

Plan stratégique de développement de l'offre touristique 2007-2011

MRC de Coaticook

Rapport final

Février 2007

Table des matières

1. Mise en contexte	3
2. Bilan du <i>Plan de développement de l'offre touristique des Cantons-de-l'Est 2001-2005</i>	5
2.1 Bilan des orientations stratégiques 2001-2005	5
2.2 Pistes d'actions 2001-2005	6
3. Analyse de l'hébergement et des services touristiques	10
3.1 Portrait de l'hébergement touristique de la MRC de Coaticook	10
3.2 Restauration et autres services	15
4. Analyse des produits touristiques	17
4.1 Portrait et performance de l'offre touristique.....	17
4.2 Analyse des produits touristiques de la MRC de Coaticook.....	18
5. Portrait des marchés et clientèles	22
6. Forces et opportunités, faiblesses et contraintes	24
7. Cadre stratégique	26
7.1 Principes directeurs.....	26
7.2 Rôle du CLD de Coaticook, de Tourisme Cantons-de-l'Est et des partenaires.....	26
8. Orientations stratégiques	32
9. Stratégies de développement	36
9.1 Stratégies générales de développement.....	36
9.2 Stratégies de développement de l'offre touristique	38
10. Conditions de succès	44
Annexe 1 – Tendances à prendre en compte pour le développement de l'offre touristique	45
Annexe 2 – Orientations stratégiques régionales de développement de l'offre touristique	50

Liste des tableaux

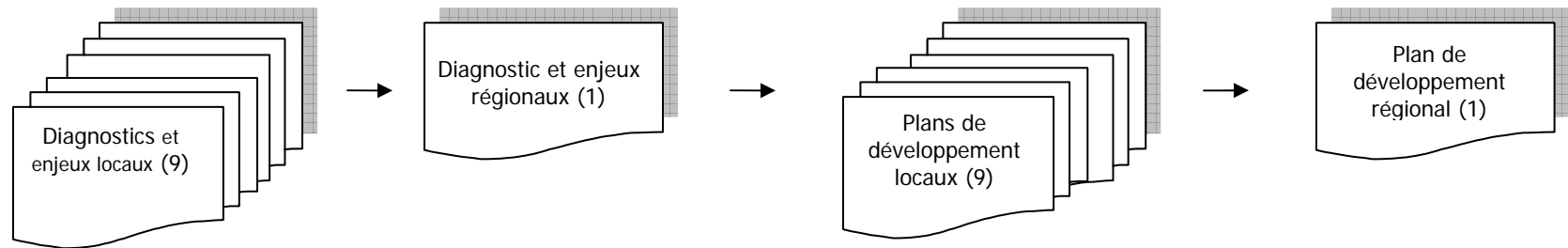
Tableau 1 – Évaluation des grandes orientations du Plan de développement 2001-2005.....	5
Tableau 2 – Orientations du Plan de développement et pistes d'action 2001-2005	6
Tableau 3 – Évaluation comparative des pistes d'actions proposées dans le plan de développement 2001-2005	7
Tableau 4 – Évolution de l'offre en hébergement 1995-2005.....	10
Tableau 5 – Nombre de résidences secondaires par municipalité	11
Tableau 6 – Nombre d'établissements selon la classification en 2005	12
Tableau 7 – Répartition des nuitées par produit d'appel.....	17
Tableau 8 – Fréquentation des attraits touristiques	18
Tableau 9 – Évolution du nombre de touristes et d'excursionnistes.....	22

1. Mise en contexte

Le type de démarche de planification

Une démarche de planification locale et régionale innovatrice

Pour la première fois au Québec, le plan de développement régional de l'offre touristique a été réalisé en synergie, en partenariat et en parallèle avec les plans de développement locaux à l'échelle des MRC. Ainsi chacun des plans de développement alimentent les autres. Pour la région des Cantons-de-l'Est, il s'agit de neuf plans locaux et d'un plan régional. La MRC de Coaticook a participé activement à cette démarche. Le schéma suivant esquisse les grandes étapes du plan de travail retenues pour la réalisation du mandat. Il s'agit d'un plan quinquennal de développement.



Cette démarche régionale et locale, soutenue par Développement économique Canada ainsi que les SADC concernées, est coordonnée par Tourisme Cantons-de-l'Est et réalisée avec la participation active des conseillers touristiques de chacune des MRC. La présente démarche a comme objectif de mettre la priorisation au cœur des préoccupations tout en prenant en compte l'expérience-client comme base d'analyse.

Les objectifs du mandat et travaux réalisés

- ❖ Il s'agit d'abord de réaliser un diagnostic de l'offre touristique actuelle de la MRC à partir des données existantes et des éléments de diagnostic local permettant de quantifier et de qualifier les expériences touristiques susceptibles d'être soit des produits d'appel soit des produits de support.
- ❖ Ensuite, la démarche vise à réaliser un plan de développement local pour chacun des territoires de MRC en harmonie avec le plan régional, mais correspondant bien à la réalité de chaque territoire.

Nous avons préconisé une approche concise et schématique et les actions réalisées sont les suivantes :

- ❖ Grille d'analyse du développement touristique complétée par le CLD ;
- ❖ Étude de la documentation existante et disponible ;
- ❖ Atelier de travail avec les intervenants concernés de la MRC basé sur la grille d'analyse du développement touristique préalablement complétée par le CLD ;
- ❖ Rédaction du diagnostic et des enjeux locaux et validation par les partenaires de la région dans le cadre d'un deuxième atelier de travail ;
- ❖ Établissement des stratégies de développement de l'offre touristique au plan local et priorisation des interventions à entreprendre.

2. Bilan du *Plan de développement de l'offre touristique des Cantons-de-l'Est 2001-2005*

2.1 Bilan des orientations stratégiques 2001-2005

Le plan de développement de l'offre touristique des Cantons-de-l'Est 2001-2005 proposait trois grandes orientations stratégiques:

- ❖ Mise en valeur du caractère distinctif et constitutif des Cantons-de-l'Est;
- ❖ Développement de pôles structurants et moteurs (Granby-Bromont, Magog-Orford Owl's Head, Sherbrooke et Mégantic) ;
- ❖ Renforcement d'avantages concurrentiels facilitant l'accessibilité et l'organisation, la qualité et l'accueil, la formation.

L'atteinte de ses orientations ont été évaluées par l'ensemble MRC des Cantons-de-l'Est à l'aide d'un questionnaire; les MRC ont pu évaluer le degré d'intensité avec lequel ces orientations ont été suivies, c'est-à-dire selon les quatre niveaux suivants : **avec intensité, moyennement, peu** ou **pas du tout**. Le tableau suivant présente le niveau d'atteinte de la MRC de Coaticook versus celui de l'ensemble de la région.

Tableau 1 – Évaluation des grandes orientations du Plan de développement 2001-2005

ORIENTATIONS	BILAN 2001-2005
	RÉGION DE COATICOOK
Mise en valeur du caractère distinctif et constitutif des Cantons-de-l'Est	Avec intensité
Développement de pôles structurants et moteurs (Granby-Bromont, Magog-Orford Owl's Head, Sherbrooke et Mégantic)	n.a.
Renforcement d'avantages concurrentiels facilitant l'accessibilité et l'organisation, la qualité et l'accueil, la formation	Moyennement

2.2 Pistes d'actions 2001-2005

Les trois grandes orientations stratégiques définies dans le plan de développement de l'offre touristique des Cantons-de-l'Est 2001-2005, ont été déclinées en seize pistes d'action spécifiques :

Tableau 2 – Orientations du Plan de développement et pistes d'action 2001-2005

ORIENTATIONS STRATÉGIQUES 2001-2005	PISTES D'ACTION 2001-2005
MISE EN VALEUR DU CARACTÈRE DISTINCTIF ET CONSTITUTIF DES CANTONS-DE-L'EST	1. Protection et mise en valeur du caractère historique et patrimonial
	2. Écotourisme et plein air quatre saisons
	3. Agrotourisme et tourisme rural
	4. Événements sportifs et culturels
	5. Arts et culture
	6. Protection et mise en valeur des paysages
	7. Panoramas lacustres et bord de l'eau
	8. Auberges, gîtes et centres de santé
	9. Expérience hivernale et printanière
DÉVELOPPEMENT DE PÔLES STRUCTURANTS ET MOTEURS (GRANBY-BROMONT, MAGOG-ORFORD OWL'S HEAD, SHERBROOKE ET MÉGANTIC)	10. Développement d'une zone touristique 4 saisons (couloir Magog-Orford / Owl's Head)
	11. Renforcement du pôle Granby-Bromont
	12. Renforcement de Sherbrooke comme métropole régionale
RENFORCEMENT D'AVANTAGES CONCURRENTIELS FACILITANT L'ACCESSIBILITÉ ET L'ORGANISATION, LA QUALITÉ ET L'ACCUEIL, LA FORMATION	13. Renforcement du Parc du Mont-Mégantic et de ses environs comme pôle majeur
	14. Accessibilité et organisation
	15. Qualité
	16. Formation

À l'aide du questionnaire mentionné précédemment, les MRC et Tourisme Cantons-de-l'Est ont pu faire le bilan et préciser quels pistes et plans d'actions avaient été prioritaires au cours des années 2001-2005, en utilisant l'échelle suivante : **prioritaire, important sans être prioritaire, secondaire** ou non-applicable. De la même façon, ces intervenants ont porté une vision à long terme et inscrit quelles pistes d'actions seront prioritaires au cours des prochaines années. Ceci ne se veut pas une liste exhaustive des réalisations effectuées dans la région, mais plutôt une présentation des projets majeurs qui ont eu des retombées régionales. Voici les principales conclusions dans les tableaux suivants :

Tableau 3 – Évaluation comparative des pistes d'actions proposées dans le plan de développement 2001-2005

PISTES ACTIONS 2001-2005	BILAN 2001-2005		VISION 2006-2010
	COATICOOK	CANTONS-DE-L'EST	COATICOOK
Protection et mise en valeur du caractère historique et patrimonial	Important sans être prioritaire	Prioritaire	Important sans être prioritaire
<i>Réalisations 2001-2005 dans la MRC de Coaticook :</i>			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mises sur pied des circuits photo découverte. ✓ Arrivée des deux circuits piétonniers à Coaticook. ✓ Plusieurs projets locaux de mise en valeur du patrimoine. 			
Écotourisme et plein air quatre saisons	Important sans être prioritaire	Important sans être prioritaire	Important sans être prioritaire
<i>Réalisations 2001-2005 dans la MRC de Coaticook :</i>			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ouverture du Parc Découverte nature. ✓ Ajout d'une fermette au Parc de la Gorge. ✓ Mise sur pied de forfaits (familiaux et plein air) qui doivent être mis en marché. ✓ Mise en valeur des sites ornithologiques. ✓ Structuration de projets touristiques dédiés à la clientèle scolaire. 			
Agrotourisme et tourisme rural	Prioritaire	Prioritaire	Prioritaire
<i>Réalisations 2001-2005 dans la MRC de Coaticook :</i>			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Renforcement et amélioration de nos outils de promotion (carte-napperon et brochure Coaticook). ✓ Vente de produits régionaux au BAT. ✓ Projet de signalisation ✓ Bonification des produits existants (activités d'interprétation et d'animation) 			

PISTES ACTIONS 2001-2005	BILAN 2001-2005		VISION 2006-2010
	COATICOOK	CANTONS-DE-L'EST	COATICOOK
Événements sportifs et culturels	Secondaire	Important sans être prioritaire	Secondaire

Réalisations 2001-2005 dans la MRC de Coaticook :

- ✓ La majorité des événements de la région sont organisés par des communautés directement dans les villages, des équipes de bénévoles ou de permanents (Festival du Lait). Tous reçoivent un support de la part du CLD qui en fait la promotion dans ces différents outils. En particulier, la programmation de *St-Laurent s'endimanche* du Lieu historique national Louis-S. St-Laurent rencontre cette stratégie.

Arts et culture	Important sans être prioritaire	Important sans être prioritaire	Important sans être prioritaire
------------------------	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

Réalisations 2001-2005 dans la MRC de Coaticook :

- ✓ Circuits photo découverte rencontre cette stratégie.

Protection et mise en valeur des paysages	Important sans être prioritaire	Important sans être prioritaire	Important sans être prioritaire
--	---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

Réalisations 2001-2005 dans la MRC de Coaticook :

- ✓ Circuits photo découverte rencontre cette stratégie.
- ✓ Sites ornithologiques intégrés au schéma d'aménagement de la MRC pour assurer leur pérennité.

Panoramas lacustres et bord de l'eau	n.a.	Secondaire	Secondaire
Auberges, gîtes et centres de santé	Secondaire	Important sans être prioritaire	Prioritaire
Expérience hivernale et printanière	Secondaire	Recul du secteur	Secondaire
Accessibilité et organisation	Prioritaire	Prioritaire	Prioritaire

Réalisations 2001-2005 dans la MRC de Coaticook :

- ✓ Plusieurs circuits déjà en place.
- ✓ Début d'une offre de forfaits pour les groupes et la clientèle individuelle mais qui demande une meilleure structuration.
- ✓ Activités dédiées à la clientèle scolaire

PISTES ACTIONS 2001-2005	BILAN 2001-2005		VISION 2006-2010
	COATICOOK	CANTONS-DE-L'EST	COATICOOK
La qualité	Important sans être prioritaire	Important sans être prioritaire	Prioritaire
La formation	Important sans être prioritaire	Important sans être prioritaire	Important sans être prioritaire

Réalisations 2001-2005 dans la MRC de Coaticook :

- ✓ Des actions ont été entreprises mais abandonnées faute de temps afin de mieux informer les résidants (meilleurs ambassadeurs).

3. Analyse de l'hébergement et des services touristiques

Cette section présente une analyse de la situation de l'hébergement et la restauration dans la MRC de Coaticook ainsi que des autres services connexes sur le territoire. Nous présenterons des éléments de performance, les tendances observées ainsi que les problématiques et opportunités de développement.

3.1 Portrait de l'hébergement touristique de la MRC de Coaticook

Le portrait général de la situation

Ce premier tableau présente l'évolution de l'offre en hébergement pour la MRC de Coaticook. Comme on peut le constater, l'offre de la MRC de Coaticook correspond à seulement 2 % de l'offre hôtelière en termes de nombre de chambres des Cantons-de-l'Est. Toutefois, elle compte plus de 10 % de la capacité en résidence de tourisme.

Tableau 4 – Évolution de l'offre en hébergement 1995-2005

TYPE D'HÉBERGEMENT	NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS				NOMBRE D'UNITÉS			
	1995	2000	2005	TCE 2005	1995	2000	2005	TCE 2005
Établissements hôteliers	3	5	4	154	50	161	76	3 833
Gîtes touristiques	7	11	10	212	27	44	39	740
Résidences de tourisme (chalet)	3	11	20	173	11	38	70	661
Centres de vacances	2	2	2	39	250	250	250	3 232
Campings	3	6	6	90	228	400	580	12 451

Source : CLD de Coaticook et CITQ et Direction de la qualité des produits et des services touristiques, ministère du Tourisme

❖ Voici le portrait de l'offre en matière d'hébergement touristique :

- ✓ en matière d'**établissements hôteliers**, la MRC a connu une croissance de 52 % passant de 50 chambres en 1995 à 76 chambres en 2005. Il faut noter toutefois une importante baisse par rapport à 2000 (161 chambres) à cause de l'ouverture et le fermeture du Domaine / hôtel de Compton (King's Hall) ;

- ✓ en matière de **gîtes touristiques**, la MRC a connu une croissance de 44% passant de 27 chambres en 1995 à 39 chambres en 2005 ;
 - ✓ le nombre de **centre de vacances** est stable ;
 - ✓ la MRC de Coaticook a vu son nombre de **résidences de tourisme** croître de 11 unités en 1995 à 70 unités en 2005. À l'instar des autres MRC des Cantons-de-l'Est, on attribue en partie la croissance importante du nombre de résidences de tourisme à la nouvelle politique de classification davantage qu'à l'engouement, quoique non négligeable, pour ce type d'hébergement. Toutefois, il ne faut pas perdre de vue que la majorité des résidences de tourisme disponibles sur le territoire ne sont pas encore classifiées.
 - ✓ les **campings ont connu une croissance exceptionnelle de leur capacité d'accueil de plus de 154 %** en dix ans, ce qui est largement au-delà de la croissance régionale (25 %). Un des terrains est directement sur le site d'un des principaux attraits de la région : la Gorge de Coaticook. Ce terrain compte à lui seul plus de 25 % de la capacité portante de la MRC et le camping de Compton compte quant à lui 44 % de la capacité.
- ❖ La région des Cantons-de-l'Est est définitivement caractérisée par la forte présence sur son territoire de **résidences secondaires** ; on en compte plus de 14 000. Sur le territoire de la MRC de Coaticook, le volume de résidences secondaires est évalué à 592 habitations (soit 4,2 % des résidences secondaires des Cantons-de-l'Est) fortement concentrées à St-Herménégilde (34 %) et dans le secteur de Coaticook-Baldwin (19 %).

Tableau 5 – Nombre de résidences secondaires par municipalité

	Municipalité												Total MRC	Total Cantons-de-l'Est
	Barnston-Ouest	Coaticook-Baldwin	Compton	Dixville	East-Hereford	Martinville	St-Hermén.	St-Malo	St-Venant	Ste-Edwidge	Stanstead-Est	Water-ville		
Nombre	42	112	61	11	12	8	202	59	24	3	53	5	592	14 003

Source : CLD de Coaticook

On peut qualifier l'offre d'hébergement touristique de la façon suivante :

- ❖ la **qualité de l'offre en matière d'établissements hôteliers est faible** : 75 % des établissements sont classifiés 2 étoiles ce qui est largement supérieur à l'ensemble de la région des Cantons-de-l'Est (48 %) ;
- ❖ Une des forces de la région se trouve certainement dans son offre de gîtes touristiques. On compte **huit gîtes touristiques sur dix qui sont classifiés quatre soleils**;

- ❖ Les **résidences de tourisme** sont aussi de bonne qualité. Il est important de spécifier que 11 des 20 résidences ne sont pas classifiées;

Tableau 6 – Nombre d'établissements selon la classification en 2005

TYPE D'HÉBERGEMENT	2 ÉTOILES ET MOINS		3 ÉTOILES		4 ÉTOILES		5 ÉTOILES	
	MRC	CANTONS	MRC	CANTONS	MRC	CANTONS	MRC	CANTONS
Établissements hôteliers	3	73	1	58	0	15	0	2
Gîtes touristiques	2	9	0	80	8	116	0	4
Résidences de tourisme	1	35	3	120	1	27	n.a.	n.a.
Centres de vacances	0	10	1	21	1	7	n.a.	n.a.
Camping	1	44	1	23	1	17	0	2

Source : CLD de la MRC de Coaticook, CITQ et base de données ministérielles, 26 avril 2006, ministère du Tourisme

NOTES :

- Données MRC = 2005 et données Cantons = 2006
- Le total des établissements pour la région des Cantons-de-l'Est diffère du total du tableau précédent car l'année de référence n'est pas la même.
- le total CANTONS et le total des MRC peuvent être différents puisque les sources varient d'une MRC à l'autre
- Il se peut que les totaux contenus dans le tableau 4 et dans ce tableau ne concordent. Ceci est dû au fait que certains lieux d'hébergement ne sont pas classifiés ou le seront sous peu.

Ce que nous constatons en matière d'hébergement touristique

- ❖ La MRC ne dispose que de peu de statistiques sur les taux d'occupation des établissements d'hébergement (sauf en saison estivale). Cependant, on peut estimer la situation locale en comparaison avec le taux d'occupation des Cantons-de-l'Est. Le taux d'occupation des **établissements hôteliers** sur le territoire de la MRC de Coaticook semble plus faible que celui des Cantons-de-l'Est qui est de 38,2 %. Le secteur est donc fragile. De façon générale, bien que la région de Coaticook ait connu une légère augmentation du nombre d'unités dans les établissements hôteliers du territoire depuis 1995, on peut constater que **l'offre d'hébergement touristique demeure limitée et instable**. Particulièrement, **l'offre hôtelière est vieillissante** et nécessiterait de nombreux investissements. Le cas du King's Hall est à évaluer de façon spécifique. En fait, la proximité des MRC de Memphrémagog et de Sherbrooke, où l'offre d'établissements hôteliers est plus élevée et plus diversifiée freine en quelque sorte le développement de ce type d'établissements dans la région. La région ne peut donc pas compter sur une offre hôtelière qui lui permettrait de développer les clientèles corporatives, de groupes et voire même une clientèle de destination d'agrément qui se déplacerait pour un produit d'appel majeur (ex. : lac, centre de ski, etc.) ;

- ❖ En ce qui a trait aux **gîtes touristiques**, l'offre a augmenté en dix ans. La performance des **gîtes touristiques** de la MRC semble supérieure à celle de l'ensemble des gîtes de la région des Cantons-de-l'Est dont le taux d'occupation est de près de 27 % (données 2001). La période de pointe s'échelonne de juillet à septembre. Cette offre est de qualité en général et s'intègre bien dans le tissu régional.
- ❖ Quant aux terrains de campings, on estime leur performance comme étant aussi supérieure à celle des terrains de la région des Cantons-de-l'Est dont le taux d'occupation est de près de 71 %. **Fait important sur le plan touristique, 69 % des sites sont destinés à une clientèle de passage.**
- ❖ En ce qui concerne les **résidences de tourisme**, on estime que l'offre dépasse largement ce qui est inscrit au tableau 4 puisque bon nombre de chalets sont offerts en location sans être inscrits à la CITQ. Ce phénomène n'est pas particulier qu'à la région des Cantons-de-l'Est, mais observé dans l'ensemble du Québec. Les impacts de ce phénomène sont évalués positivement dans la région de Coaticook: augmentation des dépenses dans les commerces, restaurants et services de la MRC, augmentation des revenus de taxation dans les municipalités et augmentation de la valeur foncière des résidences.
- ❖ Les **campings** performant généralement bien au niveau de l'achalandage et du développement. L'offre en camping est importante dans la région de Coaticook et la distingue bien dans l'ensemble des Cantons-de-l'Est. Précisons **que les intervenants touristiques de la région de Coaticook souhaitent que ce pôle de distinction qu'est l'offre de camping se développe encore plus.** Il faut préciser également que ce secteur s'inscrit dans une tendance lourde de croissance tant dans les Cantons-de-l'Est qu'au Québec. Toutefois, une problématique existe dans le secteur du camping : peu à peu ceux-ci se transforment en modèle de « resort park » ce qui est une perte pour l'industrie touristique.
- ❖ Fait à noter que les centres de vacances doivent être considérés dans l'offre d'hébergement touristique car ils accueillent des clientèles variées qui génèrent un certain achalandage.

La situation particulière au complexe hôtelier King's Hall

Un bref historique

Cette infrastructure importante de l'industrie touristique de la région de Coaticook et des Cantons-de-l'Est a connu une histoire récente tumultueuse :

- ❖ Développement au début des années 80 d'un développement touristique majeur basé sur un système de « time sharing » qui débutait à cette époque. Le complexe de Compton (qui s'appelait à l'époque Le Domaine Saint-Laurent) était jumelé à un autre grand complexe hôtelier à Montréal (le Nouvel hôtel). L'ensemble de l'entreprise a déclaré faillite quelques années plus tard. Il est difficile d'évaluer la rentabilité à cette époque de l'unité d'affaires de Compton, mais on dit de cet établissement qu'il était très rentable et engendrait de très bonnes retombées économiques dans la région.
- ❖ De 1992 à 1997, la Maharish Heaven on Earth Development (groupe de méditation transcendantale) achète le bâtiment et en change la vocation. L'édifice est remis en vente en 1997 et à l'automne 1998,
- ❖ M. Ted Greenwood et Mme Guylaine Rioux commencent à s'intéresser à l'endroit. La propriété passe aux mains des Greenwood le 30 avril 1999 qui le rénovent à grands frais et l'opèrent comme un établissement d'hébergement. À l'automne 2002 le King's Hall passe aux mains du Syndic Labelle Marquis.
- ❖ Plus récemment, soit en juillet 2004, un groupe d'investisseurs de New Jersey a acquis le site dans le but d'en faire un camp de vacances pour une communauté religieuse juive. La hausse du dollar canadien a freiné les ardeurs du groupe qui souhaite maintenant s'en départir mais à un coût élevé. Ces derniers n'ont pas fait de rénovations majeures depuis leur achat.

L'enjeu

On constate donc que ce site fait partie de l'histoire de l'industrie touristique de la région. La problématique actuellement soulevée est de savoir si la communauté de la région souhaite conserver cet actif dans des fonctions touristiques. De prime abord, deux éléments alimentent cette problématique :

- ❖ D'une part, la région se trouve face à un parc hôtelier de petite taille et de faible qualité qui limite le développement de certaines clientèles touristiques ;
- ❖ D'autre part, quoique ce site ait un certain caractère, il ne bénéficie pas de qualités intrinsèques importantes pour soutenir un développement touristique (ex. : un lac, une montagne, un centre de ski, un casino) et il n'y a pas de produit touristique d'appel à proximité pour appuyer le développement d'une hôtellerie majeure.

3.2 Restauration et autres services

La restauration, la gastronomie et la cuisine régionale

La restauration, la gastronomie et la cuisine régionale sont des volets importants de l'expérience touristique des visiteurs. La région des Cantons-de-l'Est a toujours historiquement été bien positionnée à cet égard. Également, on remarque l'émergence d'intérêts accrus des visiteurs pour ce volet des voyages. Il est donc important dans le cadre de la présente démarche de bien caractériser cet aspect de l'offre pour la MRC de Coaticook.

Quoique la restauration locale se caractérise davantage par des établissements offrant une cuisine de type « familial » répondant aux besoins de la population, **on constate qu'elle est de plus en plus variée et de bonne qualité**. Elle s'adresse certes à la clientèle locale, mais de plus en plus aux touristes. Les restaurateurs commencent à être plus conscients que les touristes peuvent leur apporter de bonnes affaires.

La **restauration haut de gamme, typique, de terroir est à la hausse sur le territoire**. Cinq entreprises de cuisine fine et du terroir sont en opération depuis plusieurs années : Auberge des Grands Jardins, Auberge Le Bocage, La Table du Pont Couvert, Le Coffret de l'Imagination, la Ferme Martinette. Depuis 2005, de nouvelles entreprises viennent s'ajouter : le Cinquième Élément, Au Cœur du temps, Aux goûts du monde. C'est un secteur très dynamique dans la région, principalement autour de Compton. **De plus, il existe un véritable maillage entre producteurs, transformateurs agroalimentaires et restaurateurs**. Tous les restaurateurs cités précédemment y sont impliqués. Également, plusieurs producteurs distribuent leurs produits localement: Verger le Gros Pierre, BioBon, Domaine Félibre, Apéri-fruits compton, Pisciculture des Bobines, Fromagerie La Station, Fromagerie La Germaine, Ferme Groleau (Beurrerie du Patrimoine), Laiterie de Coaticook et plusieurs autres. De plus en plus de tables offrent les produits locaux.

Autres services touristiques

- ❖ On retrouve sur le territoire de la MRC de Coaticook un bureau d'accueil touristique (BAT) ouvert à l'année et géré par le CLD. Il n'y a pas de centrale de réservation. Le BAT propose des forfaits pour la clientèle de groupe (25 personnes et +) et, pour l'été 2007, pour la clientèle individuelle de passage dans la région via le site Internet du CLD. C'est un nouveau service qui s'implante petit à petit.
- ❖ De plus, de nombreux circuits, qui gagnent de plus en plus en popularité, sont offerts et proposés aux visiteurs via différents outils d'information :
 - ✓ **La route du marché**, réunissant près de 40 producteurs et transformateurs, présentée par la carte et le site Internet Produitsdelaferme.com

- ✓ **Les six circuits photo découverte** qui permettent de découvrir les beaux paysages, d'apprendre sur l'histoire de la région et d'immortaliser le tout sur pellicule photo. Les visiteurs peuvent se procurer une trousse de découverte et de l'information sur le site Internet circuitsphotocoaticook.org et au Bureau d'accueil touristique.
 - ✓ **Le guide du promeneur, Promenades architecturales et Patrimoine industriel** sur le patrimoine de Coaticook.
 - ✓ **La liste des 11 sites ornithologiques** distincts (un 12^e est sur le point de s'ajouter à la liste) dont la promotion se fait via le site Internet du CLD et des forfaits ornithologiques.
- ❖ Enfin, la région connaît **des problèmes au niveau de la signalisation et d'accessibilité** qui se situe à trois niveaux :
- ✓ au niveau de l'accès à notre région (la MRC n'étant pas en lien direct avec aucune autoroute) ;
 - ✓ au niveau de la circulation dans nos terres, et finalement ;
 - ✓ au niveau de l'affichage.

Pour contrer ces difficultés, une **politique de signalisation locale** est en développement; elle comporte trois volets :

- ✓ Le premier volet se résume à une demande concertée de modification de la signalisation à la sortie 121 de l'autoroute 10-55 en provenance de Québec afin d'y inscrire le nom de « Coaticook » comme c'est d'ailleurs le cas à la même hauteur en provenance de Montréal.
- ✓ Parce que la plupart des attraits sont ruraux et donc, sortent des grandes artères routières, le deuxième volet concerne l'amélioration de la circulation dans les terres par des panneaux directifs locaux. Cet aspect est encore à l'étape de faisabilité.
- ✓ Le dernier volet est en fait la poursuite du projet de concertation « Image » qui a donné naissance à l'image régionale (logo). Concrètement, ce dernier volet veut exporter le logo de la région sur les panneaux d'affichage des principales entreprises touristiques afin d'uniformiser l'image régionale, mais aussi afin de rassurer le visiteur qu'il est arrivé à bon port.

4. Analyse des produits touristiques

Cette section présente une analyse de l'offre touristique actuelle sur le territoire de la MRC de Coaticook. L'objectif n'est pas de dresser un inventaire complet de l'offre, mais plutôt d'identifier les principales forces sur lesquelles la région peut asseoir son développement touristique et les principales problématiques qui le freinent dans le but d'élaborer des stratégies adéquates.

4.1 Portrait et performance de l'offre touristique

Performance des produits touristiques

Le tableau suivant présente le poids relatif des produits d'appel¹ de la MRC de Coaticook en termes de pourcentage des visites-région et des nuitées générées. Cette répartition n'est pas parfaite, puisque qu'elle basée sur différentes sources ayant toutes des marges d'erreur, mais elle présente certainement une vision correcte de la situation. Les produits suivants sont actuellement identifiés par le CLD comme étant des produits d'appel pour la région: **agrotourisme, randonnée pédestre et autres activités de plein air, culture et patrimoine**. Pour les fins du diagnostic, notre analyse portera principalement sur ces produits.

Tableau 7 – Répartition des nuitées par produit d'appel

PRODUITS D'APPEL	% DES VISITES-RÉGION	ESTIMATION DU NOMBRE DE NUITÉES GÉNÉRÉES
Agrotourisme	25 %	13 470
Randonnée pédestre et autres activités de plein air	60 %	32 329
Culture et patrimoine	15 %	8 082
TOTAL	100 %	53 881

Source : Compilation Groupe DBSF et CLD de la MRC de Coaticook

¹ Constitue le but principal de déplacement du visiteur et le principal déclencheur d'une expérience touristique.

Performance des attractions touristiques

La MRC de Coaticook dispose de **deux attraits touristiques importants en termes d'achalandage** : le parc de la Gorge de Coaticook et le Lieu historique national Louis-S.-St-Laurent. Malgré une fréquentation intéressante, particulièrement dans le cas du Parc de la Gorge de Coaticook, on constate une diminution de l'achalandage.

L'ouverture du nouveau Parc Découverte nature en mai 2006 offrant des visites et activités, pour toute la famille, reliées à la pêche et au plein air vient ajouter à l'offre touristique.

Tableau 8 – Fréquentation des attraits touristiques

ATTRAICTIONS / ÉVÉNEMENTS	PÉRIODE D'OUVERTURE		NOMBRE DE VISITEURS		
	SAISONNIER	À L'ANNÉE	1995	2000	2005
Attractions					
Parc de la Gorge de Coaticook		X	50 378	44 443	33 523
Sentiers poétiques / Maison de l'arbre	X		500	1 000	2 000
Lieu historique national Louis-S.-St-Laurent St-Laurent s'endimanche	X		14 269	8 270	7 629
Musée Beaulne		X	6 125	9 164	7 139
<i>Ancienne pisciculture</i>		X	n/d	2 880	Fermé
Événements					
Festival du Lait	X		n/d	20 000	9 000

Source : CLD de la MRC de Coaticook

4.2 Analyse des produits touristiques de la MRC de Coaticook

La MRC de Coaticook est davantage considérée comme un territoire de transit puisqu'elle attire des visiteurs des Cantons-de-l'Est et de touristes séjournant dans les MRC voisines (Memphrémagog et Sherbrooke) qui bénéficient d'un plus important parc hôtelier. Cependant, avec l'accroissement de la capacité dans les terrains de campings et les chalets locatifs de même qu'une meilleure forfaitisation de l'offre de séjour, on observe **une augmentation de la durée du séjour**.

Les trois axes de développement retenus par le CLD pour le développement et la promotion touristiques sont **la nature, la culture et l'agriculture** qui, tel que mentionné précédemment, se traduisent par la présence des produits d'appel suivants : **agrotourisme, randonnée pédestre et autres activités de plein air, culture et patrimoine**. À cause de l'offre en matière de camping, le territoire de la MRC de Coaticook a comme préoccupation d'attirer une clientèle familiale.

Agrotourisme

L'agrotourisme est certainement le produit qui a connu la plus importante évolution au cours des dernières années dans la MRC de Coaticook. C'est un secteur dynamique en forte croissance qui compte à chaque année plusieurs nouvelles entreprises; on assiste à un véritable effet d'entraînement. La MRC de Coaticook possède plusieurs atouts qui font d'elle **une destination agrotouristique d'intérêt** :

- ❖ Le **caractère agricole** de la MRC qui compte sur son territoire 591 fermes ;
- ❖ La beauté et l'authenticité des **paysages agricoles** ;
- ❖ La **forte présence de producteurs et de transformateurs** qui enrichissent l'offre et qui contribuent à accroître l'intérêt du touriste ;
- ❖ La **richesse et la variété des produits régionaux** qui rendent l'offre plus attrayante et incitent l'amateur d'agrotourisme aux visites répétées ;
- ❖ *Produitsdelaferme.com*, **regroupement de plus de 40 entreprises** de ce secteur qui existe depuis sept ans et qui a permis à la MRC de se distinguer au fil des années sur le plan touristique par la création notamment de la **route du marché** ;
- ❖ Une **gamme variée de prestations** (visites guidées, auto-cueillette, interprétation, rencontre avec les producteurs, animaux, etc.) et des **événements** tels que les week-ends des saveurs de Compton, les Comptonales, le Festival du Lait contribuent à enrichir l'offre ;
- ❖ L'intégration des **produits régionaux dans plusieurs restaurants** de la MRC ;
- ❖ La présence sur le territoire d'**activités complémentaires** (plein air, promenades à la campagne, circuits patrimoniaux, circuits photo découverte et éventuellement le chemin des Cantons) qui permettent d'offrir un séjour complet et varié.

L'intérêt des Québécois pour l'agrotourisme est indéniable. Selon le diagnostic sectoriel du plan de développement et de commercialisation de l'agrotourisme au Québec, réalisé par Zins, Beauchesne et associés pour le compte du ministère du Tourisme et du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec en 2006, on observe « une incidence de pratique d'activités liées

à l'agrotourisme non négligeable dans la population adulte québécoise (27 %, soit environ 1,6 million de personnes), ce qui démontre un intérêt certain sur lequel capitaliser ».

Certaines tendances sociales et de consommation telles que l'apparition du consommateur citoyen et du commerce équitable, l'importance grandissante pour la population de manger sainement, l'intérêt à manger plus frais et québécois, la popularité accrue des aliments naturels et biologiques encouragent les consommateurs à acheter directement chez les producteurs favorisant ainsi le développement de l'agrotourisme. De plus, « l'accroissement du tourisme de proximité, des escapades de dernière minute, des voyages intergénérationnels, l'intérêt accru pour le tourisme culturel et d'apprentissage, la recherche d'authenticité, d'originalité et de diversité sont également **toutes des tendances observées dans l'industrie touristique qui facilitent le développement de l'agrotourisme** »². Cependant, malgré le dynamisme de ce secteur dans la MRC, le **produit est encore peu connu** et des efforts en ce sens devront être consentis.

Activités de plein air

Voici les **principaux pôles pour la pratique d'activités de plein air** sur le territoire :

- ❖ **Le Parc de la Gorge** constitue le principal pôle en termes d'activités de plein air sur le territoire de la MRC. Ouvert à l'année, il est possible de pratiquer la randonnée pédestre (10 km), l'équitation (excursion de 1 à 2 heures), le vélo de montagne (18 km intermédiaires et avancés), le ski de fond (20 km), la raquette (20 km) et l'ornithologie (2 belvédères d'observation). De plus, avec son camping et sa variété d'activités adaptées à la clientèle familiale (fermette, équitation avec poneys, baignade, etc.), constitue en quelque sorte un lieu de villégiature d'importance.
- ❖ **Le Parc Harold F. Baldwin**, réserve écologique de 200 acres, est situé dans le village de Baldwin Mills, lequel fait désormais partie de la ville de Coaticook. Le site comprend le mont Pinacle, une falaise de 200 mètres surplombant le Lac Lyster. Un sentier de randonnée pédestre de 8 km permet d'accéder au sommet du mont. C'est aussi un site d'escalade.
- ❖ Dans **les secteurs d'East Hereford et de Saint-Herménégile / Mont Hereford**, il est possible de pratiquer la randonnée pédestre au sentier pédestre Neil-Tillotson Hiking Trail (12 km) qui conduit au sommet du Mont Hereford (864 m) et la raquette (5,5 km), le vélo de montagne aux Circuits Frontières (25 + 35 km), le ski de fond (10 km) et le traîneau à chien (East Hereford).
- ❖ Le **parc Découverte nature**, nouvellement inauguré, constitue un **attrait distinctif dans les Cantons-de-l'Est** dont la thématique tourne autour de la pêche (exposition *Histoires de Pêche*, pêche à la ligne dans les étangs et la rivière, visite de la station

² Zins, Beauchesne et associés. Agrotourisme : diagnostic sectoriel / plan de développement et de commercialisation. Mai 2006. Page 2-6.

piscicole, etc.). L'an prochain la pisciculture (actuellement fermée) va ouvrir ses portes à nouveau. Elle sera spécialisée dans la reproduction d'espèces menacées.

Depuis, 1997 plusieurs initiatives ont été entreprises pour développer le **produit vélo** sur le territoire de la MRC. Il est important de spécifier que la région ne dispose pas de pistes cyclables et que le terrain présente un relief plutôt accidenté ; il s'avère donc difficile de s'adresser à la clientèle familiale. Un comité vélo a tout récemment été constitué à même le comité aviseur en matière de tourisme. Deux circuits sur route ont été identifiés et seront intégrés à la prochaine carte vélo de Tourisme Cantons-de-l'Est.

Tout comme le produit agrotourisme, l'offre en termes de plein air est encore peu connue.

L'ornithologie... un produit de niche en émergence sur le territoire

La région de la MRC de Coaticook compte actuellement 11 sites d'observation ornithologiques sur son territoire (plus un 12^e en développement). Le produit s'avère très bien structuré :

- ❖ Il existe un répertoire des 11 sites sur le portail de Tourisme Coaticook. Ce microsite, très bien documenté, donne de l'information sur les meilleurs endroits pour l'observation et la liste des oiseaux observés.
- ❖ On y propose aussi des forfaits touristiques incluant hébergement, guide, repas.

Pour un ornithologue amateur, la concentration de sites peut s'avérer intéressante et être suffisamment attractive pour inciter à faire un séjour dans la région. Toutefois, malgré la croissance de la popularité de cette activité, ce marché demeure limité : on estime à plus de 478 000 personnes le marché potentiel d'adeptes de l'ornithologie au Québec et au Canada. Le Québec compte plus d'une trentaine de clubs regroupant 6 000 membres. **La grande majorité de ces membres pratiquent leur activité favorite sur une base régulière et voyagent souvent pour pratiquer leur loisir.** Selon l'Association québécoise des groupes d'ornithologues, les adeptes de ce loisir sont âgés entre 20 et 50 ans, sont plus scolarisés que la moyenne et possèdent des revenus familiaux moyens ou supérieurs.

Culture et patrimoine

Bien que l'on retrouve sur le territoire quelques attractions culturelles de qualité, dont l'unique Sentier poétique à St-Venant-de-Paquette, le Musée Beaulne à Coaticook, le Lieu historique national du Canada Louis-S-St-Laurent à Compton, un patrimoine architectural typique, des hameaux pittoresques et des paysages agricoles authentiques, le secteur culturel demeure méconnu sur le plan touristique.

Toutefois, quelques initiatives régionales ont permis de proposer aux visiteurs une offre structurée :

- ❖ Trois circuits patrimoniaux à Coaticook ;
- ❖ Six circuits photos découverte, réalisés par la Table de concertation culturelle de la MRC de Coaticook proposent aux visiteurs des randonnées en voiture ou à vélo d'une journée par les plus belles routes de la région.

Le manque de ressources pour le développement d'activités culturelles sur le territoire limite la croissance de ce produit. Le projet régional de route touristique à thématique culturelle *Le Chemin des Cantons*, dont la thématique mettra en évidence le patrimoine sous influence américaine et britannique, pourrait toutefois permettre de mieux mettre en valeur les attraits culturels de la MRC.

5. Portrait des marchés et clientèles

Le tableau suivant présente l'évolution du nombre de touristes et d'excursionnistes dans la MRC entre 2002 et 2004³. Entre 2002 et 2004, la région a connu une diminution de son nombre de visiteurs de l'ordre de 10,7 %. Alors que le nombre de touristes a augmenté de 2 %, le nombre d'excursionnistes a diminué de 14 %).

En 2004, 75 % des visites dans la MRC étaient attribuables aux excursionnistes tandis que les touristes généraient 25 %. La part relative de la MRC de Coaticook dans le nombre de visites-région des Cantons-de-l'Est tout marché confondu était de 3 % (6 % dans le cas de la clientèle excursionniste). La MRC de Coaticook est donc davantage un territoire de transit qu'une destination touristique.

Tableau 9 – Évolution du nombre de touristes et d'excursionnistes

Type de visiteurs	Nombre		TCE 2004	Part relative
	2002	2004		
Excursionnistes	162 300	139 000	2 366 000	6%
Touristes	46 100	47 100	3 350 000	1%
TOTAL	208 400	186 100	5 716 000	3%

Sources : Données de Statistique Canada compilées par Pragma Tourisme-Conseil

³ Une certaine mise en garde s'impose quant à l'interprétation des données statistiques disponibles. En effet, il est important de spécifier que les données à partir de 2002, pour les marchés québécois et du reste du Canada, sont difficilement comparables à celles des années antérieures puisque Statistique Canada a modifié sa méthodologie d'enquête. La comparaison avec les données antérieures doit donc être effectuée avec une certaine réserve. De plus, le faible échantillonnage des données, une fois réparties par MRC, augmente la marge d'erreur.

NOTE : La compilation des MRC et le volume intégral sont toujours marqués par une différence variable d'une région à l'autre.

Selon les statistiques du BAT, 31 % les touristes passeraient une nuit, 31 % passeraient 2 nuits, 17 % passeraient de 3 à 6 nuits, 15 % séjourneraient 7 nuits et plus et enfin, 6 % seraient des saisonniers. En 2002, la durée serait estimée à 2,15 nuits ce qui est comparable à la moyenne des Cantons-de-l'Est qui est de 2,2 nuits. Les excursionnistes proviennent du Québec dans une proportion de 41 % (principalement des Cantons-de-l'Est et Montérégie) et des États-Unis (58 %)⁴. Les touristes proviennent à plus de 97 % du Québec. Enfin, il nous apparaissait important également de présenter les **grandes tendances générales** observées dans nos sociétés et plus particulièrement en tourisme et d'en dégager les impacts actuels et potentiels sur les produits et services touristiques en général et sur la MRC de Coaticook spécifiquement, mais aussi sur le territoire des Cantons-de-l'Est. Nous présentons ici un aperçu des grandes tendances observables mais les explications et impacts de ces tendances sont joints en annexe à ce document.

- ❖ Une **population de plus en plus concentrée** dans les agglomérations urbaines.
- ❖ Une **population vieillissante** et de plus en plus **cosmopolite**.
- ❖ Des voyageurs de plus en plus **expérimentés et « hybrides »**.
- ❖ L'ère du **client-roi** : Le service, le service, le service.
- ❖ Une population de plus en plus **soucieuse de son mieux-être** (physique, émotif, psychologique, etc.).
- ❖ Un souci marqué pour **l'environnement et la qualité des milieux de vie**.
- ❖ Une **concurrence** mondiale et régionale féroce et en développement.
- ❖ La **spécialisation et la diversification** des produits et services qui se poursuivent.

Notons qu'il ne s'agit pas d'une liste exhaustive ; toutefois, ces tendances nous apparaissent comme des éléments importants à considérer pour la MRC de Coaticook.

⁴ Données 2002.

6. Forces et opportunités, faiblesses et contraintes

Forces et opportunités	Faiblesses et contraintes
<p>Forces</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Belle qualité de l'offre en gîte touristique (souvent dans des maisons patrimoniales) et en résidence de tourisme ✓ Paysages ruraux bien conservés et de qualité ✓ Présence de plusieurs campings de qualité dans des environnements différents et forte croissance de ce mode d'hébergement ✓ Près de 70 % des sites de camping sont disponibles pour la clientèle de passage ✓ Chalets locatifs disponibles à prix abordables ✓ Présence de plusieurs propositions originales de séjours (circuit ornithologique, circuit photo découverte, la route du marché) ✓ Forte concentration de sites ornithologiques (11) de qualité ✓ Des entreprises agrotouristiques diversifiées et accessibles ✓ Des tables champêtres de renom qui utilisent fièrement les produits locaux ✓ Présence du seul lieu historique national des Cantons-de-l'Est ✓ Une offre de plein air diversifiée et dispersée sur le territoire ✓ Haut niveau de concertation des différents intervenants (agrotourisme, ornithologie, etc.) ✓ Regroupement des intervenants autour de projets structurants (produitsdelaferme.com en agrotourisme, le projet avitouristique pour le circuit ornithologique, la Table de concertation culturelle de la M.R.C. de Coaticook pour les circuits Photo découverte de la région de Coaticook, etc.) 	<p>Faiblesses</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Destination encore méconnue ✓ Positionnement de la région fortement associé à l'agriculture, mais pas forcément à l'agrotourisme ✓ Faible qualité de l'offre d'hébergement en établissements hôteliers ✓ Signalisation routière déficiente qui complique l'accessibilité à la région et les déplacements intra-régionaux ✓ Manque de ressources humaines dans les entreprises ✓ La problématique de la qualité de l'eau et de l'érosion des berges

Forces et opportunités	Faiblesses et contraintes
<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Présence d'un BAT ouvert à l'année ✓ Tendances actuelles de consommation qui favorisent le développement de l'agrotourisme 	<p>Contraintes</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Absence d'établissements hôteliers de grande capacité ✓ Manque de ressources pour le développement d'activités culturelles ✓ Manque de ressources pour la promotion touristique ✓ Difficulté à trouver des modes de financement des projets à caractère touristique ✓ Capacité limitée des municipalités rurales à investir dans le tourisme ✓ Une démographie ne favorisant pas le développement des centres de vacances

7. Cadre stratégique

La cadre stratégique du Plan de développement 2007-2010 permet de préciser certains éléments qui serviront de balises à l'élaboration des grandes stratégies en matière de développement de l'offre, d'accueil et d'information touristique et d'organisation de l'industrie. Dans cette section, les grands principes directeurs de ce plan y seront énoncés. Seront aussi précisés les rôles du centre local de développement (CLD) de la MRC de Coaticook et de ses principaux partenaires afin de bien camper les responsabilités et les limites de chacun.

7.1 Principes directeurs

Tout plan de développement touristique doit s'appuyer sur des principes directeurs, c'est-à-dire des valeurs fondamentales que les promoteurs, tant publics que privés, devront intégrer à leur planification. Ces valeurs soutiendront les orientations et les stratégies en termes de développement. Trois grands principes sont proposés.

- **La protection des paysages agricoles**, signifiant que l'on souhaite préserver à long terme l'intégrité des caractéristiques visuelles et écologiques des paysages agricoles.
- **L'assurance d'une cohabitation saine entre la population et les visiteurs**, signifiant que la qualité d'accueil de la population est préservée par un souci d'écoute et de considérations des besoins de la population locale et des visiteurs.
- Le **souci de travailler en synergie** avec les autres MRC limitrophes et l'arrimage des stratégies du plan de développement de la MRC de Coaticook au plan régional.

7.2 Rôle du CLD de Coaticook, de Tourisme Cantons-de-l'Est et des partenaires

Avant d'identifier les stratégies à mettre en place, il est important de préciser le rôle du CLD et de chacun des partenaires qui interviendront dans le présent plan développement de l'offre touristique. Le **CLD sera appelé à jouer un rôle central dans la mise en œuvre du plan de développement touristique de la MRC de Coaticook**. Son intervention vise davantage à orienter, voire même influencer, le développement touristique en permettant d'apprécier et de soutenir les projets en fonction des priorités définies. Mais au-delà de tout ça, son but est de **rallier les intervenants touristiques de la MRC autour des orientations stratégiques de développement retenus dans le plan de développement 2007-2011** et de faire en sorte qu'émerge une vision intégrée du produit

touristique. Le CLD sera en quelque sorte le chien de garde de l'application des stratégies identifiées. **Il sera aussi interpellé pour voir à l'arrimage des plans local et régional.**

Le tableau suivant présente les organisations locales et régionales ayant un impact sur le développement touristique de la MRC de Coaticook.

NIVEAU	ORGANISME	MISSION ET RÔLES
		<p>Mission : <i>Mobiliser l'ensemble des acteurs locaux dans une démarche commune tournée vers l'action en vue de favoriser le développement de l'économie et la création d'emplois sur son territoire dans le cadre d'un partenariat entre le gouvernement et la communauté locale.</i></p> <p>Trois niveaux d'intervention en tourisme :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ accueil et information : gère le bureau d'accueil touristique (BAT) de la MRC de Coaticook et offre une vitrine aux commerçants de la région par la vente de produits agroalimentaires locaux ✓ développement touristique: <ul style="list-style-type: none"> ○ développement de nouveaux produits touristiques régionaux ○ consolidation de projets touristiques existants ○ animation et accompagnement de comités dont les projets répondent aux priorités de développement touristique de la région ○ recherche de financement et veille financière touristique ✓ promotion touristique : <ul style="list-style-type: none"> ○ promouvoir la région de Coaticook comme destination touristique ○ assurer la formation et l'information aux entreprises et organismes touristiques ○ aider à la commercialisation des entreprises touristiques de la région ✓ En lien avec le pacte rural, il offre le soutien d'un agent de développement rural pour l'animation, la mobilisation et l'aide technique aux démarches des communautés rurales ainsi qu'au travail de concertation de la MRC ✓ Responsable du suivi du plan de développement touristique local ✓ Participe financièrement à l'élaboration du plan de développement touristique de la MRC de Coaticook <p>Mission : <i>Établir les lignes directrices sur l'orientation du développement, de regrouper les membres, favoriser la concertation et canaliser les efforts de promotion ainsi que bonifier l'accueil touristique de la MRC de Coaticook</i></p>
Local	Centre local de développement de la MRC des Sources (CLD)	
Local	Comité d'actions touristiques	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comité consultatif du Centre local de développement de la MRC de Coaticook soutien le CLD dans la réalisation de sa mission en matière de tourisme ✓ un comité vélo a été formé à même ce comité ✓ Comité visant l'autofinancement du Bureau d'accueil touristique

NIVEAU	ORGANISME	MISSION ET RÔLES
Local	La Table de concertation culturelle de la MRC de Coaticook (TCCC)	<p>Mission : <i>Favoriser le développement culturel de la région de Coaticook</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Organisme à but non lucratif qui a créé les circuits photos de la MRC de Coaticook <p>Mission : <i>organiser, animer et favoriser des actions pour l'avancement de l'agriculture et de l'agroalimentaire dans la région de Coaticook et ce, en collaboration avec les différents intervenants du milieu. La Table se veut le point central du développement agricole et agroalimentaire.</i></p>
Local	La Table de concertation agroalimentaire de la MRC de Coaticook	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Développe le potentiel agricole & agroalimentaire de la MRC de Coaticook ✓ Favorise la diversification des produits du secteur primaire en assurant le service de première ligne au soutien individuel et collectif dans des créneaux de production de niche; ✓ Favorise la transformation locale ✓ Met sur pied des tables filières et en assure l'animation ✓ Soutient les efforts de mise en marché des entrepreneurs ✓ Soutient l'entrepreneur dans le développement d'un marché ✓ Assure la promotion de la qualité, la variété et la disponibilité des produits agricoles et alimentaires ✓ Identifie les possibilités d'augmenter la valeur ajoutée des produits locaux <p>Mission : <i>Créer un climat propice au développement durable sur le territoire de la MRC de Coaticook</i></p>
Local	Société d'aide au développement des collectivités (SADC)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Développe et applique une stratégie qui vise, par des mécanismes d'animation et de partenariat, à créer un environnement propice aux initiatives locales dans le respect des forces vives du territoire ✓ Soutient financièrement et techniquement la création et le maintien d'entreprises et d'emplois ✓ Aide à la préparation et à la réalisation de différents projets ou initiatives ✓ Soutient la réalisation de plan d'affaires et l'élaboration des demandes présentées aux diverses sources de financement ✓ Participe financièrement à l'élaboration du plan de développement touristique de la MRC de Coaticook

NIVEAU	ORGANISME	MISSION ET RÔLES
		<p>Mission : <i>Faire de la région des Cantons-de-l'Est, une des meilleures destinations touristiques du Québec en toutes saisons</i></p> <p>Interlocuteur privilégié du ministère du Tourisme en région, l'ATR intervient sur plusieurs plans :</p>
Régional	Tourisme Cantons-de-l'Est Association touristique régionale (ATR)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ accueil et information : est en charge de l'élaboration de la politique d'accueil, coordonne la mise en place du programme de signalisation des routes et circuits touristique, reçoit les demandes de signalisation, produit annuellement le guide touristique régional et voit au site Internet ✓ développement de l'offre et formation : réalise le plan quinquennal de développement de l'offre touristique de la région et assurait, jusqu'à tout récemment le rôle de coordonnateur du Fonds de développement de l'offre touristique, organise des ateliers de formation, coordonne les Grands Prix du tourisme, assure la concertation des différents intervenants touristiques régionaux. ✓ promotion : réalise un plan quinquennal de marketing, identifie les marchés potentiels, élabore des campagnes publicitaires sur les différents marchés, publie des outils de promotion, voit aux relations de presse et à la représentation de la région dans les différents salons, offre un service de consultation ✓ représentation : promouvoir et défendre l'industrie touristique auprès des différentes instances ✓ Participe financièrement à l'élaboration du plan de développement touristique de la MRC de Coaticook
Régional	Développement économique Canada (DEC)	<p>Mission : <i>Offrir un service adapté aux besoins des PME, Développement économique Canada pour les régions du Québec appuie la mise en valeur du potentiel économique des régions du Québec et la création d'emplois durables en favorisant un climat d'affaires qui permet aux petites et moyennes entreprises de prospérer et de prendre de l'expansion</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Est le partenaire de Tourisme Cantons-de-l'Est dans la mise en marché des intervenants touristiques sur les marchés extérieurs ✓ Participe financièrement à l'élaboration du plan de développement touristique de la MRC de Coaticook

NIVEAU	ORGANISME	MISSION ET RÔLES
Régional	Autres organisations régionales ayant un rôle dans le développement touristique	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conseil de l'industrie bioalimentaire de l'Estrie (CIBLE) : organisme qui favorise la concertation et la coordination des efforts de développement du secteur bioalimentaire de la région de l'Estrie. Il assure un lien d'information entre les structures de concertation provinciales, régionales et locales et appuie la mise en œuvre de projets provenant du secteur bioalimentaire de l'Estrie répondant aux orientations du secteur. ✓ Conseil de la culture de l'Estrie (CCE) : Organisme sans but lucratif, le CCE regroupe des organismes, des artistes et des travailleurs culturels. Il intervient au niveau disciplinaire, soit en arts de la scène, arts visuels, arts médiatiques, cinéma/vidéo, livre et littérature, métiers d'art, muséologie et patrimoine. Il s'implique aussi sur le plan territorial, notamment en participant à l'élaboration de politiques culturelles municipales ou encore en soutenant des initiatives locales axées sur le développement des arts et de la culture. ✓ Conseil Sport Loisir de l'Estrie (CSLE) : Assure le développement de la pratique du loisir et du sport en soutenant les initiatives, en harmonisant les actions, en concertant les intervenants, dans le respect de la dynamique estrienne. Le CSLE intervient au niveau des sentiers récréotouristiques. ✓ Comité du patrimoine paysager estrien (CPPE): sa mission est de sensibiliser, informer et promouvoir la préservation et la valorisation du patrimoine paysager estrien auprès de la collectivité régionale. Quelques réalisations en cours : guide de bonnes pratiques en matière paysagère pour le milieu municipal et charte du patrimoine paysager estrien. ✓ CRÉ de l'Estrie (CRÉE) : voit à promouvoir et à stimuler le développement économique, social, culturel et communautaire. La CRÉE s'engage à offrir un encadrement propice à l'épanouissement des personnes, de leurs milieux et de leurs collectivités. Elle formule et dépose un plan quinquennal de développement, favorise la concertation des acteurs locaux et régionaux pour assurer le développement social, économique et culturel de l'Estrie, gère le processus des demandes d'aide financière et procède à l'allocation de subventions dans le cadre du fonds de développement régional (FDR) et enfin donne des avis au gouvernement sur les questions de développement régional <p>Mission : Favoriser, en concertation et en partenariat avec les intervenants public et privé, l'essor de l'industrie touristique dans une perspective de prospérité économique et de développement durable</p> <p>Les principaux mandats du Ministère :</p>
National	Ministère du Tourisme (MTO)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Suscite et soutient le développement de produits touristiques ✓ Identifie les axes de développements prioritaires ✓ Oriente et concerte l'action gouvernementale et privée en matière de tourisme ✓ Assure la mise en marché du Québec et de ses expériences touristiques ✓ Offre et encadre des services à la clientèle touristique en matière d'accueil, de renseignements et de réservations touristiques ✓ Assure l'implantation du Plan de gestion des ressources humaines

NIVEAU	ORGANISME	MISSION ET RÔLES
National	Slow Food Québec	<p>Mission : <i>Redonner une dignité culturelle à la nourriture, promouvoir l'éducation du goût en refusant son homologation et remettre la convivialité de la table au menu des Québécois. L'organisme regroupe près de 200 membres, gourmets, journalistes, experts, étudiants, producteurs ou commerçants.</i></p> <p>Principaux objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Éveiller le goût du public ✓ Faire découvrir les producteurs du Québec et d'ailleurs ✓ Expliquer l'origine des aliments et les conditions sociohistoriques de leur production <p>Activités :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Conférences dégustations de produits provenant de producteurs québécois ✓ Repas et ateliers culinaires consacrés aux cuisines du monde autour de produits typiques (huile d'argan, Parmigiano-Reggiano, riz, piment, huile d'olive, chocolat fin, etc.) ✓ Des conférences qui permettent de sensibiliser les Québécois à la philosophie de l'éducation du goût et du respect de la biodiversité ✓ La représentation de produits québécois à L'Arche du goût en Italie
National	MAMR Direction du développement rural	<p>Mission : <i>En partenariat avec le monde municipal et les acteurs du développement régional, le Ministère des affaires municipales et régions a pour mission de favoriser la mise en place et le maintien d'un cadre de vie et de services municipaux de qualité pour l'ensemble des citoyens et citoyennes, le développement des régions et des milieux ruraux et le progrès et le rayonnement de la métropole.</i></p> <p><i>La direction du développement rural a pour mandat de :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordonner la mise en œuvre de la Politique nationale de la ruralité ✓ Être à l'affût de toute politique et initiative pertinente pour le monde rural, et poursuivre des recherches et des études avec ses partenaires ✓ Trouver des approches innovantes en matière de développement rural qui pourraient faire l'objet d'expériences, diffuser les bonnes pratiques, mettre en place des groupes tactiques d'intervention pour soutenir des milieux aux prises avec certaines difficultés ou en manque d'expertise ✓ Appuyer les bureaux régionaux du Ministère et leurs équipes dans leurs mandats concernant la ruralité ainsi que les partenaires gouvernementaux dans la prise en compte des préoccupations des milieux ruraux. ✓ S'assurer que les territoires ruraux du Québec reçoivent leur juste part des investissements fédéraux, et que le gouvernement fédéral respecte la Politique et les compétences du Québec en cette matière.

8. Orientations stratégiques

Les orientations stratégiques à retenir doivent viser, selon nous, la mise en valeur des caractéristiques identitaires de la MRC et doivent permettre de créer un climat propice à la consolidation de ce secteur économique qu'est le tourisme tout en respectant les principes directeurs précédemment identifiés.

Le présent plan stratégique propose donc de concentrer les actions et les ressources en fonction des orientations stratégiques suivantes. Tout d'abord, une orientation générale de développement a été identifiée ; elle aura un impact sur l'ensemble des orientations spécifiques. Par la suite, cinq orientations plus spécifiques viennent définir le cadre d'intervention du CLD et du comité d'actions touristiques pour les années à venir : les trois premières définissant les axes de développement en matière de produits touristiques et les deux dernières visant le développement de services et les éléments de support à l'industrie.

Précisons que les orientations stratégiques de développement de la MRC de Coaticook s'arriment bien aux orientations régionales présentées en annexe et contribueront certainement au plan local à la concrétisation de ses orientations.

Orientation générale de développement

Orientation générale 1 :

Soutenir notre développement et notre promotion touristique par la protection du patrimoine naturel et bâti

La nature constitue la principale richesse de la région coaticookoise et se trouve au cœur de toutes les interventions du développement touristique. Par ailleurs, une pression est de plus en plus exercée sur le milieu naturel ce qui constitue une menace réelle pour le secteur touristique. La protection du patrimoine naturel est donc au centre de l'économie touristique puisque les produits en croissance sur le territoire de la MRC de Coaticook s'appuient sur des éléments de patrimoine naturel ; on pense notamment à l'agrotourisme et aux activités de plein air.

Parallèlement, on souhaite mettre en place une route touristique dont la thématique est la mise en valeur du patrimoine sous influence américaine et britannique. Encore une fois, l'industrie touristique est tributaire d'une matière première qu'elle ne contrôle pas et sur laquelle elle ne peut que très peu agir. C'est une ressource fragile qu'il faut à tout prix protéger.

Orientations spécifiques de développement

Orientation spécifique 1 :

Intensifier le développement et la structuration de l'offre en agrotourisme

Avec **comme principale force ses paysages authentiques et le dynamisme du milieu agroalimentaire**, la MRC de Coaticook est, avec celle de Brome-Missisquoi, la région qui possède le plus d'acquis et de potentiel dans les Cantons-de-l'Est pour développer une offre de qualité. **La MRC ne doit donc pas perdre l'avance qu'elle accuse dans le développement et la structuration de ce produit.**

Orientation spécifique 2 :

Soutenir la mise en œuvre de la route touristique Le Chemin des Cantons

Quoique le secteur culturel de la région de Coaticook soit encore méconnu et donc peu développé sur le plan touristique, il bénéficie de la présence d'un Lieu historique national, de trois circuits patrimoniaux, du musée Beaulne et de bâtiments patrimoniaux d'intérêt (dont quatre granges rondes et la Ferme du Plateau). Le projet régional de route touristique *Le Chemin des Cantons* représente pour la MRC une excellente opportunité d'intégrer ces éléments dans une offre structurée et animée sur le plan régional et de bénéficier de l'effet de levier que peut représenter une telle expérience. Parallèlement, *Le Chemin des Cantons* représente une offre complémentaire au produit agrotourisme de la région et il faudra considérer cette opportunité dans la proposition faite au visiteur.

Orientation spécifique 3 :

Bonifier l'offre en termes d'activités de plein air

Dans les Cantons-de-l'Est, comme dans plusieurs régions touristiques du Québec, la pratique des activités de plein air est largement concentrée dans les parcs nationaux. Toutefois, la forte demande pour ces activités exerce une certaine pression sur ces sites **ce qui incite les visiteurs à rechercher de nouveaux lieux pour la pratique de leurs activités**. Le territoire de la MRC de Coaticook compte une offre de plein air représentant **un bon potentiel de développement et ce, sur les quatre saisons** (escalade, vélo de montagne et surtout de la randonnée pédestre, mais aussi raquette, ski de fond, pêche et ornithologie). Enfin, le développement d'un tel secteur est tout désigné pour la MRC de Coaticook, car il s'inscrit bien dans le tissu rural et il constitue un bon complément au secteur de

l'agrotourisme et aux activités culturelles. Toutefois l'offre mérite d'être bonifiée et renouvelée afin de devenir plus attractive sur le plan touristique.

Orientation spécifique 4 :

Soutenir le développement d'une offre d'hébergement distinctive et de qualité adaptée aux besoins des clientèles touristiques

Quoique la région ne dispose pas d'établissement hôtelier important, la région a su développer d'autres formes d'hébergement, fortement appréciés des clientèles qui recherchent des activités agrotouristiques et de plein air.

- ❖ L'offre de **camping** est bien développée et de grande qualité. Les campings de la MRC ont connu une croissance exceptionnelle de leur capacité d'accueil de plus de 154 % en dix ans, ce qui est largement au-delà de la croissance régionale (25 %).
- ❖ Parallèlement, même si **l'offre en matière de gîtes touristiques** n'est pas très importante, la performance de ce type d'hébergement s'avère relativement bonne et répond bien aux besoins des clientèles touristiques de la MRC de Coaticook. Il faudra donc s'assurer de mettre en place des conditions favorisant le développement de ce type de produit d'autant plus qu'il se rapproche bien de l'agrotourisme en termes d'intérêt des visiteurs.
- ❖ Enfin, la disponibilité actuelle du **site du King's Hall représente une opportunité** en termes de développement d'un établissement hôtelier dans un contexte où la région se trouve face à un parc hôtelier de petite taille et de qualité moyenne qui limite le développement de certaines clientèles touristiques. Cette opportunité suscite toutefois une réflexion à savoir si la communauté de la région souhaite conserver cet actif dans des fonctions touristiques. D'autre part, quoique ce site ait un certain caractère, il ne bénéficie pas de qualités intrinsèques importantes pour soutenir un développement touristique (ex. : un lac, une montagne, un centre de ski, un casino) et il n'y a pas de produit touristique d'appel à proximité pour appuyer le développement d'une hôtellerie majeure. **Il faudra donc que le projet d'hôtellerie en développement comporte son propre produit d'appel et d'attractivité comme, par exemple, des salles de congrès, une salle de spectacle permanente, un programme d'activités pour en faire un réel centre de villégiature** (ex. : Montebello ou Baluchon). Évidemment des analyses plus pointues sont nécessaires pour évaluer la teneur de ces activités et leur pouvoir attractif envers les clientèles potentielles.

Les stratégies devront donc permettre de renforcer les créneaux dans lequel le territoire de la MRC se distingue (camping, gîte, etc.) et d'étudier les opportunités qui se présentent en termes de développement.

Orientation spécifique 5 :*Bonifier les éléments structurants de l'industrie touristique*

Ce dernier enjeu de développement concerne les éléments périphériques et structurants qui soutiennent l'offre touristique de la MRC. Nous croyons que les éléments suivants devraient être reconnus dans le plan stratégique et faire l'objet de stratégies spécifiques.

- ❖ **La signalisation et l'accessibilité** : la MRC de Coaticook est un territoire rural et plusieurs attraits se retrouvent hors des grands axes routiers. La région connaît donc une problématique au niveau de la signalisation et de l'accessibilité de ses attraits. Pour contrer ces problèmes, une politique de signalisation locale est actuellement en développement.
- ❖ **La structuration de l'offre touristique** : cet élément est important dans un contexte où la MRC compte plusieurs petits attraits qui n'ont pas les ressources pour développer des offres intégrées avec différents intervenants.
- ❖ **Le soutien aux organisations** : la petite taille des entreprises touristiques fait en sorte que plusieurs fonctions au sein d'une organisation sont parfois négligées faute de ressources. Un soutien professionnel (marketing, financement, développement de projet, formation, recherche) devient donc un élément essentiel d'un développement harmonieux.
- ❖ **La consolidation du réseau d'accueil actuel** : d'une part, dans la mesure où l'on souhaite intensifier le développement touristique, la fonction accueil se doit d'être consolidée ; la permanence du bureau d'accueil touristique devient alors une priorité ! L'utilisation de plus en plus importante d'Internet vient modifier la fonction « accueil » des destinations touristiques et la MRC de Coaticook n'échappe pas à cette tendance. À preuve, les statistiques de fréquentation du site Internet de Tourisme Coaticook doublent à chaque année et 60 % des demandes de renseignements sont adressées par courriel. Il faudra donc penser à accentuer le virage technologique entrepris par le CLD et à rendre plus efficient ce canal d'information.

9. Stratégies de développement

Le secteur touristique de la MRC de Coaticook est un milieu qui a fait preuve de dynamisme. Depuis déjà quelques années, le CLD et ses partenaires, ont déployé beaucoup d'efforts à la structuration des différents produits touristiques, notamment par la mise en œuvre du projet avitouristique et des forfaits ornithologiques, à l'organisation de l'agrotourisme sur le territoire, aux circuits photos découverte, etc.

Toutefois, malgré les efforts consentis à améliorer l'offre touristique locale, la destination demeure encore peu connue ; la promotion constitue donc un enjeu important pour le CLD qui devra voir à intensifier la mise en marché des produits qu'il a développés.

9.1 Stratégies générales de développement

Les stratégies générales de développement touristique portent sur la préservation et la protection du patrimoine naturel et bâti. Bien que l'industrie touristique n'ait que très peu de pouvoirs pour intervenir légalement sur le plan de la protection ; elle se doit de s'assurer que les acteurs clés mettent en place des actions de préservation, de protection et de mise en valeur. **Toutes les stratégies de développement touristique devront, directement ou indirectement, tenir compte de cette orientation.** Bien que des structures organisationnelles et des formules diverses de protection du territoire et de mise en valeur existent déjà dans le Cantons-de-l'Est, il y a encore des problématiques à régler. Cette orientation s'inscrit très bien dans la philosophie de développement touristique des Cantons-de-l'Est ; l'Association touristique régionale en a d'ailleurs fait une orientation importante dans son plan stratégique. L'industrie touristique devra donc tenter d'influencer les niveaux politiques à la protection des milieux suivants :

- ❖ Les milieux naturels ;
- ❖ La qualité et de la beauté du paysage ;
- ❖ Les plans d'eau ;
- ❖ Les villageois (patrimoine bâti).

ORIENTATION GÉNÉRALE :			
1. SOUTENIR NOTRE DÉVELOPPEMENT ET NOTRE PROMOTION TOURISTIQUE PAR LA PROTECTION DU PATRIMOINE NATUREL ET BÂTI			
STRATÉGIES GÉNÉRALES	RESPONSABLE	PARTENAIRES	ÉCHÉANCE
1.1. Voir à INSCRIRE dans le schéma d'aménagement du territoire de la MRC de Coaticook les zones à protéger, à mettre en valeur et à développer sur le plan touristique, culturel et récréotouristique	CLD et MRC	Municipalités	An 1
1.2. Sensibiliser le milieu municipal et la population à l'importance de préserver le patrimoine bâti et naturel	CLD et MRC	Corporation du Chemin	Continue
1.3. Promouvoir la charte des paysages élaborée par le Comité des paysages estriens	Comité du patrimoine paysager estrien (CPPE)	CLD MRC Municipalités ATR	Continue
1.4. Favoriser et SOUTENIR la mise en place des mécanismes visant à assurer la protection des territoires incluant les plans d'eau	CPPE	CLD MRC Municipalités ATR	Continue

9.2 Stratégies de développement de l'offre touristique

Les stratégies en développement de l'offre présentées dans cette section visent à concerter les efforts autour de quatre grands axes de développement et de quelques éléments structurants de l'offre à bonifier :

- ❖ L'agrotourisme ;
- ❖ Le Chemin des Cantons ;
- ❖ Les activités de plein air ;
- ❖ L'offre d'hébergement ;
- ❖ Les éléments structurants à bonifier : signalisation et accessibilité, structuration de l'offre, soutien aux entreprises et accueil.

ORIENTATION SPÉCIFIQUE :			
1. INTENSIFIER LE DÉVELOPPEMENT ET LA STRUCTURATION DE L'OFFRE EN AGROTOURISME			
STRATÉGIES :	RESPONSABLE	PARTENAIRES	ÉCHÉANCE
1.1. Favoriser la création de produits collectifs (réseau produitsdelaferme.com, circuits, forfaits gastronomiques, etc.)	CLD Table agroalimentaire	Entreprises et organismes agrotouristiques	Continue
1.2. Intégrer le produit agrotouristique dans des forfaits de produits plein air et culturels, c'est-à-dire favoriser la vente croisée des produits touristiques régionaux	CLD Table agroalimentaire	Entreprises	Continue
1.3. Développer et consolider l'événement des Comptonales et le Festival du lait pour en faire un événement identitaire	Promoteurs	CLD Municipalité	Dès An 1
1.4. Inciter les entreprises agroalimentaires à faire de la promotion dans les marchés	CLD Table agroalimentaire	CIBLE	An 2
1.5. Soutenir la création d'un marché public dans la région de Coaticook	CLD Table agroalimentaire	CIBLE	An 2
1.6. Évaluer la possibilité de faire de la Laiterie de Coaticook un produit identitaire	CLD Table agroalimentaire	CIBLE SADC	An 2

ORIENTATION SPÉCIFIQUE :			
1. INTENSIFIER LE DÉVELOPPEMENT ET LA STRUCTURATION DE L'OFFRE EN AGROTOURISME			
STRATÉGIES :	RESPONSABLE	PARTENAIRES	ÉCHÉANCE
1.7. Intensifier l'utilisation des produits agroalimentaires de la MRC de Coaticook dans les restaurants de la région :	CLD Table agroalimentaire	CIBLE TCE	
1.7.1. Identifier les restaurateurs et les fournisseurs de produits régionaux qui auraient intérêt de travailler ensemble			An 1
1.7.2. Favoriser le maillage entre ces entreprises			Continue
1.7.3. Mettre en valeur les restaurants qui utilisent les produits locaux dans les outils de promotion			An 2
1.8. Former les entreprises agrotouristiques en accueil, en développement de produits et en mise en marché	CLD Table agroalimentaire	CIBLE TCE	An 2
1.9. Étudier la possibilité de faire partie de Slow Food Québec pour se démarquer sur le plan bio alimentaire	CLD Produitsdela ferme.com Table agroalimentaire	Slow Food Québec CIBLE	
1.9.1. Mettre en place un convivium local			Ans 1 et 2
1.9.2. Voir à intégrer les produits régionaux à la programmation annuelle			
1.9.3. Assurer une bonne représentation auprès de l'organisme			

ORIENTATION SPÉCIFIQUE :			
2. SOUTENIR LA MISE EN ŒUVRE DE LA ROUTE TOURISTIQUE LE CHEMIN DES CANTONS			
STRATÉGIES :	RESPONSABLE	PARTENAIRES	ÉCHÉANCE
2.1. Soutenir la mise en œuvre du Chemin des Cantons	ATR Corporation du Chemin CLD	MRC Municipalités	Continue
2.2. Voir au développement d'outils d'interprétation	CLD	Corporation Municipalités MRC Sociétés d'histoire	An 1
2.3. Voir à développer une animation mettant en valeur les éléments distinctifs de la MRC et à intégrer les éléments déjà en place	CLD	Corporation Municipalités MRC Ministère de la culture	An 1 Continue
2.4. Inventorier, créer et mettre en place des aménagements permettant la mise en valeur de la route, des paysages et de la thématique (belvédère, halte, etc.)	CLD Municipalités	Corporation MRC	An 2
2.5. Voir à la création de boucles à partir du Chemin des Cantons pour favoriser la pénétration du territoire (ex. : les circuits photo découverte)	CLD	TCCC	An 2
2.6. Sensibiliser le milieu municipal et la population à l'importance de préserver le patrimoine bâti et naturel	Comité des paysages estriens (CPPE)	CLD MRC Municipalités Corporation	An 1 Continue
2.7. Inventorier et protéger les éléments de patrimoine bâti	CLD MRC	MCCQ	An 2
2.8. Informer le personnel d'accueil des principaux lieux d'hébergement et attraits	CLD	Corporation	An 1 Continue
2.9. Promouvoir la charte des paysages élaborée par le Comité des paysages estriens	CPPE	Corporation CLD	Continue

ORIENTATION SPÉCIFIQUE :			
3. BONIFIER L'OFFRE EN TERMES D'ACTIVITÉS DE PLEIN AIR			
STRATÉGIES :	RESPONSABLE	PARTENAIRES	ÉCHÉANCE
3.1. Soutenir et consolider les sites potentiels dans la région de Coaticook pour le développement de nouvelles exploitations	CLD	MRC	Continue
3.2. Maintenir les efforts de développement du produit « ornithologie » :			
3.2.1. Développer un plan d'action sur le produit ornithologique permettant de préserver la ressource	CLD	Société de Loisir Ornithologique de l'Estrie	An 2
3.2.2. Intensifier la promotion de ce produit et l'intégrer aux autres offres	CLD	ATR	An 1
3.2.3. Voir à la faisabilité d'un parcours canotable sur la rivière Coaticook entre Compton et Waterville	CLD	MRC Municipalités	An 2
3.3. Voir à l'élaboration de boucles cyclables sur les routes d'intérêt de la MRC :			
3.3.1. Identifier les routes d'intérêt à faible débit de circulation automobile			An 1
3.3.2. Intégrer des aménagements de services destinés aux cyclotouristes (point d'eau, halte, etc.)	CLD Comité vélo	MRC Municipalités Ministère Transport	An 2
3.3.3. Favoriser la certification « Bienvenue cyclistes! » auprès de certains gîtes et camping à proximité des boucles		Vélo Québec	Continue
3.3.4. Étudier la possibilité de développer un service de navette (ex. : entente avec la compagnie locale de taxi)		ATR	An 2
3.3.5. Intégrer les boucles au réseau estrien (sentier nature Tomifobia, Grandes Fourches, etc.)		ATR	An 1

ORIENTATION SPÉCIFIQUE :			
3. BONIFIER L'OFFRE EN TERMES D'ACTIVITÉS DE PLEIN AIR			
STRATÉGIES :	RESPONSABLE	PARTENAIRES	ÉCHÉANCE
3.4. Soutenir le développement du vélo de montagne :			
3.4.1. Soutenir l'ADSVMQ ⁵ dans l'évaluation du projet de « single track » au Mont Hereford tout en respectant l'orientation générale de protection des milieux naturels	Municipalité D'East Hereford	ADVSMQ CLD CCS ⁽¹⁾	An 2
3.4.2. Voir au développement d'un événement récurrent en vélo de montagne	Municipalité D'East Hereford	ADVSMQ CLD CCS	An 3
ORIENTATION SPÉCIFIQUE :			
4. SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT D'UNE OFFRE D'HÉBERGEMENT DISTINCTIVE ET DE QUALITÉ ADAPTÉE AUX BESOINS DES CLIENTÈLES TOURISTIQUES			
STRATÉGIES :	RESPONSABLE	PARTENAIRES	ÉCHÉANCE
4.1. Stimuler l'implantation de nouvelles entreprises d'hébergement de qualité			
4.1.1. Étudier la faisabilité d'utiliser le site du King's Hall comme actif touristique (centre de villégiature, hôtellerie, centre de congrès, spa, etc.)	CLD	Municipalité SADC	An 2
4.1.2. Identifier un promoteur potentiel et réaliser avec celui-ci, une étude de faisabilité et de marché			
4.1.3. Être à l'affût des opportunités de développement (terrain, promoteur, etc.) dans le secteur du camping pour demeurer un leader	CLD	Municipalité MRC	Continue
4.1.4. Soutenir le développement de mode d'hébergement de petite taille (gîte, hébergement alternatif, chalet locatif, etc.)	CLD	---	Continue
4.1.5. Dans l'optique du développement du cyclotourisme, voir à supporter la certification « Bienvenue cyclistes ! » de quelques établissements d'hébergement périphériques (gîtes, campings, etc.)	CLD Comité Vélo	Vélo Québec	Continue

(1) CCS : Club cycliste de Sherbrooke

⁵ Association pour le développement des sentiers de vélo de montagne au Québec.

ORIENTATION SPÉCIFIQUE :			
5. BONIFIER LES ÉLÉMENTS STRUCTURANTS DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE			
STRATÉGIE	RESPONSABLE	PARTENAIRES	ÉCHÉANCE
5.2. Voir à l'adoption et à l'application de la politique de signalisation locale :			
5.2.1. Voir à la signalisation de « Coaticook » à la sortie 121 de l'autoroute 10-55 en provenance de Québec	CLD MRC	ATR Ministère du Transport Municipalités	An 1
5.2.2. Améliorer l'accessibilité les attraits en milieu rural par une signalisation directive adéquate	CLD MRC	ATR MTQ Municipalités	An 2
5.2.3. Intégrer l'image régionale à l'affichage des attraits	CLD	Municipalités Intervenants Entrepreneurs concernés	An 2
5.3. Maintenir la production de différents outils de structuration de produits en fonction des produits d'appel ou de segments de clientèles spécifiques (ex.: scolaire, ornithologie, circuits photos, etc.)	CLD	Entreprises et organismes	Continue
5.4. Soutenir les organismes, entreprises dans le développement de projets structurants (ex. : analyse de nouveau produit, recherche d'aide financière, formation, etc.)	CLD	SADC	Continue
5.5. Consolider les services d'accueil sur le territoire :			
5.5.1. Assurer un service personnalisé et d'accueil sur une base annuel	CLD	----	Continue
5.5.2. Mettre en place des activités de financement			
5.5.3. Créer et entretenir des outils de mise à jour des informations			
5.6. Optimiser l'utilisation du Web comme outil de renseignement :			
5.6.1. Créer une banque de données clients	CLD	----	Continue
5.6.2. Réaliser des actions de vente croisée à partir de cette banque de données			
5.6.3. Développer un volet spécifique pour le Chemin des Cantons			

10. Conditions de succès

La mise en œuvre fructueuse d'un plan de développement touristique implique un certain nombre de conditions nécessaires au succès de la démarche. Les orientations et les stratégies retenues dans ce plan ne peuvent pas toutes être concrétisées à court terme ; les ressources limitées exigent de prioriser les actions. En ce sens, les décideurs politiques et économiques ainsi que l'industrie touristique au sens large devront s'assurer :

- ❖ D'une compréhension et d'une adhésion au plan de développement touristique par les membres du comité d'actions touristiques ;
- ❖ D'une présentation de ce plan à l'ensemble des partenaires politiques et touristiques selon une stratégie à articuler de manière à s'assurer d'un soutien structurant, politique et financier important des partenaires traditionnels de l'industrie touristique pour le développement de l'offre ;
- ❖ D'une présentation aux membres de l'industrie touristique du présent plan incluant des décisions relatives au plan d'action de l'an 1 et de leur adhésion ;
- ❖ De la bonne coordination des stratégies identifiées dans ce plan et d'un suivi rigoureux par le comité d'actions touristiques ;
- ❖ De l'arrimage des actions locales et régionales en matière de développement ;
- ❖ Et enfin, il faudra **intensifier la promotion des produits touristiques** de la MRC. Beaucoup d'efforts ont été consentis ces dernières années à la structuration du produit touristique (agrotourisme, ornithologie, plein air, etc.) et toujours en gardant en tête les besoins des clientèles et la qualité des produits en développement. Toutefois, les produits touristiques de la MRC demeurent encore trop souvent des « secrets bien gardés » et la MRC de Coaticook vit encore trop dans l'ombre des MRC de l'ouest. L'intensification des efforts de promotion devient donc une condition sine qua non de succès.

Annexe 1 – Tendances à prendre en compte pour le développement de l'offre touristique

QUELQUES TENDANCES GÉNÉRALES OBSERVÉES	IMPACTS POTENTIELS SUR LE TOURISME ET LES CANTONS-DE-L'EST
<i>Une population de plus en plus concentrée dans les agglomérations urbaines</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ En 2020, 90% des Canadiens habiteront les 25 plus grandes villes. Les régions limitrophes des grands centres, comme les Cantons-de-l'Est, pourraient en tirer avantage voir leur achalandage augmenter à cause de cette concentration.
<i>Une population vieillissante et de plus en plus cosmopolite</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Des budgets vacances importants, mais quand même serrés de la part des clientèles plus âgées (50 ans et +). ✓ L'obligation d'avoir des équipements, des infrastructures et des destinations adaptés et accessibles. ✓ Une population vieillissante, mais avec des gens âgés plus riches, plus scolarisés et en meilleure santé. ✓ Un désir de faire de moins grandes distances pour les voyages (sauf pour les « grands voyages »). ✓ L'accroissement de la villégiature dite « résidentielle » et le développement du syndrome «<i>pas dans ma cour</i>». ✓ Des voyages <i>multi-génération</i>s grâce à des grands parents plus jeunes et plus aptes à voyager. (un grand-parent américain sur trois a voyagé avec ses petits-enfants en 2002). ✓ La recherche pour des activités plus douces et plus calmes tant au niveau culturel (croissance du tourisme culturel) qu'en plein air (cyclotourisme, randonnée pédestre). Les Cantons-de-l'Est sont bien positionnés à ce chapitre. ✓ Les populations des communautés ethniques sont en croissance constante et ont des comportements touristiques très différents des communautés résidentes. Ceci aura un impact sur les produits offerts.

QUELQUES TENDANCES GÉNÉRALES OBSERVÉES	IMPACTS POTENTIELS SUR LE TOURISME ET LES CANTONS-DE-L'EST
<p><i>L'ère du client-roi : Le service, le service, le service</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les clients en général sont habitués d'avoir leurs marchandises et leurs services en tout temps. On n'attend plus pour avoir ce que l'on veut, d'où l'obligation d'avoir une souplesse opérationnelle pour l'achat de dernière minute. ✓ Des clientèles exigeantes au niveau du rapport qualité/prix. Donc, la clientèle est prête à payer le juste prix, mais la qualité doit y être, peu importe que ce soit en haut de gamme ou en bas de gamme. ✓ La clientèle désire obtenir des privilèges exclusifs. Plus particulièrement, les touristes recherchent des forfaits plus souples. ✓ Une croissance de la demande pour des voyages partiellement forfaitisés, ou réalisés « sur mesure », au dépend des voyages totalement forfaitisés. ✓ Le service à la clientèle a toujours la cote, en tourisme encore plus qu'ailleurs ; même si le produit proposé est le plus formidable qui soit, si le service que vous offrez est médiocre, vos chances de succès peuvent être compromises.

QUELQUES TENDANCES GÉNÉRALES OBSERVÉES	IMPACTS POTENTIELS SUR LE TOURISME ET LES CANTONS-DE-L'EST
<p><i>Des voyageurs de plus en plus expérimentés et « hybrides »</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le désir de la découverte des territoires et des cultures est certainement l'élément-clé qui amène une croissance soutenue de l'industrie touristique. ✓ Les clients veulent se faire surprendre à travers leurs expériences. ✓ Les nouveaux touristes ont une longue expérience touristique ; ils ont voyagé davantage que leurs parents. Ils sont exigeants et aguerris. Un touriste peut combiner une nuit dans un hôtel 4 ou 5 étoiles et se préparer un lunch au cours du même voyage. ✓ Le fractionnement des vacances observé est lié à un désir de faire plus de voyages mais de plus courte durée. Donc, les destinations rapprochées des marchés émetteurs pourront tabler sur cette tendance. L'habitude d'effectuer plusieurs courts séjours est particulièrement présente chez les résidents urbains. ✓ En général, les touristes recherchent de plus en plus des services et équipements de confort tout en étant dans des lieux rustiques et naturels. Une région comme les Cantons-de-l'Est peut offrir cette dualité (ex. : camping et restaurant gastronomique). ✓ Des segments particuliers à prendre en compte : les gens voyageant seul (41 % qui voyagent vivent seul), des groupes affinitaires importants (gais, mototourisme, clubs de rencontre, familles monoparentales, etc.). ✓ Les touristes prennent des décisions de voyage de dernière minute. Dans le contexte des Cantons-de-l'Est, cette tendance, jumelée aux produits de la région qui sont très liés à la température, nous oblige à avoir un bon mix de produits intérieurs et extérieurs. ✓ Les touristes auront donc besoin de souplesse dans les services et dans la pratique de leurs activités.
<p><i>Une concurrence régionale et mondiale féroce et en développement</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Qui dit croissance du tourisme, dit croissance de l'offre concurrente également. Tant au Québec, au Canada, qu'ailleurs dans le monde, le développement des produits touristiques est fulgurant. Des destinations plus « matures » comme les Cantons-de-l'Est auront à se renouveler. ✓ Au Québec, on a qu'à regarder le développement de destinations comme la Mauricie, l'Outaouais, le Bas-Saint-Laurent, qui n'étaient pas des concurrents importants des Cantons-de-l'Est auparavant. Même chose pour des destinations en Ontario et dans les Maritimes : il faut voir comment les régions de Niagara et de Picton (Prince Edward County) se sont développées et se développent encore. ✓ Internet est en partie responsable de la rapidité à laquelle l'offre concurrente se propage auprès des clientèles touristiques.

QUELQUES TENDANCES GÉNÉRALES OBSERVÉES	IMPACTS POTENTIELS SUR LE TOURISME ET LES CANTONS-DE-L'EST
<p><i>Une population de plus en plus soucieuse de son mieux-être (physique, émotif, psychologique, etc.)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les touristes ne veulent plus seulement «voir quelque chose», mais également «faire quelque chose». ✓ En général, les touristes vont s'identifier aux segments plus jeunes qu'eux et donc pratiquer des activités que l'on aurait évalué destinées pour des plus jeunes (ex. : moyenne d'âge assez élevée des cyclotouristes). ✓ Importance de la santé et du maintien de la forme physique. Cette tendance s'exprime dans des choix de voyages avec une composante sportive. ✓ Les gens veulent poursuivre leur apprentissage personnel et intellectuel. Ils veulent acquérir de nouvelles connaissances et continuer à apprendre. Donc, en tourisme, ils veulent joindre l'utile à l'agréable par la fréquentation des lieux historiques ou scientifiques, en tourisme d'apprentissage, en éducation-interprétation dans les parcs nationaux. ✓ Dans une société marquée par la technologie, la rapidité, l'abstraction, les individus recherchent des liens concrets avec leur histoire, leur famille. Ils cherchent des points de repère et d'ancrage dans l'histoire. Cette tendance se manifeste notamment par une préférence accrue envers le tourisme culturel. ✓ À l'inverse, la tendance au <i>cocooning</i> (et ses variantes : <i>bunkering</i>, <i>consumerism</i>) est toujours en vogue. Le <i>cocooning</i> accapare une part importante des revenus discrétionnaires des clients potentiels.
<p><i>Un souci marqué pour l'environnement et la qualité des milieux de vie</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les touristes rechercheront de plus en plus des destinations liées à la nature et aux activités de plein air qui respectent l'environnement. ✓ Les touristes (d'agrément de façon générale) déclarent de plus en plus ne pas vouloir visiter une destination qui détruit l'environnement. Une région comme les Cantons-de-l'Est qui subit une pression de développement doit donc bien camper ses choix de développement. ✓ Une préférence de la part des individus et touristes envers l'écologie et le développement durable ; donc, l'impact du développement de quatre parcs nationaux et des parcs régionaux dans les Cantons-de-l'Est s'inscrit bien dans cette direction. ✓ L'intérêt des individus pour les aspects esthétiques de leur environnement et la volonté de rendre la vie plus belle se manifestent de différentes façons (ex. réhabilitation urbaine, préférence envers la décoration intérieure, les objets design, etc.). Dans ce courant, l'intégration du patrimoine local et la thématisation architecturale prennent de l'ampleur. Les touristes recherchent des sites où l'aménagement touche tous leurs sens. Un projet comme la route culturelle s'inscrit bien dans cette tendance.

QUELQUES TENDANCES GÉNÉRALES OBSERVÉES	IMPACTS POTENTIELS SUR LE TOURISME ET LES CANTONS-DE-L'EST
<p><i>La spécialisation et la diversification des produits et services qui se poursuivent</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sur le plan des produits et activités, la spécialisation et la diversification constituent la principale tendance lourde observable dans l'industrie touristique. Elle s'inscrit dans une perspective où les clientèles veulent sortir des sentiers battus, recherchent de nouvelles expériences et orientent leur choix de séjours et de vacances en fonction de besoins particuliers. ✓ La hausse de certaines pratiques d'activités : culture, histoire, découverte d'attrait naturels, popularité des activités reliées à l'eau (navigation de plaisance, kayak, etc.), cyclotourisme, observation de la faune, randonnée pédestre, tourisme d'apprentissage (learning travel), séjours de ressourcement et santé, etc. ✓ Les modifications importantes dans le marché des voyages en groupes, principalement dans les marchés extérieurs (tendance à de plus petits groupes, croissance des voyages individuels, réduction des trajets et circuits, essor des groupes d'affinités, recherche d'expériences plus authentiques et enrichissantes). La diminution des voyages de groupes en séries, en provenance des marchés traditionnels (nord-américain et européen). ✓ L'organisation de l'offre : la structuration, la convivialité et l'accessibilité favorisant et facilitant la consommation des produits touristiques.

Annexe 2 – Orientations stratégiques régionales de développement de l'offre touristique

