d'apercevoir la lumière au bout du tunnel);
- Activités de découverte à la ferme permettant aux agriculteurs de présenter leur savoir-faire et leur mode de vie aux visiteurs.



▶ ACTIVITÉS D'AVENTURE DOUCE

Activités généralement de courte durée, guidées ou autoguidées, pratiquées en nature dans un milieu aménagé ou en milieu naturel.

- Sorties en surf à pagaie, en kayak de mer, etc.;
- Randonnées à cheval en forêt dans des sentiers aménagés.



▶ ACTIVITÉS D'ADRÉNALINE

Activités intenses généralement de courte durée qui procurent des sensations fortes. Souvent pratiquées chez des producteurs d'aventure, dans des sites aménagés, ces activités nécessitent des mesures importantes de sécurité. Ces aventures remplies d'adrénaline cherchent à stresser le corps positivement afin qu'il relâche de l'endorphine, de la sérotonine et de la dopamine pour qu'il atteigne ensuite un certain niveau d'euphorie.



Développement et innovation

- Rafting, kayak de rivière et luge d'eau dans les rapides de la rivière Kipawa;
- Zipline dans les anciennes conduites forcées de la ville de Témiscaming;
- Tyrolienne à Témiscaming ou à Duhamel-Ouest à proximité du site La Bannik;
- Via ferrata au-dessus de l'eau sur une section des parois rocheuses du lac Témiscamingue (parc national d'Opémican);
- Parois aménagées pour la pratique de l'escalade aquatique (psicobloc) - escalade qui se pratique au-dessus de l'eau (paroi verticale et eau profonde);
- Escalade guidée sur les parois du lac Témiscamingue à partir d'une plate-forme flottante mobile;
- Descente en rappel (nécessite un 30 mètres minimum);
- Aménagement de sentiers de Fatbike;
- Cours de cerf-volant de puissance;
- Aménagement de slacklines;
- Vague à surf éternelle aménagée dans un cours d'eau aux conditions gagnantes;
- Organisation de courses à obstacle et à thème (choco-course);



▶ ACTIVITÉS DE DÉTENTE ET DE MIEUX-ÊTRE

Activités valorisant le mieux-être avec des séances de relaxation, des conseils de bien-être et/ou des conseils en alimentation.

Les offres jumelant des activités d'aventure et de la détente ont la cote. L'état post-adrénaline combiné à un soin tel qu'un massage, un bain thermal, une séance de yoga ou un atelier de méditation procure de puissants effets de relaxation pour le cerveau et le corps humain.

Les entreprises professionnelles en tourisme d'aventure du Témiscamingue ont avantage à intégrer des composantes de bien-être dans leur offre forfaitaire et/ou à s'associer à des centres de spas et détente pour l'offre d'expériences inusitées.

Développement et innovation (voir Annexe 1)

- Centre spa et détente : (bains nordiques extérieurs chauds et froids, saunas secs et espaces de détente, massages et soins corporels (sur le site de La Bannik, développement d'un Spa nordique dans la ville de Témiscaming);
- Espaces dédiés à la forme en plein air dans les lieux urbains;
- Spa et sauna adjacents à un hébergement insolite;
- Installation de mobiliers de détente dans les marinas et les réseaux de sentiers;
- Séances de yoga et de méditation en plein air;
- Séances de yoga sur SUP – Stand Up Paddle;
- Activités d'observation - cérémonies du crépuscule.

► VISITES ANIMÉES HISTORIQUES ET CULTURELES

Activités de découverte de l'histoire locale encadrées par un guide, par des panneaux d'interprétation ou par une application dans un site aménagé.

Le Témiscamingue a toujours été un lieu de rencontres et d'échanges. L'histoire y est riche!

Développement et innovation

- Miser sur le vélo pour la découverte du patrimoine.

► AGROTOURISME ET EXPÉRIENCES GOURMANDES

Activités de découverte du savoir-faire agricole témiscamien et des spécialités culinaires découlant de l'agriculture réalisées la ferme ou durant la foire gourmande de l'Abiti-bi-Témiscamingue et du Nord-Est ontarien.

Au détour des forêts, des routes champêtres et des lacs du Témiscamingue, se trouvent des agros-transformateurs inspirés par leur environnement, qui créent pour le plaisir de partager les saveurs du terroir. Les expériences gourmandes font parties de la culture du Témiscamingue et contribuent à créer l'identité régionale. Ils ont un fort potentiel d'attractivité.

Développement et innovation

- Activités sur les plantes médicinales et consommables et sur les champignons avec dégustation de la récolte;
- Circuits vélo-saveurs et évasion gourmande à vélo;
- Dans l'application Accès Plein Air collé à chaque picto de ferme sur les circuits cyclables, affichage d'un cercle de couleur indiquant l'ouverture actuelle ou non des fermes aux visiteurs et un lien permettant le visionnement d'une vidéo qui présente chaque sympathique producteur agricole et sa famille, son savoir-faire et sa production;
- Expérience en acériculture (journée participative à la fabrication du sirop d'érable).
- Séjour à la ferme;
- Auto-cueillette récréative.

► MODE DE VIE LOCAL

Bain de joie de vivre témiscamienne et culture locale lors d'activités et festivals impliquant la population locale et des experts de la vie locale permettant des échanges entre les résidents et les touristes.



4 NOS SERVICES ESSENTIELS

Services en marge du tourisme d'aventure et de nature qui assurent l'accessibilité d'un produit ce qui va de pair avec son attractivité.

► HÉBERGEMENT EXPÉRIENTIEL EN NATURE

Lieux d'hébergement original permettant de vivre une expérience nature originale conjuguant confort et design.

Développement et innovation

- Hôtel-musée;
- Hôtel sur l'eau, cabines flottantes, tipi sur pilotis;
- « Pump house » de Témiscaming transformé en hôtel au design moderne et industriel;
- Chalet vitré permettant aux clients de prolonger leur expérience de la nature jusqu'à l'intérieur de leur hébergement;
- Chalet avec mur en miroir permettant une intégration des plus discrètes dans le décor nature;
- Roulottes modifiées en suite de luxe offrant confort et style;
- Nuitée à la ferme;
- Nuitée en voilier.

► GASTRONOMIE ET TOURISME CULINAIRE

Restaurants offrant des repas à saveur régionale.

Tout en pratiquant leur activité préférée, les voyageurs peuvent profiter de repas savoureux tout en rencontrant les maîtres d'œuvre de la gastronomie locale pour une expérience savoureuse.

Développement et innovation

- Sacs saveurs et boîtes gastronomiques prêt-à-manger pour randonnées et expéditions, élaborées avec passion autour de produits du terroir par un ou une chef de la scène locale (emballage et accessoires éco-responsables) avec un mot du chef pour chaque repas;
- Offre d'un service de chef à domicile lors d'une location d'un chalet ou d'un hébergement insolite;
- Circuit gourmand nautique sur le lac Témiscamingue à la découverte des bonnes tables de Notre-Dame-du-Nord, de Témiskaming Shores, de Ville-Marie, de Duhamel-Ouest et de Témiscaming;
- Circuit motoneige et fondu en pourvoirie;
- Repas gastronomiques servis au grand air à la campagne, dans des champs aux panoramas grandioses (espace pop-up, lieux éphémères mobiles qui s'établissent là où le vent les porte);
- Repas-saveurs à la cabane à sucre.

► TRANSPORT DE BAGAGES

Service de transport des bagages d'un site d'hébergement à un autre ou à un lieu précis.

- Pour les cyclistes autonomes;
- Pour les randonneurs autonomes;
- Pour les producteurs d'aventure.

► NAVETTES AUX POINTS DE DÉPART ET DU POINT D'ARRIVÉE

Service de transport des visiteurs et/ou de leur voiture au point de départ d'une expédition, au point de sortie ou du point de sortie à un lieu précis.

- Pour les canoteurs et les kayakistes autonomes;
- Pour les cyclistes autonomes;
- Pour les producteurs d'aventure.

► LOCATION D'ÉQUIPEMENT TECHNIQUE DE QUALITÉ

Service de location d'équipements techniques en plein air de haute qualité.

► ATELIERS ET BOUTIQUES SPÉCIALISÉS

- Services de mise au point et de réparation d'équipements de plein air;
- Boutiques de vente d'équipement technique en plein air.



NOS PÔLES TOURISTIQUES DE DESTINATION

Organisation de circuits et d'activités autour de trois espaces productifs (zone de concentration d'activités sur lesquelles s'appuyer) en mettant les visiteurs en contact avec la terre et l'eau tout en leur faisant vivre des expériences hors du commun.



Développement de l'expérience nautique pagayable ancrée autour du parc national d'Opémican et des quatre zecs.

Valorisation de l'immersion en nature profonde donnant accès à des territoires inédits.

ESPACE SPATIALE

Centre névralgique : Laniel

Territoire couvert : lac Kipawa, rivière Kipawa, lac Témiscamingue (section du parc national d'Opémican), zec Kipawa, zec restigo, zec Maganasipi et zec Dumoine

TYPES D'ACTIVITÉS

Activités primaires

- Canot d'eau douce
- Kayak de mer
- Canot et kayak camping

Activités secondaires

- Planche à pagaie
- Kayak de rivière
- Rafting
- Canot d'eau vive

ATOUTS

- Lacs et rivières à l'eau claire;
- Centaine de baies isolées et d'îles idylliques;
- Plages de sable;
- Chutes et rapides spectaculaires;
- Communauté anicinabe Kebaowek sur la rive du lac Kipawa;
- Sentiers pédestres du Parc national d'Opémican;
- Pourvoires;

- Campings aménagés, rustiques et sauvages en grand nombre;
- Prêts-à-camper Étoile du parc national d'Opémican sur les falaises du lac Témiscamingue ;
- Baie du canal et nombreuses falaises;
- Bain-tourbillon naturel (zec Kipawa);
- Ancienne église de la communauté d'Eagle Village à Hunter's Point.

FACTEURS DE RÉUSSITE POUR ATTIRER LES ADEPTES DE LA PAGAIE

- Améliorer l'accès au territoire (chemin forestier des zecs, entretien des portages, nettoyage des campings sauvages et aménagement d'un système de toilette);
- Campagne de sensibilisation pour une nature propre.

MENACES

- Déchets laissés dans la nature sur les sites d'accès, de camping, sur les rives et dans les portages.





Développement et innovation

Circuits et forfaits :

- De pagaie et de faune – randonnée d'observation faunique;
- Circuit de canot à l'ombre des falaises;
- Séance de yoga sur planche à pagaie près d'une plage;
- Circuit de randonnées et excursions en planche à pagaie;
- Luge d'eau dans les rapides;
- Plongée sous-marine ou en apnée au lac Kipawa.

Infrastructures :

- Bâtir ou restaurer des infrastructures de villégiature (diversification d'une pourvoirie, écolodge, glamping);
- Système de canot partage « Prenez, Payez, Rapportez » avec stations munies de bornes transactionnelles localisées à des endroits stratégiques sur le réseau payable (le retour des canots s'effectue à n'importe laquelle des stations) – système à élaborer en collaboration avec abitibi&co et l'UQAT;
- Munir les sites de camping sauvage répertoriés de tables de pique-nique, d'un système de toilette sèche, et de rond de feu sécuritaire;
- Restaurer le pont qui mène au bain-tourbillon naturel sur le portage entre les lacs Du Bouleau et Pommeroy (site mythique populaire et fréquenté par les canoteurs et les camps de vacances de l'Ontario);
- Équiper les vélos en location de lumières arrière et avant clignotantes pour une meilleure visibilité;
- Aménager des parois pour la pratique de l'escalade aquatique (forme d'escalade qui se pratique -u dessus de l'eau).

Concours :

- **Concept :** Inviter les payeurs à trouver un des 5 modèles réduits de canots abitibi&co cachés en forêt le long des parcours payables, un canot trouvé équivaut à une chance de gagner le tirage au sort à la fin de la saison;

Prix : un canot abitibi&co;

Le fait de pouvoir gagner un canot neuf constitue un incitatif de prestige pour attirer les adeptes de nature à venir payer le territoire;

Objectif : créer un engouement et inciter les visiteurs à s'élancer à la découverte des nombreux parcours payables du Témiscamingue.

Économie collaboration :

- Propriétaire riverain avec pancarte « Bienvenue aux payeurs » donnant accès à des toilettes, à de l'eau potable et à un contact avec les résidents, experts de la vie locale.



Le tourisme à vélo est un créneau en plein essor pour de nombreuses destinations. Cette forme de tourisme est de plus en plus lucrative et gagne en popularité en Amérique du Nord et à travers le monde.

- Développement de l'expérience vélo de village en village au cœur des décors champêtres du Témiscamingue;
- Valoriser la découverte des routes pittoresques et panoramiques du territoire, des sites patrimoniaux, culturels et agrotouristiques par le vélo.

Tout en misant sur la qualité du réseau cyclable et de ses paysages, l'expérience passe également par l'appréciation des infrastructures, des services et des attraits le long des circuits.

ESPACE SPATIALE

Centre névralgique : Ville-Marie

Territoire couvert : Duhamel-Ouest, Béarn, Ville-Marie, Lorrainville, Saint-Bruno-de-Guigues, Saint-Eugène de Guigues, Notre-Dame-du-Nord, Guérin, Remigny, Angliers, Laverlochère, Fugèreville, Latulipe, Moffet, Laforce, Belle-terre.

ATOUS

- Traverse de nombreuses communautés réparties à tous les 10 ou 15 kilomètres;
- Traverse de la communauté anicinabe Temiscaming First Nation;
- Présence de collines et de campagnes champêtres;
- Présence de la route des centrales;
- Sentiers de vélo de montagne (Pointe-aux-Roches);
- Plusieurs sentiers pédestres sur les circuits;
- Plusieurs sites historiques et d'interprétation de la nature sur les circuits;
- Plusieurs fermes et quelques sites agrotouristiques.

TYPES DE SURFACE

- Route à forte circulation avec large accotement cyclable
- Route à faible circulation sans accotement cyclable
- Cyclo-voie de poussière de pierre (la ligne du Mocassin)
- Cyclo-voie asphaltée (à développer)

FACTEURS DE RÉUSSITE POUR ATTIRER LES CYCLOTOURISTES

- Travailler l'aménagement du réseau et l'interconnexion des voies cyclables;
- Assurer la qualité des pistes et voies cyclables;
- Développement de voies cyclables dédiées;
- Développement d'infrastructures originales d'hébergement et de restauration (cuisine régionale) à proximité des circuits;
- Offre de services de location d'équipements et de transport des bagages.



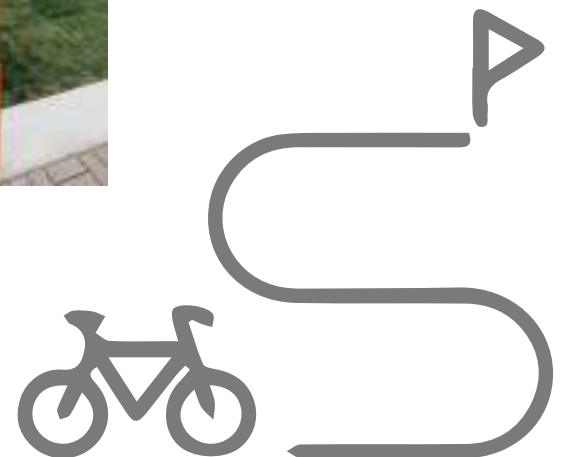
Développement et innovation : Forfaits et circuits

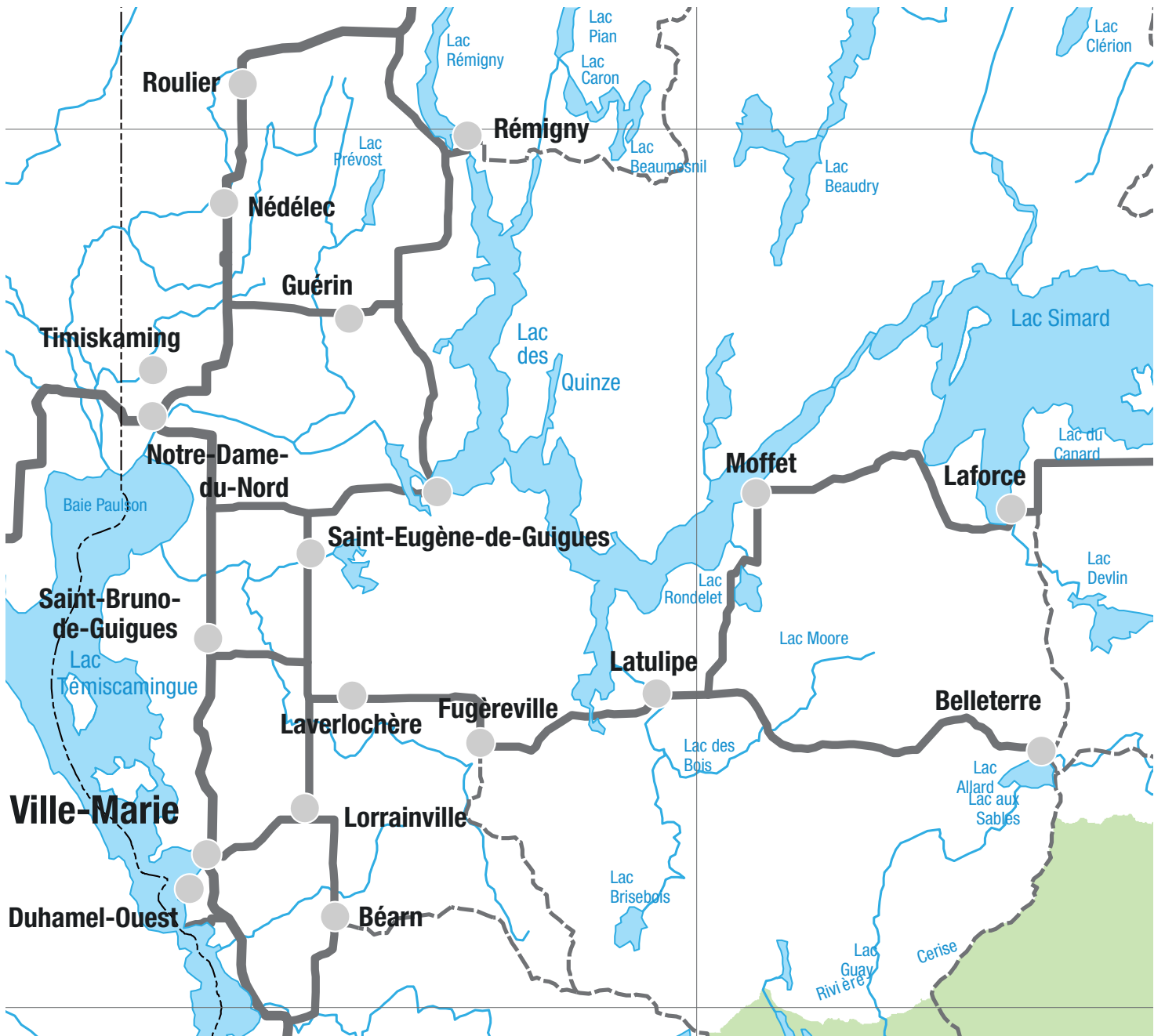
- Offrir des itinéraires autoguidés sur Accès Plein Air (site web et application) variant en durée et en niveaux de difficulté avec points de services, points d'intérêts et attraits;
- Dans l'application Accès Plein Air, collé à chaque picto de ferme sur les circuits cyclables, afficher un cercle de couleur indiquant l'ouverture actuelle ou non des fermes aux visiteurs et un lien permettant le visionnement d'une vidéo qui présente chaque sympathique producteur agricole et sa famille, son savoir-faire et sa production;
- Développer des circuits expérientiels thématiques : circuit panoramique, circuit historique, circuit gastronomique, etc.;
- Développer un circuit 6 jours à commercialiser auprès des agences spécialisées (vélo Québec, tours opérateurs spécialisés) et à proposer aux clubs cyclistes des provinces du Québec et de l'Ontario;
- Développer un forfait de canot pagayant de pourvoirie en pourvoirie sur le lac Kipawa avec repas de poisson frais et rencontre des pourvoyeurs.

Infrastructure

- Location de vélos : Vélo de cyclotourisme et vélo avec assistance électrique (silencieux et écologique) offrant le niveau d'assistance désiré;
- Système de vélopartage « Prenez, roulez, rapportez » avec stations munies de bornes transactionnelles positionnées à des endroits stratégiques sur le réseau cyclable (retour des vélos à n'importe laquelle des stations);
- Bornes de réparation de vélos et bornes de recharge pour vélos électriques;
- Installation d'une dizaine de veilles roulottes modifiées en suites de luxe offrant confort et style pour les cyclistes et les randonneurs dans les campings aménagés par les municipalités où il y a un manque d'infrastructure d'hébergement (à Angliers dans le parc près des rapides, à Rémigny à l'arrière de l'aréna, à Lorainville, dans le camping routier, etc.) ou sur un site privé (ferme). Service de déplacement des roulottes pour répondre à la demande.

- Circuit vélo-camping et vélo-glamping
- Location d'équipement de camping (tentes, matelas de sol, sacs de couchage) dans les dépanneurs des petites municipalités et ouverture des portes des vestiaires des gymnases des écoles des municipalités pour l'accès aux douches en soirée à une heure précise;
- Aménagement de stationnements à vélo sécurisés devant les lieux de services et les sites touristiques dans les municipalités;
- Service de transport des bagages d'un lieu d'hébergement à un autre;
- Aires d'arrêt aménagées avec tables de pique-nique couvertes et installation de détente;
- Maison avec pancarte « Bienvenue cyclotouriste » donnant accès à des toilettes, à de l'eau potable et à un contact avec les locaux (maisons géolocalisées dans l'application Accès Plein Air);
- Tronçon de la route verte de Béarn à Témiscaming et de Témiscaming à Kebaowek permettant la réalisation d'une voie cyclable TransTémiscamienne.







Animation des grands plans d'eau

ESPACE SPATIALE

Centre névralgique : Ville-Marie

Territoire couvert : Lac Témiscamingue (Notre-Dames-du-Nord, Temiskaming Shores, Ville-Marie, Camping municipal de Guigues, La Bannik-Fort-Témiscamingue, Pointe Opémican, Témiscaming), lac des Quinze et lac Kipawa

ACTIVITÉS

- Voilier
- Bateau (moteur 4 temps ou électrique)
- Ponton (moteur 4 temps ou électrique)
- Croisières



ATOUPS

- Marina de Notre-Dame-du-Nord
- Restaurants et hébergements à Notre-Dame-du-Nord
- Fossilarium de Notre-Dame-du-Nord
- Marina de Temiskaming Shores
- Plage et glissade d'eau de la marina de Temiskaming Shores (Ontario)
- Sites touristiques à proximité du plan d'eau à Temiskaming Shores (Ontario)
- Devils' Rock (Ontario)
- Restaurants et hébergements de Temiskaming Shores (Ontario)
- Fossiles à l'île Mann
- Roches volcaniques de l'île du Collège
- Plage de galets de l'île du Collège
- Marina de Ville-Marie
- Restaurants et hébergements de Ville-Marie
- Sites culturels de Ville-Marie
- Lieu historique national du Fort-Témiscamingue
- Restaurants et hébergements de La Bannik
- Plage de La Bannik
- Sentiers de randonnée pédestre de La Bannik avec points de vue spectaculaires sur le lac Témiscamingue
- Rapides Hollywood de la rivière Kipawa;
- Sentiers de randonnée pédestre du parc national d'Opémican, secteur Laniel
- Rapide Hollywood du Parc national d'Opémican
- Falaise du Parc national d'Opémican
- Chute de la baie McLaren's (Ontario)
- Pointe Opémican du parc national d'Opémican (lieu historique avec centre d'interprétation, plage, camping et sentiers pédestres)

- Marina de Témiscaming
- Restaurants et hébergements à Témiscaming
- Boutique Algonquin Canoe Compagny

FACTEURS DE RÉUSSITE POUR ATTIRER LES PLAISANCIERS

- Aménagement de services dans les marinas (essences, quais-stationnements, aires de pique-nique et de détente, etc.)
- Qualité de l'eau
- Infrastructures d'hébergement et de restauration de qualité dans les municipalités riveraines

Développement et innovation :

Forfaits et circuits :

- Forfait croisière en voilier ou en ponton à la découverte des parois rocheuses et de l'histoire du lac Témiscamingue;
- Circuits culinaires nautiques sur le lac Témiscamingue à la découverte des bonnes tables branchées de Notre-Dame-du-Nord, de Témiscaming Shore, de Ville-Marie, de Duhamel-Ouest et de Témiscaming;
- Zodiac et nage dans la baie du canal du lac Kipawa avec diner et légende sur l'île au bout du canal.

Activités et d'aménagements novateurs à proximité des plans d'eau :

- Tyrolienne et zipline dans les anciennes conduites forcées de la ville de Témiscaming;
- Plage ou piscine flottante aménagée dans la baie des pères;
- Séance de massage en plein air devant le lac Témiscamingue.

Infrastructures :

- Hôtel sur l'eau dans la baie des pères;
- Nuitées en cabines flottantes à Notre-Dame-du-Nord et Témiscaming;
- Marina avec multiples quais et service d'essences à Témiscaming;
- École de voiles;
- Application avec itinéraires motorisés autoguidés sur le lac Témiscamingue, le lac Kipawa et le lac des Quinze (tracés, points de services et points d'intérêts et attraits).

Économie collaboration :

- Nuitées dans un voilier d'un particulier offertes à partir d'une plate-forme collaborative de type UberBoat ou Airbnb;
- Sorties en bateau ou en voilier avec un capitaine privé offertes à partir d'une plate-forme collaborative de type UberBoat ou Airbnb (communication avec le capitaine par son téléphone intelligent).





MISE EN OEUVRE

Animer, mobiliser et structurer l'industrie du tourisme d'aventure, de nature et de l'écotourisme afin de maximiser les retombées économiques des séjours des visiteurs.

NOTRE VISION ÉCLAIRANTE 2025

Fort d'un milieu riche et diversifié à grande valeur environnementale, le Témiscamingue est une destination originale et incontournable reconnue pour ses grands espaces, se distinguant par son offre de produits novateurs multi-activités et multi-saisons alliant aventure, nature et culture et s'appuyant sur des entreprises innovantes et des circuits accessibles offrant des expériences authentiques, sécuritaires, responsables face à l'environnement et économes de son espace et de son énergie.

En raison de sa qualité, de sa variété et de sa promotion distinctive, l'offre touristique du Témiscamingue jouit d'une notoriété enviable sur ses marchés sources.

NOTRE MISSION STRUCTURANTE

Faire du tourisme d'aventure, de nature et de l'écotourisme au Témiscamingue un levier important de création de richesses dans un contexte de développement durable.

Faire du Témiscamingue la plaque tournante de l'expérience aventure-nature authentique en Abitibi-Témiscamingue et dans le Nord-Est ontarien.

NOS VALEURS MISES DE L'AVANT QUI FONDENT L'ACTION DU TERRITOIRE

- Synergie des acteurs et solidarité entre ceux-ci;
- Harmonisation de l'offre;
- Développement écoresponsable;
- Innovation concertée;
- Performance (visée à long terme).

NOS OBJECTIFS STRATÉGIQUES DE DÉVELOPPEMENT DE LA PLAQUE TOURNANTE AVENTURE-NATURE

- Positionner le tourisme au Témiscamingue comme secteur économique majeur;
- Développer la destination touristique en tenant compte de la capacité d'accueil du territoire en prenant en considération l'usage rationnel du territoire, la conservation et la préservation des espaces naturels et de la culture et prioriser des bénéfices économiques à long terme;
- Créer un environnement d'affaires propice aux investissements privés et à l'innovation;
- Renforcer l'offre touristique en matière d'expériences innovantes, attractives, sécuritaires et responsables face à l'environnement qui répondent aux choix des consommateurs;
- Renouveler les stratégies d'accueil et de promotion de manière à favoriser une meilleure cohésion des interventions sur les marchés;
- Supporter et assumer le projet du côté des élus, des acteurs socio-économiques, des intervenants et de la population;
- Tenir un discours cohérent incluant la rentabilité et une vision mobilisatrice;
- Saisir la fenêtre d'opportunité : tout est à faire dans un marché à forte croissance;
- Comprendre le bénéfice du rayonnement de la destination pour le développement du Témiscamingue et ses zones périphériques (Nord-Est ontarien, Abitibi) ;
- Développer une culture touristique, se donner de l'envergure et croire en son potentiel;
- Poursuivre le développement de partenariats intersectoriels et accroître la concertation au sein de l'industrie touristique;
- Apprendre à persévérer et être patient autant du côté des promoteurs d'aventure que des bailleurs de fonds;
- Inclure les concepts de sécurité, de développement durable et responsable et quantifier sa valeur;
- Faire du Témiscamingue un lieu à haute valeur environnementale;
- Avoir en tête de laisser un héritage aux générations qui assureront la relève.

PLAN D'ACTION

AXES D'INTERVENTION



AXE 1 ORGANISER LE SECTEUR AVENTURE-NATURE

1.1 DÉVELOPPER UNE VISION CLAIRE ET PARTAGÉE

▶▶ ACTION 1.1.1 :

Faire consensus sur l'énoncé de vision.

▶ Responsables : Beside
Membres du comité de suivi

▶ Échéancier : Hiver 2019

▶ Indicateur de performance :

- Énoncé de vision faisant consensus

1.2 METTRE EN PLACE UNE STRUCTURE D'ACCOMPAGNEMENT

▶▶ ACTION 1.2.1

Reconfirmer la SDT dans son rôle d'entité responsable du développement et de la promotion du secteur touristique.

▶ Responsable : MRCT

▶ Échéancier : Automne 2018

▶ Indicateurs de performance :

- Entente signée et financement accordé

▶▶ ACTION 1.2.2

Recruter une ressource responsable pour coordonner la mise en œuvre du plan opérationnel, du développement et de la promotion du secteur touristique au Témiscamingue.

▶ Responsable : SDT

▶ Échéancier : Automne 2018

▶ Indicateur de performance :

- Ressource engagée

▶▶ ACTION 1.2.3 :

Identifier les partenaires potentiels en mesure de contribuer financièrement et/ou techniquement à la mise en œuvre du plan et attacher le financement.

▶ Responsable : SDT

▶ Échéancier : Automne 2018 et hiver 2019

▶ Indicateurs de performance :

- Entente signée et financement accordé

▶▶ ACTION 1.2.4

Confirmer les organisations dans leur rôle de responsables et/ou de partenaires pour chacune des actions du plan d'action.

▶ Responsable : SDT

▶ Échéancier : Automne 2018 et hiver 2019

▶ Indicateur de performance :

- Responsables et partenaires confirmés

▶▶ ACTION 1.2.5

Mettre en place des systèmes financiers (budget, procédures).

▶ Responsable : SDT

▶ Échéancier : Hiver 2019

▶ Indicateurs de performance :

- Budget et procédures élaborés

▶▶ ACTION 1.2.6

Mettre en place un comité de suivi de la mise en oeuvre du plan d'action.

▶ Responsable : SDT

▶ Échéancier : Automne 2018 et hiver 2019

▶ Indicateur de performance :

- Mise en place du comité de suivi

▶▶ ACTION 1.2.7

Développer une politique et des techniques d'aménagement touristiques qui permettent un contrôle et un encadrement des projets touristiques selon des principes de développement durable.

- Analyser les méthodes d'aménagement touristique;
- Connaître l'ensemble des initiatives de développement des produits et des services touristiques;
- Anticiper les changements de comportements des acteurs touristiques et des visiteurs pour maintenir l'équilibre;
- Contrôler la qualité des services;
- Exercer une gestion responsable des lieux à forte pression touristique (lac Kipawa, lac Sairs, parc national d'Opémican, Marina de Ville-Marie);
- Documenter le schéma d'aménagement de la MRC de Témiscamingue pour les lieux de pratique.

▶ Responsables : SDT, MRCT, municipalités

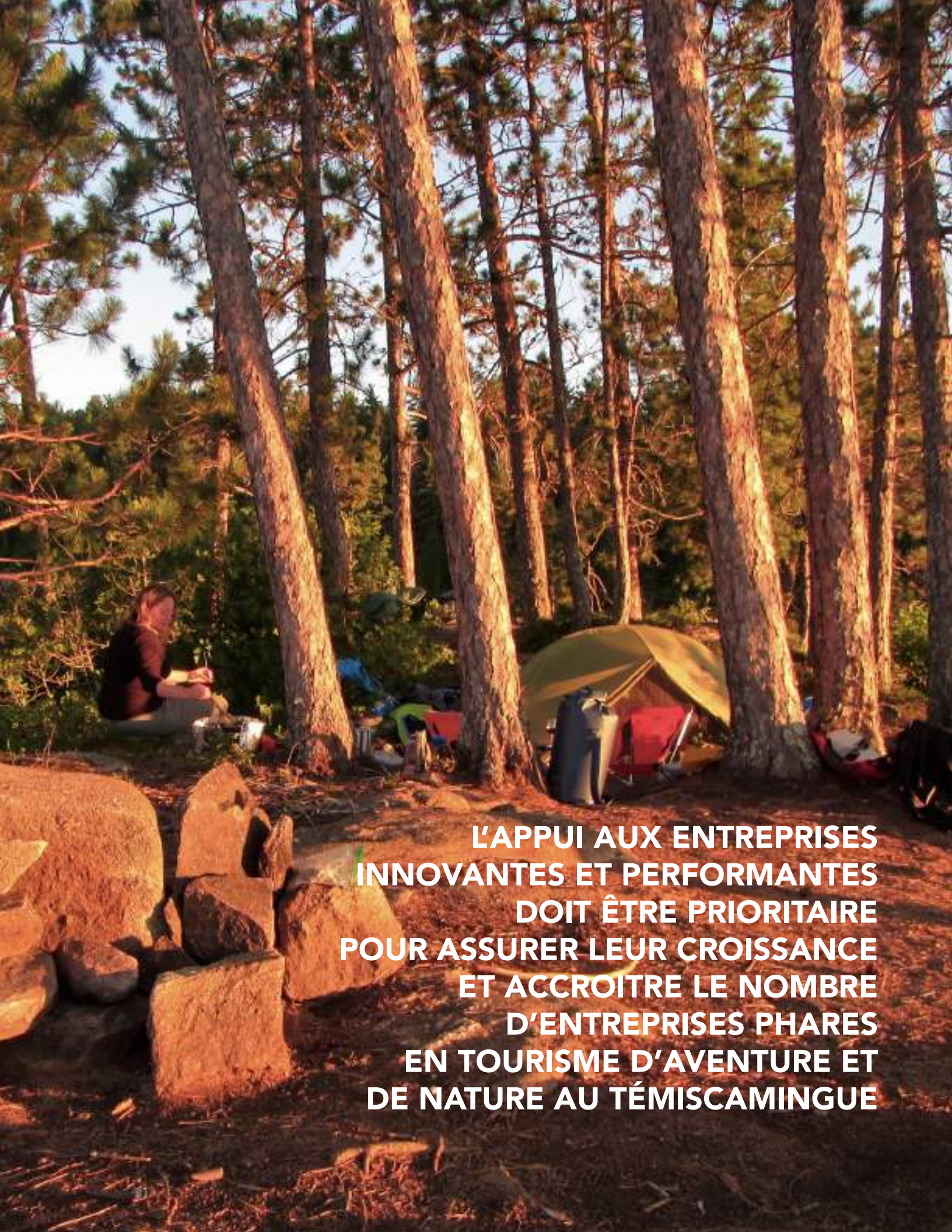
▶ Partenaires : Sépaq, TAT

▶ Échéancier : Automne 2018 et hiver 2019

▶ Indicateurs de performance :

- Politique et techniques d'aménagement élaborées





**L'APPUI AUX ENTREPRISES
INNOVANTES ET PERFORMANTES
DOIT ÊTRE PRIORITAIRE
POUR ASSURER LEUR CROISSANCE
ET ACCROITRE LE NOMBRE
D'ENTREPRISES PHARES
EN TOURISME D'AVENTURE ET
DE NATURE AU TÉMISCAMINGUE**

AXE 2

CONSTRUIRE UN TISSU D'ENTREPRISES PERFORMANTES ET STIMULER L'INNOVATION

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Stimuler les investissements privés et améliorer l'environnement d'affaires afin de favoriser la mise sur pied de producteurs d'aventure;
- Stimuler la capacité d'innover, la productivité et la compétitivité des entreprises
- Développer une industrie unie et performante;
- Maintenir et développer la concertation territoriale et régionale afin d'assurer la cohésion des intervenants et la cohérence des actions;
- Acquérir une meilleure connaissance des besoins et des tendances des marchés et des clientèles cibles;
- Mettre à la disposition des investisseurs toute l'information nécessaire pour faciliter la prise de décisions;
- Enrichir le développement de l'offre grâce à l'acquisition et à l'intégration de connaissances stratégiques en appui à la prise de décisions;
- Assurer la concertation et le maillage entre les acteurs pour favoriser le réseautage et le développement de projets communs;
- Développer des entreprises compétitives grâce à la formation et au développement de la main d'œuvre;
- Développer des outils, des services, et des produits touristiques en misant sur la coopération étroite et la synergie des partenaires;
- Faire du Témiscamingue un lieu d'entraînement pour les étudiants des programmes de formation en tourisme plein air des institutions d'enseignement hors région afin d'amener des finissants à s'installer dans la région pour pratiquer leur métier.

2.1 FACILITER L'ACCÈS AU FINANCEMENT DES ENTREPRISES ET SUPPORTER LE DÉMARRAGE

▶▶ ACTION 2.1.1 :

Accroître la reconnaissance de l'impact du tourisme dans l'économie du Témiscamingue (faire connaître, valoriser et défendre) et construire une volonté politique envers le développement du secteur aventure-nature dans une perspective durable pour le territoire.

▶ Responsable : SDT

▶ Partenaire : TAT

▶ Échéancier : En continu à partir de l'automne 2018

▶ Indicateur de performance :

- Reconnaissance par les instances gouvernementales du tourisme d'aventure et de nature comme un secteur-clé de l'activité économique du Témiscamingue

▶▶ ACTION 2.1.2

Mettre en place et maintenir des leviers financiers destinés et adaptés à l'entrepreneuriat touristique du secteur aventure-nature du Témiscamingue et financer des projets novateurs qui répondent aux besoins touristiques en fonction des grandes tendances de consommation des clientèles ciblées tout en respectant les valeurs et les caractéristiques de la destination.

- Fonds d'aide au démarrage et à la croissance (opération courante) d'entreprises en tourisme d'aventure et de sites de villégiature;
- Fonds d'aide pour la consolidation et le développement de lieux de pratique.

▶ Responsables : MRCT, SDT

▶ Échéancier : En continu à partir de l'hiver 2019

▶ Indicateurs de performance :

- Disponibilités des fonds
- Distribution de l'aide financière

▶▶ ACTION 2.1.3

Sensibiliser les institutions financières pour faciliter l'accès au financement des entreprises en tourisme d'aventure et de nature.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaire : MRCT

- ▶ Échéancier : En continu à partir l'hiver 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Augmentation du nombre de prêts aux entrepreneurs en tourisme d'aventure et de nature

▶▶ ACTION 2.1.4

Faire connaître les outils de financement et accompagner les entreprises dans leur démarche de demandes de soutien financier

Outils de financement :

Programme d'appui au développement de projets touristiques (PADAT)

o Tourisme Québec;

Fonds Tourisme PME

o Tourisme Québec et Filaction;

Crédit d'impôt remboursable favorisant la modernisation de l'offre d'hébergement touristique

o Revenu Québec;

Entente de partenariat régional en tourisme (EPRT)

o Tourisme Abitibi-Témiscamingue et Tourisme Québec;

Programme d'appui au développement des attraits touristiques

o Investissement Québec;

Fonds Séduction en tourisme

o Société de développement du Témiscamingue

- Aide pour remplir adéquatement les formulaires, lettres de support.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : TAT, LSAT

- ▶ Échéancier : En continu à partir de l'automne 2018
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Diffusion de l'information sur les fonds et les programmes
 - Formulaires complétés et acheminés



▶▶ ACTION 2.1.5

Soutenir les entrepreneurs et les promoteurs ayant des projets d'affaires dans le secteur du tourisme d'aventure et de nature

Meilleure pratique d'affaires :

- Élaboration d'un plan d'affaires structuré;
- Implantation d'outils de gestion;
- Développement d'une offre de qualité;
- Implantation de processus et de procédures :
 - o Processus d'innovations vertes;
 - o Procédures de gestion de la sécurité;
- Développement d'une approche axée sur la qualité du service à la clientèle et la satisfaction de ses besoins;
- Aide à la résolution de problématiques;
- Évaluation des rendements des entreprises et des projets mis de l'avant;
- Accompagnement par un mentor;
- Formations;
- Modification des produits et ajustement des services;
- Accompagnement par l'AEQ pour les entreprises membres et par Tourisme Abitibi-Témiscamingue (dév. de l'offre plein air).

▶ Responsables : SDT, institutions d'enseignement

▶ Partenaires : AEQ, TAT, CQRHT

▶ Échéancier : En continu à partir de l'automne 2018

▶ Indicateurs de performance :

- Nombre de projets soutenus
- Entrepreneurs et promoteurs performants

▶▶ ACTION 2.1.6

Prendre des engagements en matière de financement de la main-d'oeuvre touristique (salaires et formations).

▶ Responsable : Centre local d'emploi

▶ Partenaires : SDT, TAT, LSAT

▶ Échéancier :

▶ Indicateurs de performance :

- Financement de ressources humaines
- Financement de formations
- Main-d'œuvre motivée, compétente et innovante

▶▶ ACTION 2.1.7

Stimuler l'engagement des entreprises d'ailleurs qui opèrent au Témiscamingue à contribuer à l'économie locale pour la prospérité de l'ensemble de la collectivité.

- Achat local des denrées alimentaires, repas dans les restaurants, locations d'équipement sur le territoire, hébergements dans des sites aménagés, visites de sites touristiques, partenariat avec un producteur d'aventure du Témiscamingue, etc.

▶ Responsables : SDT, MRCT

▶ Partenaire : TAT

▶ Échéancier : En continu à partir de l'hiver 2019

▶ Indicateurs de performance :

- Augmentation de l'achat local et de l'achalandage des sites et services touristiques



▶▶ ACTION 2.1.8

Réaliser un séjour exploratoire des modèles de coopératives en plein air (Coopérative Bellechasse/ Coopérative du bras du Nord/Maïkan Aventures).

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : MRCT, TAT

- ▶ Échéancier : Hiver 2018
- ▶ Indicateur de performance :
 - Séjour exploratoire réalisé

▶▶ ACTION 2.1.9

Constituer une coopérative de solidarité en plein air

- Se référer à la section «La constitution d'une coopérative de solidarité en plein air, étapes de démarrage» à la p. 68 du présent document.

- ▶ Responsable : SDT (Fonds Desjardins 100 000 \$)
- ▶ Partenaires : MRCT, TAT, Desjardins Caisse du Témiscamingue (CDR)

- ▶ Échéancier : Hiver, été et automne 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Coopérative constituée

2.2 ACCOMPAGNER ET CONCERTER LES PRODUCTEURS D'AVENTURE ET LES PROMOTEURS TOURISTIQUES POUR AUGMENTER LA COMPÉTITIVITÉ DES ENTREPRISES

▶▶ ACTION 2.2.1

Former et animer le cercle d'harmonisation touristique composé des leaders d'entreprises et d'organisations du secteur du tourisme d'aventure et de nature du Témiscamingue.

o Fréquence des rencontres : 2 par année.

- ▶ Responsable : SDT

- ▶ Échéancier : Automne 2018
- ▶ Indicateur de performance :
 - Mise en place du cercle d'harmonisation touristique

▶▶ ACTION 2.2.2

Mettre en place et animer un comité Innovation sous la forme d'un Living Lab pour stimuler l'éclosion de nouveaux projets et supporter le développement de produits afin de concrétiser des projets d'innovation.

- Organiser des exercices de cocréation et d'intégration du savoir pour identifier des idées de projets novateurs (soumettre des idées);
- Mettre en place des outils, des ressources et des experts pour transformer les idées en projets porteurs (outils, produits et services touristiques);
- Expérimenter dans de vrais environnements;
- Évaluer les résultats obtenus et s'ajuster.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : MRCT, TAT, Sépaq, communautés anicinabek, entrepreneurs touristiques, gestionnaires de sites de plein air, pourvoyeurs, clubs motoneige, restaurateurs, propriétaires de lieux d'hébergement

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Mise en place et opération du Living Lab Innovation
 - Nombre de nouveaux produits développés

▶▶ ACTION 2.2.3

Stimuler et mettre en relation des partenaires en favorisant les liens et les partenariats entre les entreprises pour le développement de projets.

- ▶ Responsable : SDT

- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de partenariats soutenus

▶▶ ACTION 2.2.4

Élaborer des sondages de besoins et de satisfactions auprès des pleinairistes et des entreprises.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : Entreprises et organismes touristiques, BIT
- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Taux de réponse
 - Nombre de sondages cumulés

▶▶ ACTION 2.2.5

Mettre en valeur l'apport économique et social de l'industrie touristique au Témiscamingue et célébrer les succès.

- Diffuser les bons coups (médiations sociaux, infolettre, médias régionaux etc.);
- Créer un prix de reconnaissance;
- Organiser et tenir un gala touristique.
- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : Médias régionaux
- ▶ Échéancier : En continu à partir de l'automne 2019
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Nombre de bons coups diffusés sur les réseaux sociaux
 - Gala tenu

2.3 DIFFUSER DES CONNAISSANCES STRATÉGIQUES AUX ENTREPRISES ET AUX PROMOTEURS

▶▶ ACTION 2.3.1

Planifier le processus de collecte d'informations.

- Définir les besoins;
- Définir les sources :
 - o ATTA;
 - o OMT;
 - o Réseau de veille en tourisme;
 - o TourismExpress;
 - o Aventure Écotourisme Québec;
 - o Associations touristiques sectorielles en plein air;
 - o Tourisme Abitibi-Témiscamingue;
 - o Observatoire de l'Abitibi-Témiscamingue.
- Définir les thématiques :
 - o Performance touristique (bilan, rapport annuel, perspective);
 - o Tendances;
 - o Concurrence;
 - o Marchés et clientèles;
 - o Produits et niches;
 - o Initiatives innovantes à l'échelle mondiale.

- ▶ Responsable : LSAT
- ▶ Partenaires : SDT, TAT
- ▶ Échéancier : En continu à partir de l'hiver 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de bulletin diffusé

▶▶ ACTION 2.3.2

Collecter et diffuser l'information stratégique selon le champ d'activité des entreprises.

- Info lettre électronique;
- Page Facebook;
- Envoi courriel, etc.

▶ Responsable : LSAT

▶ Partenaires : SDT, TAT

▶ Échéancier : En continu

▶ Indicateur de performance :

- Nombre de publications

▶▶ ACTION 2.3.3

Créer des ententes de collaboration et de partenariat avec des destinations reconnues pour le même type d'environnement que celle du Témiscamingue.

- Partage d'expertises, de connaissances et de pratiques d'affaires;
- Mise sur pied de projets collaboratifs en développement de produits :
 - o La région du Saguenay-Lac St-Jean;
 - o Le secteur de Temagami en Ontario;
 - o Une région dans les pays scandinaves.

▶ Responsable : SDT

▶ Partenaire : TAT

▶ Échéancier : Hiver 2020

▶ Indicateurs de performance :

- Nombre d'ententes de partenariat
- Nombre de projets collaboratifs

▶▶ ACTION 2.3.4

Participer aux congrès et aux colloques de l'industrie du tourisme d'aventure et de nature.

▶ Responsables : SDT, TAT, LSAT

▶ Échéancier : En continu

▶ Indicateur de performance :

- Nombre de participations

▶▶ ACTION 2.3.5

Organiser des conférences.

▶ Responsables : SDT, TAT, LSAT

▶ Échéancier : En continu

▶ Indicateur de performance :

- Nombre de conférences organisées

2.4 DÉVELOPPER DES COMPÉTENCES ET DES EMPLOIS EN PLEIN AIR**▶▶ ACTION 2.4.1**

Favoriser l'adhésion des entreprises oeuvrant en tourisme d'aventure et de nature du Témiscamingue à l'accréditation Qualité Sécurité d'Aventure Écotourisme Québec certifiant la conformité avec les plus hauts standards de sécurité et de qualité des professionnels de l'aventure et de l'écotourisme du Québec.

▶ Responsable : AEQ

▶ Partenaire : TAT

▶ Échéancier : En continu

▶ Indicateur de performance :

- Nombre d'entreprises accréditées

▶▶ ACTION 2.4.2

Encadrer les entreprises du secteur dès leur démarrage dans le développement d'une offre sécuritaire.

▶ Responsables : AEQ, TAT

▶ Échéancier : En continu

▶ Indicateur de performance :

- Nombre d'actes d'accompagnement

▶▶ ACTION 2.4.3

Évaluer les besoins et organiser des formations personnalisées destinées aux entrepreneurs et ressources humaines en tourisme d'aventure et de nature conséquemment avec le développement de l'offre.

- o Gestion des opérations, gestion des ressources humaines, formation technique, formation de secourisme en régions isolées, formation Sans Trace, etc.

▶ **Responsable** : SDT

▶ **Partenaires** : TAT, LSAT, institutions d'enseignement, ATS, Sirius, La Croix rouge

▶ **Échéancier** : En continu

▶ **Indicateurs de performance** :

- Nombre de formations organisées
- Nombre de ressources formées

▶▶ ACTION 2.4.4

Valoriser les carrières touristiques comme une clé du dynamisme économique du Témiscamingue.

▶ **Responsable** : CJET, Commission scolaire du Lac-Témiscamingue, Centre de formation du Frère-Moffet, Cégep de l'Abitibi-Témiscamingue

▶ **Échéancier** : En continu

▶ **Indicateur de performance** :

- Nombre de présentations

▶▶ ACTION 2.4.5

Stimuler la relève chez les jeunes par l'organisation de séjours exploratoires axés sur le développement de carrière en tourisme d'aventure et de nature.

▶ **Responsable** : CJET

▶ **Échéancier** : À partir de l'automne 2019

▶ **Indicateurs de performance** :

- Nombre de séjours exploratoires organisés
- Nombre de participants par séjour

▶▶ ACTION 2.4.6

Mettre en place et maintenir un programme de concentration en plein air au secondaire.

▶ **Responsable** : Commission scolaire du Témiscamingue

▶ **Partenaires** : Polyvalente la Forêt (Amos), LSAT

▶ **Échéancier** : Hiver 2019 (planification), automne 2019 (mise en oeuvre)

▶ **Indicateur de performance** :

- Programme de concentration en plein air offert

▶▶ ACTION 2.4.7

Mettre en place une attestation d'études collégiales (AEC) « Guides en tourisme d'aventure » et développer l'offre de programmes adaptés au secteur (formations spécialisées pour les guides et les accompagnateurs, formations aux gestionnaires d'entreprises en tourisme d'aventure et de nature).

▶ **Responsable** : Cégep de l'Abitibi-Témiscamingue

▶ **Partenaires** : TAT, LSAT

▶ **Échéancier** : En continu à partir de l'automne 2019

▶ **Indicateurs de performance** :

- Nombre de cohortes réalisées
- Nombres de ressources formées

▶▶ ACTION 2.4.8

Collaborer avec les institutions de formation de la province qui offrent des programmes dans le domaine du tourisme d'aventure au niveau collégial et au baccalauréat pour le développement de stages étudiants au Témiscamingue.

▶ **Responsable** : SDT

▶ **Partenaires** : TAT, Cégep de l'Abitibi-Témiscamingue

▶ **Échéancier** : Automne 2019

▶ **Indicateur de performance** :

- Nombre de stages réalisés au Témiscamingue

▶▶ ACTION 2.4.9

Évaluer des formules de maillage d'emplois misant sur la polycompétence.

▶ **Responsable** : SDT

▶ **Partenaires** : Cercle d'harmonisation en tourisme,
Centre local d'emploi

▶ **Échéancier** : Automne 2019

▶ **Indicateurs de performance** :

- Formules de maillage d'emploi identifiées
- Nombre de ressources occupants des emplois saisonniers complémentaires

▶▶ ACTION 2.4.10

Développer une banque de ressources humaines en plein air composée, notamment de guides et d'interprètes formés et disponibles pour des mandats sur appel.

▶ **Responsable** : TAT

▶ **Partenaire** : LSAT

▶ **Échéancier** : En continu

▶ **Indicateur de performance** :

- Nombre de ressources répertoriées



AXE 3

STRUCTURER L'OFFRE D'EXPÉRIENCES NOVATRICES MULTIACTIVITÉS

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Développer une offre touristique forte et intégrée qui répond aux besoins des clientèles cibles;
- Garantir aux visiteurs des expériences uniques, durables, de qualité constante, enrichissantes et sécuritaires;
- Propulser le développement d'expériences inoubliables et de produits attractifs de calibre mondial;
- Faire vivre aux voyageurs des expériences animées, dynamiques, authentiques et mémorables;
- Favoriser l'accès à des infrastructures et des territoires de qualité;
- Améliorer la qualité de l'expérience du visiteur en élargissant sa perspective du patrimoine culturel du Témiscamingue;
- Augmenter le volume de visites dans les différents sites;
- Améliorer la rétention des visiteurs sur le territoire.

3.1 DÉVELOPPER ET BONIFIER LES INFRASTRUCTURES DE PLEIN AIR

▶▶ ACTION 3.1.1

Structurer la mise en valeur des lieux de pratique :

- Répertoire l'ensemble des lieux de pratique;
- Identifier et répertorier les responsables de l'aménagement par lieux de pratique et les coordonnées de contacts;
- Définir et répertorier la valeur patrimoniale unique de chacun des lieux de pratique;
- Caractériser les lieux de pratique selon des indices de qualité (nature, infrastructures) et de touristicité afin de saisir leur caractère exportable d'un point de vue touristique.

▶ Responsable : SDT

▶ Partenaire : TAT

▶ Échéancier : Hiver 2019

▶ Indicateur de performance :

- Nombre de lieux répertoriés et documentés

▶▶ ACTION 3.1.2

Développer et consolider l'expérience cyclable en misant sur la qualité des services et des infrastructures, la concertation du milieu, le développement durable et les saines habitudes de vie

- Se référer à la section «Pôles de destination, pôle cyclable» à la p. 77 du présent document

- Sélection de circuits de vélo;
- Planifier le développement de nouvelles pistes cyclables en poussière de pierre et asphaltées séparées physiquement de la circulation routière entre les municipalités situées sur le pôle cyclable;
- Stimuler l'offre de visites de sites agroalimentaires situés à proximité des voies cyclables;
- Stimuler l'offre de services le long des circuits (hébergement, restauration, location d'équipement, service de transport des bagages).

▶ Responsables : Société d'aménagement et d'exploitation du parc linéaire du Témiscamingue (SAEPLT), TAT

▶ Partenaires : SDT, Municipalités, MRCT

▶ Échéancier : En continu à partir de l'Hiver 2019

▶ Indicateur de performance :

- Stimuler l'offre

▶▶ ACTION 3.1.3

Consolider et maintenir les réseaux de sentiers pédestres existants et majorer les vocations des sentiers en milieu naturel pour un usage multi-saisonnier.

- ▶ **Responsables** : Gestionnaires des lieux de pratique, coopérative plein air
- ▶ **Partenaires** : SDT, MRCT, TAT, LSAT

- ▶ **Échéancier** : En continu à partir du printemps 2019
- ▶ **Indicateurs de performance** :
 - Nombre de réseaux de sentiers consolidés
 - Nombre de réseaux de sentiers multi-saisonnier

▶▶ ACTION 3.1.4

Développer un réseau important de sentiers pour la randonnée pédestre et la raquette à proximité de la municipalité de Ville-Marie sur les collines de Duhamel-Ouest (vallée de la petite rivière) entre la route 101 et le lac Témiscamingue offrant des vues panoramiques sur le territoire.

- ▶ **Responsables** : Municipalité de Duhamel-Ouest, Coopérative plein air
- ▶ **Partenaires** : SDT, TAT, LSAT

- ▶ **Échéancier** : Printemps 2020
- ▶ **Indicateur de performance** :
 - Réseau de sentiers développé

▶▶ ACTION 3.1.5

Développer un sentier « TransTémiscamien » pour la longue randonnée pédestre et cyclable connecté à la ligne du Mocasine de Béarn à Témiscaming et de Témiscaming à Kebaowek.

- ▶ **Responsables** : Société d'aménagement et d'exploitation du parc linéaire du Témiscamingue (SAEPLT)
- ▶ **Partenaires** : SDT, MRCT, communautés anicinabek, municipalités, TAT, LSAT

- ▶ **Échéancier** : Planification et exécution à partir du printemps 2020
- ▶ **Indicateur de performance** :
 - Sentier développé

▶▶ ACTION 3.1.6

Développer des infrastructures originales d'hébergement de grand confort à des lieux stratégiques en milieu naturel à proximité des voies cyclables, des parcours pagayables et navigables qui surprennent par leur style audacieux, agençant modernité, art et mise en valeur du paysage.

- ▶ **Responsables** : Promoteurs privés, Coopérative plein air
- ▶ **Partenaires** : SDT, MRCT, municipalités, institutions financières, TAT

- ▶ **Échéancier** : À partir de l'hiver 2019
- ▶ **Indicateurs de performance** :
 - Nombre de nouveaux lieux d'hébergements et de lieux rénovés
 - Augmentation de la capacité de nuitées

▶▶ ACTION 3.1.7

Aménagement de restaurants offrant des expériences gastronomiques dans des ambiances chaleureuses, localisés à des lieux stratégiques à proximité des circuits cyclables, des parcours pagayables et navigables.

- ▶ **Responsables** : Promoteurs privés
- ▶ **Partenaires** : SDT, MRCT, municipalités, institutions financières

- ▶ **Échéancier** : À partir de l'hiver 2019
- ▶ **Indicateur de performance** :
 - Nombre de restaurants aménagés



▶▶ ACTION 3.1.8

Développer une structure de service pour la location d'équipements spécialisés en plein air en soutien à l'offre de circuits autoguidés et de forfaits guidé

- Évaluer les besoins;
- Financiers les achats;
- Acquérir les équipements spécialisés;
- Élaborer la politique et les modalités de location.

▶ **Responsable** : Coopérative Plein Air
▶ **Partenaires** : SDT, TAT

▶ **Échéancier** : À partir de l'hiver 2019

▶ **Indicateurs de performance** :

- Équipements spécialisés en location
- Nombre d'équipements loués

▶▶ ACTION 3.1.9

Développer une structure pour les services de transport des bagages et de navette en soutien à l'offre de circuits autoguidés et de forfaits guidé

- Évaluer les besoins en équipement (véhicules, remorques, etc.);
- Financer les achats;
- Acquérir les équipements spécialisés;
- Élaborer la politique et les modalités entourant les services.

▶ **Responsable** : Coopérative Plein Air
▶ **Partenaires** : SDT, TAT

▶ **Échéancier** : À partir de l'hiver 2019

▶ **Indicateurs de performance** :

- Services de transport des bagages et de navette offerts
- Nombre de transports et de navettes effectués

▶▶ ACTION 3.1.10

Développer ou bonifier les infrastructures nautiques des marinas du lac Témiscamingue

- Développement des services d'essence, de location d'emplacements temporaires et de station de nettoyage dans les marinas de Notre-Dame-du-Nord, de Ville-Marie et de Témiscamingue;
- Construction de quais à Opémican permettant l'accostage pour la visite des installations, la baignade et la randonnée pédestre.

▶ **Responsable** : Municipalités, Sépaq, SDT
▶ **Partenaire** : MRCT

▶ **Échéancier** : Planification à partir du printemps 2019

▶ **Indicateur de performance** :

- Services offerts

3.2 DÉVELOPPER DES CIRCUITS AUTOGUIDÉS (STRUCTURER LA PRATIQUE LIBRE)

▶▶ ACTION 3.2.1

En lien avec le site Internet de la destination du Témiscamingue et à partir du site Accès Plein Air - Abitibi-Témiscamingue, programmer et mettre en ligne un micro-site Accès Plein Air Témiscamingue où seront diffusés l'ensemble des réseaux de sentiers de randonnées, les voies cyclables et les parcours payables et skiabiles pour la pratique autoguidée d'activités aventure-nature non motorisées au Témiscamingue.

- Se référer à la section «Accès Plein Air» à la p. 66 du présent document.

▶ **Responsables** : SDT, TAT

▶ **Échéancier** : Hiver 2019

▶ **Indicateur de performance** :

- Micro-site Accès Plein Air - Témiscamingue en ligne

▶▶ ACTION 3.2.2

Poursuivre l'identification des parcours pagayables perles, le repérage terrain et la diffusion de l'information clé en main pour l'organisation de sorties sécuritaires en plein air

- Se référer à la section «Pôles de destination, pôle pagayable» à la p. 75 du présent document.

▶ Responsable : TAT

▶ Partenaire : SDT

▶ Échéancier : En continu

▶ Indicateur de performance :

- Nombre de parcours variés en durée et en degré de difficultés diffusés sur le site et dans l'application Accès Plein Air

▶▶ ACTION 3.2.3

Amorcer l'identification des parcours perles, le repérage terrain et la diffusion de l'information clé en main pour l'organisation de sorties sécuritaires en plein air

- Se référer à la section «Pôles de destination, pôle cyclable» à la p. 77 du présent document.

- Circuits cyclables à proximité de nombreux sites touristiques (histoire, agrotourisme, interprétation de la nature, culture).

▶ Responsable : TAT

▶ Partenaire : SDT

▶ Échéancier :

▶ Indicateur de performance :

- Offre de parcours variés en durée et en degré de difficultés diffusés sur le site et dans l'application Accès Plein Air.

▶▶ ACTION 3.2.4

Poursuivre la géolocalisation, la documentation des lieux de pratique aménagés et la diffusion de l'information clé en main pour l'organisation de sorties en plein air sécuritaires

- o Randonnée pédestre, vélo de montagne, randonnée équestre, escalade, ski de fond, raquette, ski nordique, traîneau à chien, ski alpin, etc.

▶ Responsables : Lieux de pratique et TAT

▶ Échéancier : En continu

▶ Indicateurs de performance :

- Fiches des lieux de pratique diffusées sur le site et dans l'application Accès Plein Air
- Information diffusée sur le site Internet des lieux de pratique
- Nb de pages fréquentées

▶▶ ACTION 3.2.5

Développer une carte papier de l'offre des réseaux de sentiers pédestres du tour du lac Témiscamingue (Témiscamingue et Ontario) et entre le parc national d'Opémican et le parc national d'Aigüebelle afin de structurer le produit randonnée pédestre.

▶ Responsables : SDT,
Temiskaming Shores, Kirkland & District

▶ Partenaires : TAT, MRCT

▶ Échéancier : Printemps 2010

▶ Indicateurs de performance :

- Carte papier imprimé
- Nombre de cartes distribuées



▶▶ ACTION 3.2.6

Exploiter le lac Témiscamingue conjointement avec l'Ontario pour le développement de l'offre de parcours navigables autoguidés en embarcations à moteur et à voile

- Se référer à la section «Pôles de destination, pôle navigable» à la p. 78 du présent document.

- Identification des parcours navigables perles, repérage terrain (tracés, points de services et d'intérêt)
- Développement d'une application (duplication de l'application Accès Plein Air) pour la diffusion de parcours navigables

- ▶ Responsables : SDT, Temiskaming Shores, Kirkland & District
- ▶ Partenaires : TAT, MRCT

- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Application disponible
 - Nombre de parcours répertoriés
 - Nombre de téléchargement de l'application

3.3 DÉVELOPPER DES PRODUITS TOURISTIQUES

▶▶ ACTION 3.3.1

Soutenir le développement d'une offre plein air avec la collaboration des produits d'appel en misant sur la complémentarité entre certaines expériences

- Développement et diversification de l'offre en adéquation avec l'essor des activités et les besoins des voyageurs.

- ▶ Responsables : SDT, Living Lab Innovation
- ▶ Partenaires : TAT, AEQ

- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de produits aventure-nature

▶▶ ACTION 3.3.2

Fournir une expérience enrichie et intégrée aux visiteurs en travaillant en partenariat avec les communautés anicinabek

- Stimuler le développement de produits touristiques anicinabek;
- Accompagner les promoteurs.

- ▶ Responsables : SDT, Living Lab, TAT (Cercle anicinabe), communautés anicinabek

- ▶ Échéancier : En continu à partir de l'hiver 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de produits aventure-nature anicinabek

▶▶ ACTION 3.3.3

Développer des produits adrénalines de courte durée ancrés principalement autour du parc national d'Opémican (à Laniel, dans le parc national d'Opémican, à Témiscaming, à Kipawa et à Kebaowek).

- ▶ Responsables : Entrepreneurs, municipalités
- ▶ Partenaires : Zec, Sépaq, SDT, MRCT, TAT

- ▶ Échéancier : En continu à partir de l'hiver 2019
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Offre des produits adrénalines
 - Nombre de produits développés

▶▶ ACTION 3.3.4

Développer la vocation familiale de certains produits d'aventure.

- ▶ Responsables : SDT, Living Lab
- ▶ Partenaires : TAT, Sépaq

- ▶ Échéancier : En continu à partir de l'hiver 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de produits aventure-nature à vocation familiale

▶▶ ACTION 3.3.5

Créer des programmes de mise en valeur et d'interprétation et armer les guides de connaissances nécessaires pour donner satisfaction aux clients.

- ▶ Responsables : Producteurs d'aventure
- ▶ Partenaire : TAT

- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Programmes de mise en valeur et d'interprétation rédigés
 - Guides formés

▶▶ ACTION 3.3.6

Développer l'offre de boîtes gastronomiques et de sacs-saveur composés en majorité de produits du terroir pour les excursions et les expéditions en plein air avec un mot du ou de la chef pour chaque repas

- o Nourriture fraîche pour les premiers jours et lyophilisée pour les derniers jours - emballage léger écoresponsable.
- o Petit mot poétique du chef à l'intérieur de chaque sac repas.

- ▶ Responsables : Chefs
- ▶ Partenaires : TAT, SDT

- ▶ Échéancier : Printemps 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Boîte gastronomique et sac-saveur offerts

▶▶ ACTION 3.3.8

Étudier la possibilité de créer un parc régional avec le site Récré-eau-de-Quinze afin de bénéficier du pouvoir d'attractivité et de la force du réseau PaRQ.

- ▶ Responsable : Conseil d'administration de Récré-eau-des-Quinze
- ▶ Partenaires : SDT, AEQ, TAT, LSAT, Hydro-Québec

- ▶ Échéancier : Planification à partir de l'hiver 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Parc régional Récré-eau-de-Quinze créé

▶▶ ACTION 3.3.9

Élaborer une stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal et la mettre en action.

- ▶ Responsable : Living Lab Innovation
- ▶ Partenaires : SDT, TAT

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Stratégie diffusée

▶▶ ACTION 3.3.10

Consolider la vocation quatre-saisons du territoire en intégrant de nouvelles activités.

- ▶ Responsable : Producteurs d'aventure
- ▶ Partenaires : Living Lab Innovation, SDT, TAT

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre d'activités intégrées



3.4 FORFAITISER LES PRODUITS TOURISTIQUES (STRUCTURER LA PRATIQUE ENCADRÉE)

▶▶ ACTION 3.4.1

Développer une offre de produits guidés dans le parc national d'Opémican en partenariat avec des producteurs d'aventure membres d'AEQ

- Analyse des opportunités de produits potentiels.
- Entente de partenariat
- Offre de produits

▶ **Responsables** : Parc national d'Opémican, producteurs d'aventure membre de l'AEQ

▶ **Partenaires** : AEQ, TAT

▶ **Échéancier** : En continu à partir de l'hiver 2019

▶ **Indicateur de performance** :

- Nombre de forfaits vendus

▶▶ ACTION 3.4.2

Réaliser des partenariats d'affaires entre des producteurs d'aventure et des entreprises touristiques complémentaires.

- Offrir des billets d'entrée combinés économiquement avantageux pour les visiteurs.

▶ **Responsables** : Producteurs d'aventure, acteurs touristiques, sites de villégiature

▶ **Partenaires** : Agence de voyages, coopérative plein air

▶ **Échéancier** : En continu à partir du printemps 2019

▶ **Indicateurs de performance** :

- Nombre de partenariats
- Nombre de billets vendus

▶▶ ACTION 3.4.4

Développer des forfaits de vélos, de canots et de kayaks de différentes durées destinés aux agences de voyages, aux grossistes, aux clubs de cyclistes et de pagayeurs du Québec et de l'Ontario.

▶ **Responsables** : Producteurs d'aventure, agences de voyage et TAT

▶ **Partenaires** : SDT, MRCT

▶ **Échéancier** : Hiver 2019

▶ **Indicateur de performance** :

- Nombre de forfaits développés

▶▶ ACTION 3.4.6

Développer un forfait « la route des parcs » (parc national d'Opémican et parc national d'Aiguebelle) en incluant des sites touristiques et de services situés dans le corridor touristique entre les deux parcs.

▶ **Responsables** : Sépaq (Opémican, Aiguebelle) Sites touristiques

▶ **Partenaires** : TAT, SDT

▶ **Échéancier** : Hiver 2019

▶ **Indicateur de performance** :

- forfait développé

3.5 HARMONISER LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

▶▶ ACTION 3.5.1

Transmettre les données géomatiques des lieux de pratique au ministère de l'Énergie et des Ressources naturelles (MERN) afin de soutenir une planification du territoire qui tient compte des infrastructures de plein air et qui prend en compte les parcours, les routes et les sentiers de pratique du produit d'aventure et de nature.

▶ **Responsable** : TAT

▶ **Partenaires** : SDT, LSAT

▶ **Échéancier** : En continu

▶ **Indicateur de performance** :

- Données transmises

▶▶ ACTION 3.5.2

Participer à la table GIR pour prévenir et gérer les conflits d'usage ou encadrer la concertation entre les parties concernées afin de régler les conflits d'usage.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaire : LSAT

- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Participations

▶▶ ACTION 3.5.3

Intégrer au schéma d'aménagement de la MRC de Témiscamingue les éléments à mettre de l'avant au niveau de l'aménagement du territoire en matière de plein air.

- ▶ Responsables : SDT, cercle d'harmonisation touristique
- ▶ Partenaire : MRCT

- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Éléments inscrits au schéma d'aménagement

AXE 4 CRÉER UNE DESTINATION RESPONSABLE ET SÉCURITAIRE

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Faire du Témiscamingue un lieu de grande valeur environnementale;
- Agir par conviction et non par opportunisme pour une transition écologique et sociale concluante;
- Avoir recours à des pratiques touristiques économes de son espace et de son énergie;
- Aider les visiteurs à faire des choix responsables;
- Améliorer l'efficacité énergétique (utiliser des sources d'énergie renouvelable);
- Maximiser les retombées positives pour les communautés.

4.1 ÉLABORER LA STRATÉGIE ET LES OUTILS

▶▶ ACTION 4.1.1

Se doter d'une vision environnementale et d'une politique de développement écoresponsable qui tiennent compte de la navigation écologique, des installations septiques, des infrastructures touristiques riveraines, de l'utilisation de l'énergie propre en milieu isolé, de la mobilité durable, de la gestion des matières résiduelles, de la gestion des espèces exotiques envahissantes aquatiques, etc.

- ▶ Responsables : SDT, sous-comité du cercle d'harmonisation touristique
- ▶ Partenaires : CREAT, TAT

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Vision environnementale et politique de développement écoresponsable élaborées

▶▶ ACTION 4.1.2

Élaborer une charte du virage VERT destinée aux acteurs touristiques et aux résidents - guide de bonnes pratiques et de comportements écoresponsables et durables pour contrer la contamination visuelle et auditive, la pollution lumineuse, le gaspillage d'énergie, l'altération du paysage, la dégradation des plans d'eau et l'utilisation non responsable des ressources naturelles.

- ▶ Responsables : SDT, sous-comité du cercle d'harmonisation touristique
- ▶ Partenaires : CREAT, OBVT, TAT, résidents, acteurs touristiques

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Charte du virage vert élaborée

▶▶ ACTION 4.1.3

Impliquer le territoire dans le développement de la charte des paysages de l'Abitibi-Témiscamingue pour conserver les attraits naturels et protéger les paysages de qualité permettant de guider les interventions (exploitation responsable des ressources naturelles, intégration harmonieuse de constructions au paysage, etc.) dans le respect de la valeur et du caractère particulier des paysages.

- ▶ Responsables : SDT, TAT (Culturat)
- ▶ Partenaires : MRCT, CREAT

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Charte des paysages élaborée

▶▶ ACTION 4.1.4

Mettre en place et animer un comité touristique « Vigilance environnementale » sous la forme d'un Living Lab afin de concrétiser des mesures alternatives et des activités de remplacement.

- Comprendre les phénomènes;
- Saisir les impacts sur la destination touristique du Témiscamingue;
- Organiser des exercices de cocréation pour identifier des solutions durables face à l'environnement et aux nouvelles réalités climatiques affectant certains produits et activités touristiques.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : CREAT, OBVT, MRCT, TAT

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Mise en place du Living Lab

▶▶ ACTION 4.1.5

Favoriser l'investissement et le soutien financier pour appuyer la transition vers une économie verte et responsable.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : Ministère (programmes), députation, MRCT, Institutions financières

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Programmes répertoriés
 - Nombre d'actes de soutien

4.2 SENSIBILISER

▶▶ ACTION 4.2.1

Conserver et mettre en valeur la biodiversité, les écosystèmes et les services écologiques en améliorant les interventions et les pratiques.

- ▶ Responsables : Zecs, Sépaq, gestionnaires de lieux de pratique, pourvoies, municipalités, communautés Anicinabek
- ▶ Partenaires : SDT, MRCT, CREAT, MERN, MFFP

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Pratiques et interventions identifiées

▶▶ ACTION 4.2.2

Faire la promotion de la préservation de l'environnement et de la propreté en nature (chasse aux déchets sauvages).

- Élaborer une campagne de sensibilisation auprès des visiteurs et des résidents sur la nécessité de préserver l'environnement en adoptant des comportements respectueux, notamment en ramenant ses déchets et en les disposant de façon responsable.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : CREAT, TAT

- ▶ Échéancier : Printemps-été 2020
- ▶ Indicateur de performance :
 - Campagne réalisée

▶▶ ACTION 4.2.3

Sensibiliser et éduquer les acteurs touristiques, les touristes, les citoyens et les jeunes dans les écoles aux principes « Sans trace » par l'organisation de formations et la publication de l'information.

- ▶ Responsables : SDT, Carrefour jeunesse emploi
- ▶ Partenaires : TAT, LSAT

- ▶ Échéancier : Automne 2019 et printemps 2020
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Ateliers et formations réalisés
 - Informations diffusées et publiés

▶▶ ACTION 4.2.4

Valoriser les sites touristiques verts et responsables.

- Publication des bons coups.

- ▶ Responsables : CREAT, SDT
- ▶ Partenaires : Médias sociaux, médias locaux

- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de bons coups publiés

▶▶ ACTION 4.2.5

Prévenir la propagation des espèces envahissantes dans les plans d'eau par des campagnes de sensibilisation.

- ▶ Responsable : OBVT
- ▶ Partenaires : CREAT, MRCT, Municipalité

- ▶ Échéancier : À tous les printemps et durant l'été
- ▶ Indicateur de performance :
 - Campagne réalisée

4.3 DÉVELOPPER DES PRATIQUES RESPONSABLES

▶▶ ACTION 4.3.1

Accompagner les entreprises touristiques dans leur virage durable (adoption de pratiques responsables) sur les plans environnemental, social et économique

- o Achat écoresponsable
- o Repenser, réduire, réutiliser, recyclage ou compostage;
- o Gestion responsable de l'eau;
- o Utilisation d'énergies vertes, etc.

- Créer des webinaires destinés aux intervenants touristiques afin de les guider dans une gestion plus durable et responsable de leur entreprise.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : CREAT, Recyc-Québec

- ▶ Échéancier : Printemps 2020
- ▶ Indicateur de performance :
 - Webinaires diffusés

▶▶ ACTION 4.3.2

Accélérer la transition vers des moteurs écologiques pour la navigation de plaisance, la motoneige et le VTT

- Sensibilisation auprès des utilisateurs
- Recherche de programmes d'aide financière;
- Support au niveau des demandes de financement.

- ▶ Responsables : SDT, CREAT
- ▶ Partenaires : Marinas, clubs de VTT et de motoneige du Témiscamingue, ACMAT

- ▶ Échéancier : Printemps 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de moteurs écologiques utilisés

▶▶ ACTION 4.3.3

Créer une escouade verte responsable de :

- La traçabilité et dénonciation des actions non responsables en nature;
- Les opérations nettoyages des déchets sauvages.

▶ Responsables : SDT, MRCT

▶ Partenaire : CREAT

▶ Échéancier : Printemps et été 2019

▶ Indicateurs de performance :

- Nombre de dénonciations
- Nombre d'opérations de nettoyage

▶▶ ACTION 4.3.4

Accélérer la transition vers l'énergie solaire et éolienne chez les pourvoyeurs et les sites de villégiature

- Recherche de programmes d'aide financière;
- Sensibilisation auprès des utilisateurs;
- Support au niveau des demandes de financement.

▶ Responsable : Association des pourvoires de l'Abitibi-Témiscamingue

▶ Partenaires : TAT, FPQ

▶ Échéancier : Hiver 2019

▶ Indicateur de performance :

- Nombre de systèmes à énergie verte installés

▶▶ ACTION 4.3.5

Développer des initiatives écotouristiques sur le territoire en élaborant des forfaits et circuits touristiques centrés sur l'observation, l'interprétation, l'éducation et l'étude de la nature.

▶ Responsables : entrepreneurs et promoteurs touristiques

▶ Partenaires : CREAT, TAT, SDT

▶ Échéancier : En continu

▶ Indicateur de performance :

- Nombre de forfaits et de circuits touristiques élaborés

▶▶ ACTION 4.3.6

Prévenir la propagation des espèces envahissantes dans les plans d'eau par l'aménagement de stations de lavage de bateaux à proximité des rampes de mise à l'eau.

▶ Responsables : Municipalités

▶ Partenaires : OBVT, MRCT

▶ Échéancier : Printemps 2019

▶ Indicateur de performance :

- Nombre de stations de lavage installés

▶▶ ACTION 4.3.7

Évaluer des solutions pour disposer des matières fécales lors de séjours en forêt (toilettes au composte, contenant avec petits sacs pour ramener les matières fécales).

▶ Responsables : SDT, Living Lab Innovation

▶ Partenaires : Sépaq, TAT, CREAT

▶ Échéancier : Automne 2019 et hiver 2010

▶ Indicateur de performance :

- Solutions trouvées

▶▶ ACTION 4.3.8

Obtenir la certification environnementale écoSentier pour tous les sentiers de motoneige du Témiscamingue.

▶ Responsables : Agent de liaison FCMQ - Abitibi-Témiscamingue, clubs de motoneigistes du Témiscamingue

▶ Partenaire : ACMAT

▶ Échéancier : À partir de l'hiver 2019

▶ Indicateur de performance :

- Nombre de sentiers certifiés

▶▶ ACTION 4.3.9

Développer l'offre touristique en respectant les traditions et l'authenticité des mœurs et coutumes des Anicinabek.

- ▶ **Responsable** : Living Lab Innovation
- ▶ **Partenaires** : Communautés Anicinabek, TAT (Minwaskin)
- ▶ **Échéancier** : En continu
- ▶ **Indicateur de performance** :
 - Offre touristique respectueuse de la culture et des valeurs anicinabek

▶▶ ACTION 4.3.10

Développer un centre de villégiature écotouristique (de type écolodge) pour offrir un choix intéressant aux voyageurs soucieux de minimiser leurs empreintes écologiques.

- ▶ **Responsables** : Entrepreneurs, Living Lab Innovation
- ▶ **Partenaires** : SDT, TAT
- ▶ **Échéancier** : À la discrétion des promoteurs
- ▶ **Indicateur de performance** :
 - Écolodge en opération

▶▶ ACTION 4.3.11

Installer des bornes de recharge pour les voitures électriques aux quatre coins du territoire témiscamien.

- ▶ **Responsables** : Municipalités, commerces
- ▶ **Échéancier** : En continu
- ▶ **Indicateur de performance** :
 - Nombre de bornes de recharge installées

▶▶ ACTION 4.3.12

Protéger les paysages visibles à partir des voies, des parcours et les sentiers.

- ▶ **Responsable** : MRCT
- ▶ **Partenaires** : SDT, TAT
- ▶ **Échéancier** : Printemps-été 2020
- ▶ **Indicateur de performance** :
 - Nombre de paysages protégés

▶▶ ACTION 4.3.13

Gérer les ressources naturelles du territoire de façon responsable et respectueuse de la biodiversité.

- ▶ **Responsables** : Zecs, Sépaq, gestionnaires de lieux de pratique, pourvoires, municipalités, communautés Anicinabek
- ▶ **Partenaires** : MRCT, MERN, MFFP, CREAT, SDT
- ▶ **Échéancier** : En continu
- ▶ **Indicateur de performance** :
 - Projets développés respectant la biodiversité

4.4 DÉVELOPPER DES PRATIQUES SÉCURITAIRES**▶▶ ACTION 4.4.1**

Favoriser l'embauche de guides ayant étudié dans le domaine du tourisme d'aventure (compétences élevées).

- ▶ **Responsables** : Producteurs d'aventure, lieux de villégiature, parcs, zecs
- ▶ **Partenaires** : SDT, AEQ, TAT
- ▶ **Échéancier** : En continu
- ▶ **Indicateur de performance** :
 - Guides embauchés détenant un diplôme du Cégep ou de l'université

▶▶ ACTION 4.4.2

Maintenir une stratégie d'intervention d'urgence en milieux isolés concertée à la grandeur du territoire (connaissance au niveau de l'ensemble des lieux de pratique, des campings sauvages, des mises à l'eau, etc.) et mettre à jour de façon continue le protocole local d'intervention d'urgence (PLIU) hors route.

- ▶ Responsables : MRCT et municipalités
- ▶ Partenaire : Ministère de la Sécurité publique (MSP) du Québec
- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Stratégie et protocole à jour

▶▶ ACTION 4.4.3

S'assurer que tous les intervenants touristiques possèdent une assurance qui protège leurs clients.

- ▶ Responsables : SDT, TAT
- ▶ Partenaire : AEQ
- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Polices d'assurance détenues

▶▶ ACTION 4.4.4

Entretenir adéquatement les sentiers et les portages.

- ▶ Responsables : Gestionnaires de lieux de villégiatures, organismes responsables des réseaux de sentiers
- ▶ Partenaires : LSAT, Rando Québec
- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Sentiers et portages dégagés et sécuritaires

▶▶ ACTION 4.4.5

Maintenir une signalisation juste et efficace dans les sentiers et sur les routes.

- ▶ Responsables : Gestionnaires de lieux de villégiatures, organismes responsables des réseaux de sentiers
- ▶ Partenaires : TAT, LSAT, Tourisme Québec
- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Signalisation en sentiers juste et efficace

▶▶ ACTION 4.4.6

Faire la lutte aux pourvoies illégales.

- ▶ Responsable : Gouvernement du Québec
- ▶ Partenaires : TAT, FPQ
- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de pourvoies légales

▶▶ ACTION 4.4.7

Créer des cartes guides et des plans de mesures d'urgence pour l'ensemble des lieux de pratique.

- ▶ Responsables : Gestionnaires de lieux de pratique, TAT
- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Cartes guides et plans de mesures d'urgence existants pour tous les lieux de pratique

▶▶ ACTION 4.4.8

Élargir le réseau d'hôtels sécuritaires offerts aux motoneigistes au Témiscamingue.

- ▶ Responsables : Hôteliers
- ▶ Partenaires : FCMQ, ACMAT
- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre d'hôtels sécuritaires

AXE 5

ENRICHIR L'ACCUEIL ET L'ACCOMPAGNEMENT

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Consolider la réputation du Témiscamingue comme destination accueillante;
- Arriver à un équilibre entre l'accueil humain personnalisé et l'utilisation technologique numérique mobile;
- Adapter adéquatement les services et les gestes d'accueil;
- Assurer un accompagnement continu de la clientèle;
- Construire une société inclusive et engagée;
- Nourrir la passion, rallier et susciter l'engagement de la population locale;
- Développer l'ancrage territorial.

5.1 DÉVELOPPER UNE CULTURE D'ACCUEIL

▶▶ ACTION 5.1.1

Élaborer une vision commune entre les communautés locales, les entreprises de services, les sites touristiques et les promoteurs de produits d'aventure et de nature en matière d'accueil pour saisir les opportunités, préserver l'authenticité, tirer parti des ressources et convertir les habitants en ambassadeurs.

- ▶ Responsable :SDT
- ▶ Partenaire : TAT

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Vision élaborée et partagée

▶▶ ACTION 5.1.2

Élaborer une stratégie d'accueil dont la vision sera prise en charge par les acteurs touristiques et la population locale

- Préciser le rôle et la responsabilité des différents intervenants touristiques.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : TAT

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateur de performance :
Stratégie d'accueil élaborées

▶▶ ACTION 5.1.3

Élaborer un champ lexical de la culture local.

- ▶ Responsable :SDT
- ▶ Partenaires : TAT

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Champ lexical publié.

▶▶ ACTION 5.1.4

Élaborer des moyens pour valoriser le personnel d'accueil.

- ▶ Responsable :SDT
- ▶ Partenaires : TAT

- ▶ Échéancier : Automne 2019
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Actes de valorisation réalisés
 - Personnel d'accueil motivé et valorisé

5.2 DÉVELOPPER LES INFRASTRUCTURES ET LES OUTILS D'ACCUEIL

▶▶ ACTION 5.2.1

Développer et consolider des services d'accueil et d'information touristiques modernes, accessibles et établis aux endroits nécessaires en tenant compte des flux de déplacement des visiteurs et des approches innovantes.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : TAT, Living Lab Innovation
- ▶ Échéancier : Hiver-Printemps 2020
- ▶ Indicateur de performance :
 - Dénombrer les actes de renseignements dans les lieux d'accueil

▶▶ ACTION 5.2.2

Prendre le virage du numérique et de la mobilité

- Site Internet de destination « responsive », application de géolocalisation, etc.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaire : TAT
- ▶ Échéancier : À partir de l'hiver 2019
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Nombre de pages vues
 - Nombre de téléchargement

▶▶ ACTION 5.2.3

Développer un module web de clavardage sur le site de la destination aventure-nature du Témiscamingue.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Échéancier : À partir de l'hiver 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de séances de clavardage

5.3 RENDRE LE VIRAGE LOCAL

▶▶ ACTION 5.3.1

Inciter les locaux à participer au développement de projets touristiques, comme main d'œuvre, dans la promotion et dans l'accueil et l'animation des visiteurs.

- Impliquer les résidents dans l'action touristique locale en leur proposant des gestes d'accueil à poser.
- ▶ Responsables : SDT, municipalités
- ▶ Partenaire : TAT
- ▶ Échéancier : En continu à partir du printemps 2019
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Guide énumérant les gestes d'accueil
 - Adhésion de la population à jouer un rôle dans l'accueil des visiteurs
 - Citoyens engagés, audacieux et volontaires

▶▶ ACTION 5.3.2

Identifier, encourager et appuyer les hommes et les femmes qui sont capables de s'organiser, de s'associer, d'entreprendre, de créer et de réaliser.

- ▶ Responsables : SDT, Living Lab Innovation
- ▶ Échéancier : En continu à partir du printemps 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Résidents engagés

▶▶ ACTION 5.3.3

Créer un guide de recommandations d'experts reconnus de la scène locale (où trouver les trésors naturels les mieux gardés, où aller voir les plus beaux couchers de soleil, sur quels sommets monter pour voir des paysages grandioses, etc.) à remettre aux résidents (experts en herbe).

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaire : TAT

- ▶ Échéancier : Hiver 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de guides distribués.

▶▶ ACTION 5.3.4

Réaliser une campagne de mise en valeur de tous les éléments qui font la richesse de l'identité territoriale afin de stimuler la fierté chez les citoyens face à la destination aventure-nature du Témiscamingue.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaire : TAT

- ▶ Échéancier : tournage été 2019, montage hiver 2020
diffusion printemps-été 2020
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Vidéos diffusés dans les médias sociaux

5.4 AMÉLIORER L'ACCÈS

▶▶ ACTION 5.4.1

Améliorer la couverture cellulaire et la couverture Internet haute vitesse et doter le Témiscamingue de la fibre optique.

- ▶ Responsables : Compagnies spécialisées
- ▶ Partenaires : Députation, Conférence des préfets, MRCT, municipalité, SDT

- ▶ Échéancier : -
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Couverture cellulaire couvrant le territoire
 - Fibre optique installé et disponible

▶▶ ACTION 5.4.2

Améliorer la signalisation touristique.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaires : TAT, Alliance de l'industrie touristique

- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de panneaux bleus

▶▶ ACTION 5.4.3

Encourager l'offre de droits de passage chez les propriétaires terriens (pistes cyclables, sentiers motoneige).

- ▶ Responsables : SDT, gestionnaires de lieux de pratique
- ▶ Partenaire : LSAT

- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Nombre de droits de passage

▶▶ ACTION 5.4.4

Améliorer les conditions des chemins forestiers dans les zecs.

- ▶ Responsable : Zecs
- ▶ Partenaires : Compagnies forestières

- ▶ Échéancier : En continu
- ▶ Indicateur de performance :
 - Sentiers entretenus et sécuritaires

5.5 AMÉNAGER DU MOBILIER CRÉATIF DANS LES ESPACES PUBLICS ET PRIVÉS ASSOCIÉS À L'IMAGE NATURE ET AUX ACTIVITÉS D'AVENTURE

- Référence à l'annexe 1 du présent document.

▶▶ ACTION 5.5.1

Intégrer des motifs ou des évocations du monde naturel dans l'architecture des bâtiments et installations urbaines (mobilier créatif) et dans la décoration de lieux intérieurs ouverts au public, etc.

- ▶ Responsables : Municipalités, propriétaires
- ▶ Partenaires : Artistes, ébénistes, Culturat

▶ Échéancier : En continu à partir du printemps 2020

▶ Indicateur de performance :

- Motifs dans l'architecture des bâtiments et mobiliers créatifs installés dans les lieux publics

▶▶ ACTION 5.5.2

Aménager des infrastructures de détente dans les marinas et dans les parcs.

- ▶ Responsables : Municipalités, marinas
- ▶ Partenaire : Ébénistes

▶ Échéancier : En continu à partir du printemps 2020

▶ Indicateur de performance :

- Infrastructures de détente installées

▶▶ ACTION 5.4.3

Aménager un espace de mise en forme à Ville-Marie et à Témiscaming.

- ▶ Responsables : Municipalités

▶ Échéancier : Printemps 2020

▶ Indicateur de performance :

- Espace de mise en forme en place



AXE 6

INVESTIR DANS LA PROMOTION ET LA MISE EN MARCHÉ

OBJECTIFS OPÉRATIONNELS

- Accroître la demande pour la destination Témiscamingue grâce à un marketing novateur;
- Améliorer la performance en marketing provincial, national et international.
- Positionner le Témiscamingue comme

▶▶ ACTION 6.1

Définir les marchés et les profils sources.

- ▶ Responsables : SDT, Beside
- ▶ Partenaire : TAT

- ▶ Échéancier : Hiver 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Marchés et profils identifiés

▶▶ ACTION 6.2

Concevoir une image de marque percutante associée à la nature et à ses activités plein air

- Définir la personnalité et l'identité de la marque (mission, vision et valeurs);
- Définir l'identité visuelle de la marque et la charte graphique (nom, logo, palette de couleur, typographie, signes distinctifs);
- Définir le style d'écriture en lien avec la personnalité de la marque;
- Définir le style de photos et de vidéos.

- ▶ Responsable : Beside
- ▶ Partenaire : SDT

- ▶ Échéancier : Hiver 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Image de marque créée

▶▶ ACTION 6.3

Élaborer un plan de promotion et de mise en marché 2019-2022

- Promouvoir le parc national d'Opémican;
- Promouvoir les trois pôles de destination (pagayable, cyclable et nautique);
- Promouvoir les réseaux de sentiers pédestres en collaboration avec le Nord-est ontarien et l'Abitibi;
- Promouvoir les produits hivernaux (motoneige et plaisir d'hiver);
- Promouvoir Accès Plein Air - Témiscamingue (site web et application).

- ▶ Responsables : SDT, Beside
- ▶ Partenaire : TAT

- ▶ Échéancier : Hiver 2019
- ▶ Indicateur de performance :
 - Plan de promotion et de mise en marché élaboré

▶▶ ACTION 6.4

Créer un site web pour la destination touristique avec un module de clavardage et un blogue ou prendre entente avec Tourisme Abitibi-Témiscamingue pour la création d'un micro-site Témiscamingue;

Investir dans le «Search Engine Marketing» (SEM - publicité payée sur les moteurs de recherche tel que Google & SEO - optimisation du site Internet pour les moteurs de recherche vers un résultat de recherche organique) pour bien sortir sur les moteurs de recherche.

- ▶ Responsable : SDT
- ▶ Partenaire : TAT

- ▶ Échéancier : Hiver 2019
- ▶ Indicateurs de performance :
 - Fréquentation du site Internet
 - Nombre de séances de clavardage

▶▶ ACTION 6.5

Maintenir une présence constante sur les réseaux sociaux

- Créer une stratégie de médias sociaux;
- Modifier le contenu, retoucher la conception, le contenu et le ciblage des publicités;
- Choisir les plates-formes de médias sociaux convenant le mieux à notre destination (Facebook, Pinterest, Instagram, Instagram stories, etc.);
- Faire la promotion des expériences touristiques avec du marketing de contenu;
- Créer une page Facebook, des comptes Instagram, Pinterest, YouTube, Google +;
- Investir dans des publicités payantes (photos, vidéos, articles, interviews);
- Mettre à profit la fierté des témiscamiens(nes) et leur engagement sur les médias sociaux;
- Créer un réseau d'adeptes qui feront la promotion de leur expérience en ligne.

▶ Responsable : SDT

▶ Partenaires : TAT, LSAT

▶ Échéancier : En continu

▶ Indicateur de performance :

- Dénombrement des posts dans les médias sociaux

▶▶ ACTION 6.6

Réaliser des concours pour attirer des visiteurs, ajouter des adeptes à la page Facebook et aux listes de courriels (data).

▶ Responsable : SDT

▶ Partenaires : Abitibi&co, promoteurs touristiques

▶ Échéancier : Printemps 2019

▶ Indicateur de performance :

- Concours tenu et prix attribué

▶▶ ACTION 6.7

Arrimer les efforts promotionnels avec ceux de Tourisme Abitibi-Témiscamingue et d'Aventure Écotourisme Québec

- Campagnes médiatiques :
 - Placements web
 - Infolettres
 - Médias sociaux
 - Placements imprimés
 - Placement TV
 - Fiches et liens web dans la micro-section de QuebecOriginal.com/Nature;
 - Fiches et liens web sur les sites de Tourisme Abitibi-Témiscamingue et d'Aventure Écotourisme Québec;
- Relations de presse :
 - Tournées de presse : accueillir des influenceurs web et des médias spécialisés (presse écrite et médias en ligne);
 - Activités de presse;
 - Bourse des médias.
- Réseau de distribution international :
 - Bourses et salons : participer à l'Adventure Travel World Summit (ATTA);
 - Fam Tours : accueillir des tours opérateurs spécialisés (voyages d'exploration);
 - Vente de produits chez les forfaitistes (tours opérateurs).

▶ Responsable : SDT

▶ Partenaires : TAT, AEQ

▶ Échéancier : En continu

▶ Indicateur de performance :

- Notoriété de la destination

▶▶ ACTION 6.8

Mettre en place un fonds de promotion touristique pour le Témiscamingue.

- Élaborer les critères d'admissibilité.

▶ Responsable : SDT

▶ Partenaire : MRCT

▶ Échéancier : Hiver 2019

▶ Indicateurs de performance :

- Fonds disponibles
- Nombre de projets financés



ANNEXE 1

IDÉES INSPIRANTES

MOBILIERS
URBAINS & RURAUX



MOBILIERS DE DÉTENTE



MOBILIERS

ESPACES PUBLIQUES



ACTIVITÉS EN PLEIN AIR



HÉBERGEMENTS INSOLITES



ROULOTTES MODIFIÉES



ANNEXE 2
ACTEURS TOURISTIQUES
DU TÉMISCAMINGUE

NOMS	MUNICIPALITÉS	TYPES
------	---------------	-------

LIEUX DE PRATIQUE

La ligne du Mocassin	Angliers	Vélo
Récré-eau-des-Quinze	Angliers	Rando, raquette
La Bannik	Duhamel-Ouest	Rando, raquette, vélo de montagne
Marais Laperrière	Duhamel-Ouest	Rando
Site d'escalade Cornflake	Duhamel-Ouest	Escalade
Sentiers partagés du lac d'Argent	Fugèreville	Rando, raquette
Sentier Cascade de la rivière Klock	Laforce	Rando, raquette
Sentiers du parc national Opémican	Laniel	Rando
Sentier de ski de fond de Laniel	Laniel	Ski de fond
Sentier Pointe-aux-Roches	Latulipe	Rando, raquette, vélo de montagne
Chutes à Ovide	Latulipe	Rando, raquette et ski de fond
Sentiers de l'Entrevent	Laverlochère	Rando, raquette et ski de fond
Sentier du lac Zoël	Lorrainville	Rando
Sentier du lac bleu	Moffet	Rando
Sentier écologique du Témiscamingue	Nédélec	Rando
Sentier de ski de fond	Notre-Dame-du-Nord	Ski de fond
Sentier de l'eau-delà	Notre-Dame-du-Nord	Rando
Sentier Obikoba	Rémigny	Rando, raquette
Camp des As	St-Eugène-de-Guigues	Hébertisme
Circuit cyclable et piétonnier Roger Labrosse	Témiscaming	Rando, vélo
Ski de fond Témiscaming	Témiscaming	Ski de fond
Sentiers du parc national Opémican	Témiscaming (Opémican)	Rando
Sentiers de VTT	Témiscamingue	Quad
Sentiers de motoneige	Témiscamingue	Motoneige
Nastawgan Trials	Témiskaming	Rando
Devil's Rock Hiking Trail	Temiskaming Shores	Rando
Pete's Dam Park	Temiskaming Shores	Rando
Stato Trail	Temiskaming Shores	Rando
Site d'escalade Chibekana	Ville-Marie	Escalade
Zec Kipawa	Zone des zecs	Canot et kayak, pêche
Zec Dumoine	Zone des zecs	Canot et kayak, pêche
Zec Restigo	Zone des zecs	Canot et kayak, pêche
Zec Maganasipi	Zone des zecs	Canot et kayak, pêche

PROMOTEURS D'AVENTURE

Ferme du Centaure	Fugèreville	Cours d'équitation
École Surf On	Kipawa	Cours de Surf, traineau à chien
École de voile	Notre-Dame-du-Nord	Cours de voile
Parc national d'Opémican	Opémican	Interprétation / animation
Paddle board/yoga Joanie Morin	Témiscaming	Activités en surf à pagaie

CENTRES D'INTERPRÉTATION DE LA NATURE

Centre d'interprétation de la Guêpe	Laverlochère	Ruches
Centre d'interprétation Becs et jardins	Nédélec	
L'Gros Trappeur	Nédélec	Trappe
Fossilarium	Notre-Dame-du-Nord	Fossils

ÉQUIPEMENT PLEIN AIR EN LOCATION

Parc national d'Opémican	Laniel	Location de canots et de kayaks
Aventure Obikoba	Rémigny	Location de kayaks
Algonguin Canoe Company Témiscaming	Témiscaming	Location de canots et de kayaks
Les p'tits Roberge	Ville-Marie	Location de kayaks

MARINAS

Marina de Kipawa	Kipawa	
Marina Tête-du-lac	Notre-Dame-du-Nord	
Marina municipale de Témiscaming	Témiscaming	
Marina Haileybury	Temiskaming Shores	
Marine New Liskeard Waterfront	Temiskaming Shores	
Marina municipale de Ville-Marie	Ville-Marie	

CENTRE DE DÉTENTE

La Bannik	Duhamel-Ouest	
-----------	---------------	--

SITES PATRIMONIAUX

Lieu historique national du Fort-Témiscamingue	Duhamel-Ouest	Visite
Circuit patrimonial Balado Web	Fugèreville	Visite
Musée de Guérin	Guérin	Visite
T.E. Draper/Chantier Gédéon	Notre-Dame-du-Nord	Visite
Église de Rémigny	Rémigny	Visite

Domaine Breen	St-Bruno-de-Guigues	Visite
Musée de la Gare	Témiscaming	Visite
Circuit d'interprétation des anciennes conduites forcées	Témiscaming	Visite
Maison du Frère-Moffet	Ville-Marie	Visite
Grotte Notre-Dame-de-Lourdes	Ville-Marie	Visite
Tour de ville historico-anecdotico humoristique	Ville-Marie	Visite
ATELIERS ET GALERIES D'ART		
La Galerie Notre-Dame	Lorrainville	
La Fabrique de Geppetto	Témiscaming	
Algonguin Canoe Company	Témiscaming	
Jo's Art Studio	Ville-Marie	
Le Rift Galerie, Théâtre, Cinéma	Ville-Marie	
Verrerie de la montagne	Ville-Marie	

OEUVRES D'ART EN PLEIN AIR

Monuments Pensionnats autochtones	Kebaowek	
Totem Kebaowek	Kebaowek	
Pavillon Autochtone	Kebaowek	
Murale de Laniel	Laniel	
Murales du pont Latulipe	Latulipe	
Fontaine de Venise	Témiscaming	
Le Puits à souhaits	Témiscaming	
Œuvres aux portes d'entrée	Ville-Marie	
Sculpture À l'Écoute de la Sibylle	Ville-Marie	

VISITES INDUSTRIELLES

Centrale de la Première-Chute	Notre-Dame-du-Nord	
Circuit d'interprétation des anciennes conduites forcées	Témiscaming	

AGROTOURISME

Vers Forêt	Angliers	
Verger des Tourterelles	Duhamel-Ouest	
Domaine DesDuc	Duhamel-Ouest	
Jardins de l'Île	Duhamel-Ouest	
Domaine Richpin	Duhamel-Ouest	

Œufs Francaye	Fugèreville	
Érablière au p'tit Calain	Fugèreville	
Bleuetière de Guérin	Guérin	
Jardins de Lily	Latulipe	
Ferme GéliJean	Légumes et fruits	
Fromagerie Le Fromage au Village	Lorrainville	
Bleuetière du Montreuil	Nédélec	
Ferme Nordvie	Saint-Bruno-de-Guigues	
Miel Abitémis	Saint-Bruno-de-Guigues	
L'Éden Rouge	Saint-Bruno-de-Guigues	
Les Chocolats Martine	Ville-Marie	
La Faluche de Notre-Dame	Ville-Marie	
Les Maraîchers urbains	Ville-Marie	

RESTAURANTS

Rest O Pub des Quinze	Angliers	Cuisine familiale
Rest-O-Gîte Paquin	Belleterre	Cuisine familiale
Resto-Bar Bellecity	Belleterre	Cuisine familiale
La Bannik	Duhamel-Ouest	Fine cuisine
Resto-dépanneur Souvenirs d'Antan	Guérin	Cuisine familiale
Migizy Gas and Restaurant	Kebaowek	Cuisine familiale
La Lucarne	Laniel	Cuisine familiale
Pourvoirie Camping Eau Gillies	Latulipe	Cuisine familiale
Restaurant O chemin Faissant	Latulipe	Cuisine familiale
Chez le Lièvre / Café Buvette	Laverlochère	Fine cuisine
Casse-croûte Bournival	Lorrainville	Restauration rapide
L'Étoile de l'Est	Moffet	Cuisine familiale
Rendez-vous des Quinze	Notre-Dame-du-Nord	Cuisine familiale
Restaurant Maxime Steak House	Notre-Dame-du-Nord	Cuisine familiale
Casse-Croute la Fritobec	Notre-Dame-du-Nord	Restaurant rapide
Camps Ronoda (fermé)	Rémigny	Cuisine contemporaine
L'édén Rouge / Table champêtre	Saint-Bruno-de-Guigues	Fine cuisine
Resto La Coopérative de solidaritité de la veille école	Saint-Eugène-de-Guigues	Restauration rapide
Brassette TemRose	Témiscaming	Cuisine familiale
Subway	Témiscaming	Restauration rapide

Restoroute	Témiscaming	Cuisine familiale
Hong Kong	Témiscaming	Mets Chinois
Station Centre Ville : Cuisine Gourmande	Témiscaming	Prêt-à-manger
Café Royale et Euphoria Smoothie	Témiscaming	Bistro
Auberge Canadienne	Témiscaming	Cuisine familiale
Eugène Auberge Bistro	Ville-Marie	Fine cuisine
Barbe Broue Pub	Ville-Marie	Cuisine contemporaine
Bistro chez Pascale	Ville-Marie	Cuisine familiale
Bistro Le Saint-Anne	Ville-Marie	Cuisine contemporaine
Caféier-Boustifo	Ville-Marie	Cafés et Bistros
La Gaufrière	Ville-Marie	Cuisine familiale
La Gauloise	Ville-Marie	Restauration rapide
Poulet Frit Chester	Ville-Marie	Restauration rapide
Brassette 101	Ville-Marie	Cuisine familiale
Poulet Frit Chester	Ville-Marie	Restauration rapide
Restaurant le Motel Louise	Ville-Marie	Cuisine familiale
Hôtel & Suites Manoir du lac Témiscamingue	Ville-Marie	Cuisine familiale
Motel Louise	Ville-Marie	Cuisine familiale
RAVITAILLEMENT		
Marché Léane	Angliers	Épicerie
Dépanneur Marie-Soleil	Angliers	Dépanneur / essence
Magasin Hein	Belleterre	Épicerie / essence
Dépanneur Vieux Fort Enr (fermé)	Duhamel-Ouest	Dépanneur
Épicerie Micheline	Fabre	Épicerie
Larochelle Station de Service	Fabre	Dépanneur / essence
Épicerie Bergeron	Fugèreville	Dépanneur
Dépanneur Gauthier	Fugèreville	Dépanneur / essence
Resto-dépanneur Souvenirs d'Antan	Guérin	Dépanneur
Migizy Gas and Restaurant	Kebaowek	Dépanneur / essence
Magasin Devlin 2009	Laforce	Dépanneur / essence
Marché Méli-Mélo	Latulipe	Épicerie
Marché Bonichoix	Laverlochère	Épicerie / essence
Épicerie Bergeron	Laverlochère	Épicerie

IGA	Lorrainville	Épicerie
Marché Bonichoix	Notre-Dame-du-Nord	Épicerie
Dépanneur Rachel Roy	Notre-Dame-du-Nord	Essence
Dépanneur 7 sur 7	Saint-Bruno-de-Guigues	Dépanneur
Ultramar	Saint-Bruno-de-Guigues	Essence
Resto La Coopérative de solidarité de la veille école	Saint-Eugène-de-Guigues	Dépanneur / Restaurant
Provigo	Ville-Marie	Épicerie
Kuzzin	Winneway	Dépanneur / essence

HÉBERGEMENT

Rest O Pub des Quinze	Angliers	Chambre à louer
Rest-O-Gîte Paquin	Belleterre	Gîte touristique
La Bannik (Ambiance plus)	Duhamel-Ouest	Chalets et cabines
La Maison de Sol-Ré	Duhamel-Ouest	Chalets et résidences de tourisme
Chalets, Hôtel & Spa Témikami	Duhamel-Ouest	Chalets et résidences de tourisme
La Maison du Lac	Fabre	Chalets et résidences de tourisme
"Évasion Témis-Camping (ancien Domaine de la Baie-Gillies) "	Fugèreville	Hôtel/Auberge/Appartement
Chalet Bel-Air	Lac Booth (Témiscaming)	Gîte touristique
L'Avant Poste de Kipawa	Lac Tee (Témiscamingue)	Chalets
Pointe-aux-pins	Laniel	
Parc national Opémican	Laniel	Prêt-à-camper
Camp La Lucarne/ Pourvoirie Anishnabek	Laniel	Chalets
Pourvoirie Camping Eau Gillies	Latulipe	Chalets
La résidence Pagési	Lorrainville	Chalets et résidences de tourisme
Auberge du lac ??	Notre-Dame-du-Nord	Chambre et pension
Motel Aventure	Notre-Dame-du-Nord	
Motel Coutu	Notre-Dame-du-Nord	Hôtel-Motel
Aventure Obikoba	Rémigny	Refuges (lac)
Villa sous les Frênes	Saint-Bruno-de-Guigues	Chalets et résidences de tourisme
Projet d'hébergement de Valérie Girard	Saint-Bruno-de-Guigues	Hébergement insolite
Chalet chez Lyne et Sylvain	Saint-Eugène-de-Guigues	Chalets et résidences de tourisme

Camping le Ptit Paradis	Sainte-Eugène-de-Guigues	Chalet
Auberge Canadienne	Témiscaming	Hôtel-Motel
Motel au Bercaill	Témiscaming	Hôtel-Motel
Auberge Temrose (Ambiance plus)	Témiscaming	Auberge
Studio 323	Témiscaming	
Hébergement Station Centre -Ville	Témiscaming	
Parc national Opémican (Ambiance plus)	Témiscaming	Prêt-à-camper
Eugène Auberge Bistro (Ambiance plus)	Ville-Marie	Auberge
Auberge de jeunesse MAEVA	Ville-Marie	Auberge de jeunesse
La Faluche	Ville-Marie	Gîte touristique
Motel Louise	Ville-Marie	Hôtel-Motel
Les Chocolats Martine	Ville-Marie	Gîte touristique
Hôtel & Suites Manoir du lac Témiscamingue	Ville-Marie	Gîte touristique

CAMPING

Évasion Témis-Camping ancien Domaine de la Baie-Gillies	Fugèreville	Camping payant
Camping municipal d'Angliers	Angliers	Camping aménagé
Camping La Bannik (Ambiance plus)	Duhamel-Ouest	Camping payant
L'Avant Poste de Kipawa	Lac Tee (Témiscamingue)	Camping payant
Camping de Laforce	Laforce	Camping payant
Parc national Opémican (Ambiance plus)	Laniel	Camping payant
Camping Laniel	Laniel	
Pourvoirie Camping Eau Gillies	Latulipe	Camping payant
Camping routier	Lorrainville	Camping aménagé
Camping Rémigny	Rémigny	Camping payant
Camping	Rémigny, lac Lebret	Camping sans service payant
Camping le Ptit Paradis	Sainte-Eugène-de-Guigues	Camping payant
Beauchêne	Témiscaming	Camping payant
Camping Urbain	Témiscaming	Camping payant

POURVOIRIES

Algonquin Canoe Company : Le chalet	Hunter's Point	Wilderness Accomodation
Camp Kipawa	Kipawa, lac Kipawa	Pourvoirie
Chalet Alwaki Lodge	Kipawa, lac Kipawa	Pourvoirie
L'Appel du Nord / Call of the North Resort	Lac Booth	Pourvoirie

Dumoine Lake Cottage	Lac Dumoine	Pourvoirie
Camp Coucoushee	Lac Kikwissi, Zec Kipawa	Pourvoirie
La Pointe du Phénix	Lac Kipawa	Pourvoirie
Pourvoiries La Vallée des Cèdres / Cedar Valley Lodge	Lac Kipawa, Baie Crooked	Pourvoirie
Chalet du Huard	Lac Kipawa, Baie du Huard	Pourvoirie
Pavillons des deux lunes / Two Moon Outpost Lodge	Lac Kipawa, Baie du Huard	Pourvoirie
Miwapanee Lodge and Spa	Lac Kipawa, Dead Bear Bay	Pourvoirie
Chalets Miller-McKenzie / Miller's Camp Mckenzie	Lac Kipawa, île McKenzie	Pourvoirie
L'Avant-Post de Kipawa / Kipawa Outpost	Lac Kipawa, Kipawa	Pourvoirie
Camp de la Baie-Smith	Lac Kipawa, Passe à Bouteillette	Pourvoirie
Pavillon Kipawa / Kipawa Lodge	Lac Kipawa, Passe Edwards	Pourvoirie
White Lake Cabins	Lac Marsac	Pourvoirie
Pavillon du lac Ogascanan / Lake Ogascanan Lodge and Outposts	Lac Ogascanan, Zec Kipawa	Pourvoirie
Pourvoirie Pommeroy	Lac Pommeroy	Pourvoirie
Camp Éloigné du lac Sasseginaga / Sasseginaga Outpost	Lac Sasseginaga, Zec Kipawa	Pourvoirie
Chalet St-Hubert	Lac Windy	Pourvoirie
Camp des 3 saisons	Laniel	Pourvoirie lac Kipawa
Camp La Lucarne	Laniel	Pourvoirie
Chalets Pointes aux Pins	Laniel	Pourvoirie
Chalets baie des Plongeurs / Taggart Bay Lodge	Laniel, lac Kipawa	Pourvoirie
Pourvoirie Driftwood	Moffet	Chalets et résidences de tourisme
Camps Ronoda (Ambiance plus)	Rémigny	Pourvoirie, chalet
Cabines Dulong	Rémigny	Pourvoirie
Beauchêne Wilderness Lodge	Témiscaming	Pourvoirie
TBL Outpost		Pourvoirie
Landrialt Outpost		Pourvoirie
Lake Sasseginaga Lodge		Pourvoirie
Bush Country Camp		Pourvoirie



**ANNEXE 3
PARTENAIRES
TOURISTIQUES
POTENTIELS**



ABITIBI

ROUYN-NORANDA

Parc Aventure Joannès	Rouyn-Noranda	Parcours d'hébertisme aérien Arbre en arbre
Centre Plein Air du mont Kanasuta	Rouyn-Noranda	Centre de plein air
Parc national d'Aiguebelle	Rouyn-Noranda	Parc national
Mudra - Espace sportif	Rouyn-Noranda	Centre d'escalade intérieur
Guillaume Rivest (entreprise en démarrage)	Rouyn-Noranda	Producteur d'aventure - multi-activités
Abitibi & Co	Rouyn-Noranda	Manufacturier - canot et kayak
Centre Éléphant	Rouyn-Noranda	Producteur d'aventure - Surf à pagaie, yoga
Vivosup	Rouyn-Noranda	Producteur d'aventure - Surf à pagaie
Club d'escalade Le Rappel du Nord	Rouyn-Noranda	Club d'escalade
Centre Équestre chez Mylou	Rouyn-Noranda	Centre équestre
Chenil d'Aiguebelle	Rouyn-Noranda	Producteur d'aventure - Chien de traîneau

LA SARRE

Traversée du lac Abitibi	La Sarre	Expédition en ski nordique
Coopérative en plein air (projet)	La Sarre	Producteur d'aventure

AMOS-HARRICANA

Bercé par l'Harricana	Pikogan	Producteur d'aventure Anicenabek
Labyrinthe des insectes	Amos	Interprétation de la nature
Camp de base Abitibi	Preissac	Producteur d'aventure - Escalade
Club Eau Vive Abitibi (CEVA)	Amos	Cours de kayak d'eau vive
Club plein air - Polyvalente La Forêt	Amos	Concentration Plein Air
Mont-Vidéo	Barraute	Centre de plein air
Chenil du Chien Loup	Berry	Producteur d'aventure - chien de traîneau et expédition en canot
La Meute	Trécesson	Producteur d'aventure - chien de traîneau
Refuge Pageau	Amos	Interprétation de la nature

VALLÉE-DE-L'OR

Projet Kinawit	Val-d'Or	Centre en plein air Anicinabe
Forêt récréative de Val-d'Or	Val-d'Or	Centre de plein air
Réserve faunique La Vérendrye	Vallée-de-l'Or	Réserve faunique
Canot-Camping La Vérendrye	Le Domaine	Locateur d'équipement
Husky Aventure Harricana	Val-d'Or	Producteur d'aventure - chien de traîneau
Eau vive Expérience	Val-d'Or	Cours de kayak d'eau vive
Entre Lemoine et l'arbre	Val-d'Or	Hébergement insolite