

Planification stratégique du développement touristique en Abitibi-Ouest 2018-2022

Le ciel respire...en Abitibi-Ouest



Portrait du territoire et diagnostic

Portrait du territoire

Formant la partie nord-ouest du territoire québécois aménagé en MRC, la Municipalité régionale de comté d'Abitibi-Ouest (MRCAO) est bordée à l'ouest par la frontière ontarienne, au nord par le territoire d'Eeyou Istchee Baie-James, au sud par la Ville de Rouyn-Noranda et à l'est, par la MRC d'Abitibi. Des 20 834 personnes qui l'habitent, plus du tiers réside à La Sarre, le chef-lieu.

D'un seul regard, vous contemplez le cadre naturel de la MRCAO, marqué par le charme de ses lacs, la richesse de sa forêt et l'attrait de ses terres. Outre le parc national d'Aiguebelle, plusieurs éléments confèrent un cachet particulier à ce territoire : des forêts sillonnées par de nombreux sentiers pédestres, un vaste réseau hydrographique propice à la pratique de sports nautiques et une faune abondante pour le plus grand plaisir des amateurs de chasse et de pêche.

Ce territoire aux dimensions improbables porte les traces d'une occupation humaine vieille de plus de huit mille ans. Riche des plus belles pelleteries du Nouveau-Monde, ces terres

constitueront, dès le XVII^e siècle, un lieu de convergence pour la traite des fourrures entre Européens et Amérindiens. Soustraite à l'activité humaine par l'éloignement et la ligne de partage des eaux, ce n'est qu'en 1912, avec l'arrivée du Transcontinental que le territoire brisa son éloignement pour enfin s'ouvrir à la colonisation. Aujourd'hui, les sociétés d'histoire locales, les collections archéologiques accessibles, les circuits d'interprétation historique et les micromusées de la MRCAO en sont autant de témoignages.

L'activité économique de la MRCAO est étroitement liée à l'exploitation des ressources naturelles, notamment l'agriculture et la foresterie. Ces deux secteurs d'activité connaissent toutefois des difficultés structurelles depuis nombre d'années. L'industrie de la transformation du bois accapare une tranche importante des emplois manufacturiers tandis que les entreprises agricoles et agroalimentaires façonnent le paysage du milieu rural et génèrent des retombées économiques significatives sur le territoire.

Diagnostic

FORCES

- Population chaleureuse et accueillante.
- Une équipe de développement en place.
- Souci d'adhésion du milieu pour créer et développer un produit authentique.
- Adoption d'une première politique culturelle territoriale.
- Mise en place de divers partenariats pour maximiser le développement touristique et culturel sur le territoire.

OPPORTUNITÉS

- Grand territoire peu habité.
- Les tendances mondiales liées au plein air.
- Les milléniaux.
- Les humains du territoire et le besoin des touristes de les rencontrer.
- Circuits existants à exploiter davantage.
- Potentiel du site Internet accespleinair.org pour l'organisation d'activités de plein air.
- Potentiel lié à la Forêt d'Enseignement et de Recherche du Lac Duparquet.
- Présence de producteurs et de transformateurs agroalimentaires.
- Potentiel apporté par le Centre de formation professionnelle du Lac Abitibi et le tourisme d'apprentissage comme tendance.
- Popularité du tourisme autochtone et mise en valeur de la pointe Apitipik.
- Nombre de lieux historiques et possibilité de les lier entre eux.
- Présence d'artistes sur le territoire et d'éléments culturels.
- Plusieurs kilomètres de sentiers motoneige.
- Parc national d'Aiguebelle.
- Archéo 08.
- Territoire parfait pour le tourisme d'aventure.
- Historique dans la tenue d'événements de haut calibre.
- Festival des langues sales (originalité et créativité).
- Territoire jeune et lien vivant avec l'histoire.
- Potentiel en ornithologie.

FAIBLESSES

- Conscientisation à faire sur le potentiel touristique.
- Faible connaissance de l'industrie touristique et de ses rouages.
- Manque de valorisation des potentiels du territoire.
- Ligne de conduite et identité propre au territoire à définir.
- Offre de service limitée de certains attraits et entreprises.
- Faible concertation territoriale entre les promoteurs des attraits touristiques.

MENACES

- Nombre limité d'entreprises et d'organismes consacrés au tourisme.
- Manque d'engagement de la part des promoteurs et lenteur du milieu à réagir.
- Liens faibles entre les attraits de la MRCAO.
- Peu d'hébergement et besoin de raffinement au niveau de la qualité, du confort, de l'ambiance et du décor pour répondre à l'exigence des touristes actuels.
- Masse critique qui n'incite pas les investissements.
- Grand territoire peu habité et distance à faire entre les attraits.
- Position géographique – destination qui doit susciter le déplacement.
- Offre de restauration faible.
- Concentration d'activités au même moment.

Enjeux, vision et principes directeurs

Constats

- Population chaleureuse, accueillante et accessible.
- Grand territoire et distances à faire entre les attraits .
- Circuits existants à bonifier et à exploiter davantage (forestier, religieux, patrimonial, agroalimentaire, etc.).
- Territoire jeune et lien vivant avec l'histoire.
- Traces de la présence autochtone.
- Agroalimentaire et produits locaux.
- Territoire parfait pour le tourisme d'aventure et de plein air.
- Saisonnalité de plusieurs attraits touristiques.
- Absence de concertation des promoteurs touristiques; en découle une offre peu structurée (forfaits, partenariats, promotions conjointes).
- Faible sentiment d'appartenance des entrepreneurs touristiques et des services complémentaires (restaurants, hébergements).
- Qualité des hébergements et des services à rehausser.
- Historique dans le tenue d'événements de haut calibre.
- Difficulté à recruter de la main-d'œuvre.
- Sentiers de motoneige de qualité.
- Tendance au tourisme d'apprentissage et participatif.
- Faible utilisation des nouvelles technologies par les intervenants du milieu.

Enjeux

Enjeu 01

Traduire clairement l'identité du territoire avec des produits touristiques qui la mettent en valeur.

Enjeu 02

Structurer et coordonner l'offre touristique par le biais d'expériences originales et complémentaires sur tout notre territoire.

Enjeu 03

Stimuler, former et informer les intervenants sur l'industrie touristique, ses rouages et ses tendances.

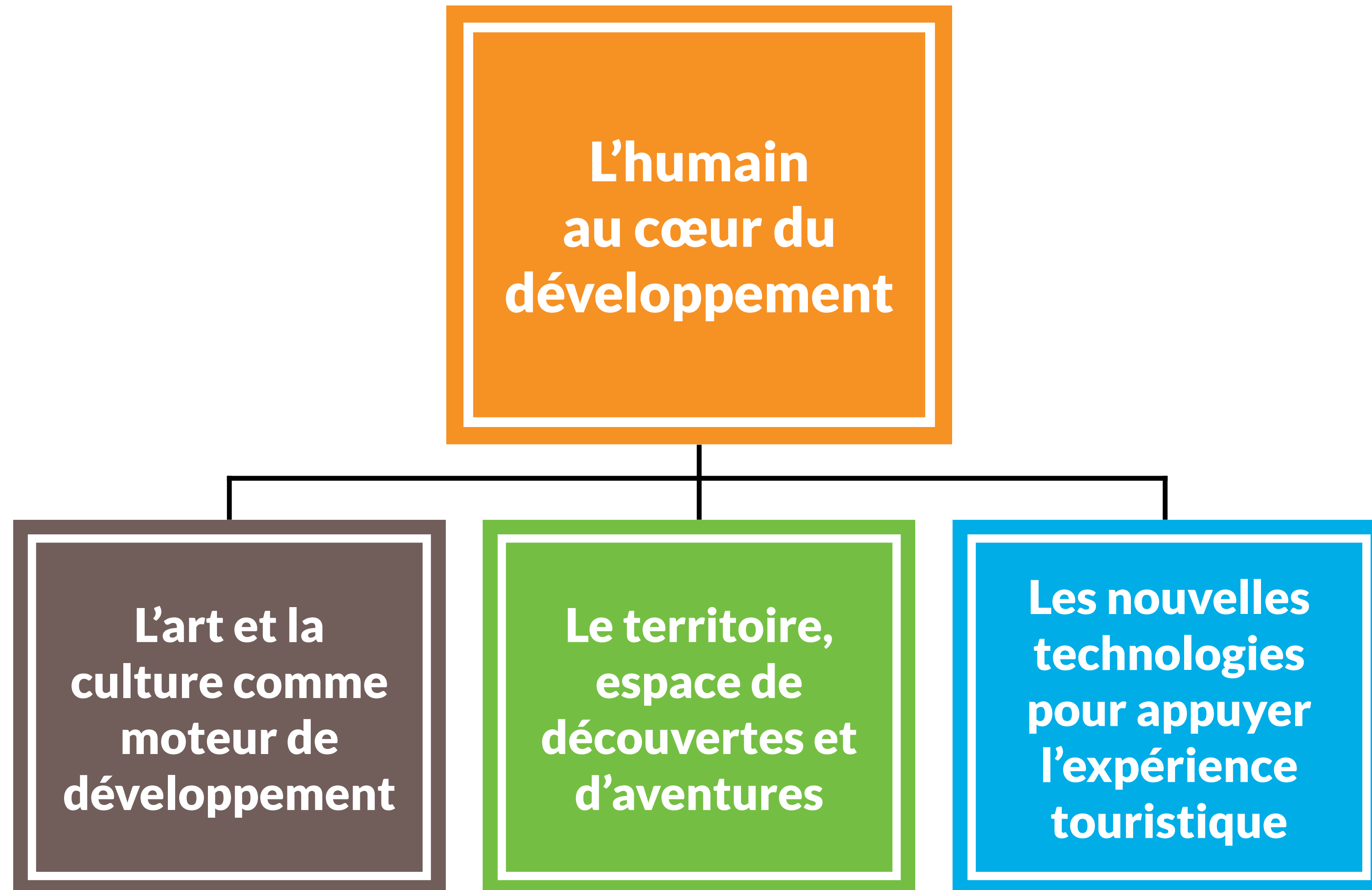
Enjeu 04

Sauvegarder et mettre en valeur notre patrimoine.

Vision

En 2022, l'Abitibi-Ouest, un jeune territoire dont l'immensité offre un vaste éventail de possibilités, se positionne comme une destination attractive reconnue pour ses expériences identitaires, innovantes et de qualité. La spécificité de son territoire rural, la proximité des services offerts et le développement qui s'y fait à l'échelle humaine permettent de vivre des expériences authentiques. La richesse des paysages et les expériences associées au patrimoine par le biais de divers circuits thématiques font de l'industrie touristique un acteur incontournable du dynamisme du territoire.

Principes directeurs



Objectifs, orientations et chantiers

Objectifs

La MRCAO a pour objectif de créer un climat propice au développement de projets touristiques novateurs et structurants qui augmenteront son rayonnement et son attractivité. D'ici 2022 :

- › **La structuration de l'offre passera par la mise sur pied d'au moins quatre circuits novateurs.**
- › **Une collecte de données permettra de mesurer l'achalandage touristique sur le territoire en collaboration avec Tourisme Abitibi-Témiscamingue et le Baromètre touristique de la Chaire de tourisme Transat.**
- › **Quatre sites développés sous le concept de tourisme participatif verront le jour.**
- › **Les intervenants seront mobilisés avec la tenue d'au moins une rencontre annuelle de formation et d'échanges.**

Orientations et chantiers

Orientations de développement de l'offre touristique

1. Développer le tourisme participatif et d'apprentissage
2. Développer des circuits originaux basés sur la culture du territoire et qui mettent en valeur ses humains
3. Miser sur les événements à signature unique pour faire rayonner la destination
4. S'appuyer sur les nouvelles tendances pour offrir des produits plein air et d'aventures originaux qui mettent en valeur les traits distinctifs de la MRCAO

Orientations de promotion de la destination

1. Élaborer une stratégie web et médias sociaux intégrant les nouvelles technologies et les approches innovantes en matière de e-tourisme
2. Définir et diffuser la vision, le positionnement et l'approche de l'expérience client pour renforcer l'identité de la MRCAO, en lien avec les principaux secteurs touristiques du territoire

Orientations en service aux visiteurs (accueil et information touristique)

1. Mettre en place, comme projet pilote, un projet d'accueil original qui mise sur l'expérience unique de contact
2. Stimuler le développement d'expériences d'hébergement alternatif
3. Stimuler le développement de menus aux saveurs locales dans les restaurants
4. Outiller les promoteurs pour mieux répondre aux besoins des touristes par le biais de formations personnalisées