

**Plan
stratégique
en tourisme
2022-2025**

Plan stratégique en tourisme 2022-2025



MISE EN CONTEXTE



Vous remarquerez également que ce nouveau plan accorde une place importante au tourisme durable dont les dimensions environnementale, sociale et économique viennent teinter les cinq piliers stratégiques. L'ajout de cette notion reflète bien la volonté des entreprises de la région de proposer une offre touristique de qualité tout en ayant un impact moindre sur l'environnement.

C'est avec beaucoup d'enthousiasme que nous vous présentons le plan stratégique en tourisme 2022-2025 pour la région de Brome-Missisquoi. Ce dernier se veut un plan rassembleur pour tous les acteurs de l'industrie qui sont invités à se l'approprier afin de contribuer à la réalisation des neuf grandes orientations stratégiques qui s'y trouvent.

Ce nouveau plan s'inscrit dans la continuité du plan quinquennal précédent en ce sens que l'oénotourisme qui distingue la région de Brome-Missisquoi des autres régions touristiques du Québec reste à l'avant-plan. Toutefois, le positionnement, la mission et la vision de la destination ont été revus à plusieurs niveaux. Ce plan vient, entre autres, souligner davantage l'importance de tous les secteurs à l'expérience touristique des visiteurs; en plus, de miser sur l'augmentation des maillages et de la collaboration entre les différents acteurs touristiques.

Nous avons parallèlement reconnu la caractéristique de notre industrie à offrir des expériences immersives authentiques et mémorables. Cette qualité distinctive est l'axe incontournable pour que notre destination se démarque et reste pertinente. Cet élément a donc été ajouté à la vision et représente un élément transversal qui doit être pris en compte dans l'ensemble de nos orientations stratégiques. Nous sommes d'avis que l'ensemble des acteurs touristiques de la région offre cette qualité d'expérience et en l'intégrant à notre vision, nous affirmons notre volonté de mettre en valeur cette promesse.

Bref, nous sommes confiants que ce nouveau plan permettra de rendre Brome-Missisquoi encore plus attractive auprès des touristes québécois, canadiens et internationaux.

NADYA BARON

Présidente du comité consultatif en tourisme
Directrice marketing au mont SUTTON

POSITIONNEMENT

Brome-Missisquoi est le chef de file de l'éonotourisme au Québec. La diversité de son territoire et le savoir-faire de ses artisans permettent des expériences récréotouristiques et agrotouristiques exceptionnelles et la rencontre d'une communauté en harmonie avec la beauté de ses paysages.

MISSION

Faire rayonner nos acteurs en tourisme en développant des initiatives communes novatrices et durables pour continuellement améliorer l'expérience touristique sur notre territoire.

VISION

Brome-Missisquoi sera reconnue pour son expérience immersive authentique et mémorable, son invitation à l'art de vivre et son engagement dans la préservation de son environnement.

PARTENAIRES CLÉS

MRC de Brome-Missisquoi
Tourisme Cantons-de-l'Est
Services tourisme et culturel municipaux
Créateurs de Saveurs

PARTIES PRENANTES

Entreprises touristiques
Municipalités de Brome-Missisquoi
Bureaux d'accueil touristique de Brome-Missisquoi
Bureaux d'accueil touristique des Cantons-de-l'Est
Résidents

CINQ PILIERS	CONSOLIDATION	VALORISATION	PRÉSERVATION	INTÉGRATION	COLLABORATION
● Orientations stratégiques	1 Consolider notre position de chef de file en oenotourisme PRIORITÉS Accroître la notoriété de La Route des vins (quantitatif). Rehausser le niveau d'attractivité de La Route des vins (qualitatif). Développer un volet pédagogique pour accroître la familiarité de la viticulture et de ses vignerons. 2 Promouvoir la qualité et notre savoir-faire en matière de tourisme gourmand PRIORITÉS Accroître la notoriété des artisans/ producteurs de la région et les produits agroalimentaires locaux. Accroître la notoriété des revendeurs/utilisateurs (chefs-restaurateurs, boutiques, événements) en soutenant les initiatives locales. Soutenir l'équipe bio-alimentaire du CLD dans leurs efforts pour stimuler et promouvoir le maillage entre producteurs et revendeurs afin d'élargir l'offre et les possibilités d'achat local.	3 Miser sur la diversité des activités récréo-touristiques et agro-touristiques quatre saisons PRIORITÉS Structurer et promouvoir activement l'offre récréotouristique. Inciter la fréquentation, par les locaux, des commerces et activités offertes sur le territoire pour favoriser la mixité des clientèles. Stimuler la participation des citoyens à la promotion des activités qu'ils pratiquent localement pour faire découvrir les endroits moins fréquentés. Développer des initiatives d'acquisition et de rétention des différentes clientèles de notre base de données en fonction de leurs champs d'intérêts. 4 Promouvoir la richesse du patrimoine naturel, culturel et bâti PRIORITÉS Promouvoir les paysages et le patrimoine distinctifs de la région en mettant en valeur le contenu développé dans l'Atlas des paysages. Participation à la promotion des événements et attraits de la région.	5 Sensibiliser les visiteurs à l'utilisation récréotouristique responsable du territoire PRIORITÉS Identifier les problématiques rencontrées avec nos visiteurs par secteur d'activités en vue de trouver, avec le milieu touristique, des solutions qui s'appliquent à l'ensemble des acteurs. Promouvoir les bonnes pratiques de façon ludique et intégrée à nos autres initiatives promotionnelles et/ou conjointement avec les initiatives de partenaires clés. 6 Favoriser les bonnes pratiques eco-responsables dans l'accueil des visiteurs PRIORITÉS Reconnaître et promouvoir les bons coups/ initiatives en matière de tourisme durable auprès de l'ensemble des acteurs touristiques de Brome-Missisquoi. Promouvoir les bons coups/ initiatives des acteurs touristiques auprès des visiteurs pour accroître notre crédibilité en matière de tourisme durable.	7 Stimuler le référencement entre acteurs touristiques PRIORITÉS Diffuser et partager la programmation et les activités entre les acteurs de l'industrie selon les saisons. Développer des moyens qui stimulent l'inter-référencement afin de favoriser les rencontres et le partage de nouveautés, de bonnes pratiques, des disponibilités et de contenu. 8 Encourager les partenariats et les offres intégrées entre acteurs touristiques PRIORITÉS Appuyer le milieu à mettre en place un ou plusieurs forfaits intégrés agro-récréotouristiques sous forme de test pilote durant la basse saison.	9 Consolider les synergies entre les partenaires en identifiant les opportunités de collaboration PRIORITÉS Définir nos segments prioritaires. Partager et promouvoir notre plan stratégique auprès des responsables inter-municipaux. Clarifier le processus du réseau <i>Tour&Travel</i> et mettre en contact nos membres avec Tourisme Cantons-de-l'Est. Appuyer les efforts d'attraction de la main-d'œuvre de notre territoire.



REMERCIEMENTS

Réalisé sur une période de cinq mois, ce plan stratégique en tourisme n'aurait pas été le même sans la contribution des membres du comité consultatif en tourisme. Lors de six rencontres de travail, ils ont contribué à l'idéation du plan en mettant à profit leur expérience ainsi que leur vision de Brome-Missisquoi.

Merci à Marie Allaire, directrice du développement touristique à la ville de Bromont; à Mona Beaulac, directrice du Musée Missisquoi; à Cynthia Brunelle, directrice du service des loisirs, de la culture, du tourisme et de la vie communautaire à la ville de Lac-Brome; à Maria Cordaro, coordonnatrice en développement touristique et culturel à la ville de Lac-Brome; à Philippe Goyette, agent de développement service culture, tourisme et loisirs à la ville de Cowansville; à Michel Lafrance, maire de Sutton; à Roxanne Landry, directrice service loisirs, culture et tourisme à la ville de Farnham; à Stéphanie Latour, consultante travailleuse autonome; à Anne-Marie Lemire, propriétaire de Léon Courville, Vigneron; à Nadya Baron, directrice marketing au Mont SUTTON et présidente du comité consultatif en tourisme; à Thanh Nguyen, directrice du Domaine Jolivent; à Caroline Rosetti, mairesse de Saint-Armand; à Ève Sano-Gélinas, coordonnatrice loisirs, culture et tourisme à la ville de Dunham et à Heidi Vanha, directrice de la Corporation de développement économique de Sutton.

Le CLD de Brome-Missisquoi tient aussi à remercier la dizaine d'autres intervenants de la région qui ont participé à des entrevues ou des groupes de discussion.

Souignons finalement le travail de Pascal Chandonnet et Marie-Claude Lacasse de la firme BE.AT ainsi que la collaboration du personnel du CLD de Brome-Missisquoi.

