



Rapport d'étape 1 - Diagnostic stratégique
Version pour consultation

Document présenté à :

M. Gilbert Savard
Maire – Municipalité de Lamarche

Préparé par :

Dany Bouchard
Synergie Développement et Marketing Inc.

Date :

Décembre 2016

Table des matières

1. Introduction du mandat et objectifs.....	3
2. Considérations méthodologiques	7
3. Portrait touristique de la municipalité de Lamarche - (où en sommes-nous ?).....	9
4. Bilan de la performance et de la visite du territoire - (où en sommes-nous ? - suite).....	19
5. Résultats des entrevues avec les partenaires et observateurs du tourisme à Lamarche - (où en sommes-nous ? - suite).....	31
6. Environnement touristique - (le marché touristique, c'est quoi ?).....	36
7. Tendances pertinentes à considérer dans le développement d'expérience	50
8. Analyse des comparables	53
9. Diagnostique stratégique marketing – tourisme dans la municipalité de Lamarche.....	57
10. Enjeux et défis stratégiques.....	62
Sources et références	66



1. INTRODUCTION DU MANDAT ET OBJECTIFS

La municipalité de Lamarche a réalisé certains projets touristiques au cours des dernières années. Le potentiel de développement du territoire est intéressant et le moment est opportun pour se pencher sur une stratégie commune de développement touristique. La municipalité identifie le tourisme comme un levier de développement économique, social et communautaire.

Lamarche compte sur l'appui exceptionnel du **CLD Lac-Saint-Jean Est**, ainsi que sur celui du **ministère des Affaires municipales et de l'occupation du territoire du Québec (MAMOT)** pour se doter d'une démarche lui permettant de réfléchir collectivement à son potentiel et de se positionner sur sa vision d'avenir touristique en collaboration avec les intervenants du milieu.

Le présent rapport, réalisé par **Synergie – développement et marketing**, constitue un rapport d'étape présentant les résultats d'une analyse diagnostique touristique pour la municipalité de Lamarche.

Le mandat consiste à déterminer et à accompagner une démarche collective visant à définir une stratégie touristique pour la communauté de Lamarche. Les principaux objectifs auxquels cette démarche doit répondre, sont les suivants :

- Impliquer les intervenants et les partenaires touristiques de Lamarche;
 - Mobiliser ces intervenants autour d'une orientation touristique à prendre (vision actuelle déconcertée) ;
- Identifier les opportunités pour développer le tourisme dans la municipalité, été comme hiver ;
- Aligner la vision des conseillers municipaux autour d'un projet touristique collectif ;
 - Valider et confirmer la volonté des élus de miser sur le potentiel touristique comme levier économique, social et communautaire pour Lamarche.



La municipalité veut saisir l'occasion de se positionner face à l'avenir du développement touristique. Elle souhaite le faire en collaboration avec la communauté (élus, organisations, entreprises touristiques et citoyens).

Cette démarche doit d'abord s'appuyer sur un bilan global du tourisme à Lamarche :

- Inventaire des produits et services ainsi que du potentiel touristique du territoire;
- Analyse de la performance touristique à Lamarche (performance, dynamique et fonctionnement, achalandage, etc.);
- Analyse de l'environnement touristique régional et portrait des tendances pertinentes à considérer dans l'élaboration d'une stratégie touristique;
- Validation auprès de partenaires touristiques et d'observateurs du tourisme à Lamarche (minimum 10);
- Analyse comparative de municipalités ailleurs au Québec ayant misé sur le tourisme, dont la taille et le potentiel peuvent s'apparenter à ceux de Lamarche (choix à confirmer – minimum 3);
- Analyse comparative du bilan, en considérant les principaux indicateurs de l'industrie touristique (forces, faiblesses, menaces, opportunités);
- Identification des opportunités et des menaces ainsi que des facteurs de succès observés dans les autres communautés analysées.

Dans ce type de démarche, il est essentiel de considérer les éléments distinctifs de la communauté et l'importance de l'appropriation de la stratégie par le milieu. La démarche doit permettre d'identifier les valeurs de la communauté et de déterminer comment elles s'inscriront ou conduiront le développement d'une stratégie touristique pour celle-ci.

L'ensemble de la démarche, dans la prochaine étape du mandat, s'appuiera sur les résultats du bilan du tourisme réalisé à l'étape du diagnostic. Elle tiendra compte également de la collaboration avec les partenaires et des différentes stratégies locales et régionales. Elle s'appuiera sur les résultats d'un exercice de réflexion avec le **comité aviseur** constitué des représentants du conseil municipal, des organismes de développement, des intervenants touristiques et des citoyens désignés par le conseil. Voici les membres de ce **comité aviseur** :



- Réjean Savinsky – Délégué du conseil municipal;
- Réjean Gagnon – Délégué du conseil municipal;
- Langis Gaudreault – Centre multiservices de Lamarche;
- Suzie Bouchard – Responsable des opérations du Camping municipal;
- Caroline Maltais – Comité Loisirs et Corporation de développement de Lamarche (CDL);
- Martin Lachance – Propriétaire du Centre plein air Mont Vilain;
- Richard Lachance – Président de la Corporation de développement de Lamarche (CDL);
- Éric Lessard – Comité pêche de Lamarche
- Mathieu Lapointe – CLD Lac-Saint-Jean Est;
- Benoit Poulin – MAMOT.

La démarche et le processus de consultation de la prochaine étape seront précisés suite à la rencontre de réflexion avec les membres du comité aviseur. Celle-ci devra permettre des échanges avec la communauté pour dégager une compréhension commune du tourisme dans la municipalité. Une approche qui identifiera les principales questions, soulèvera les problèmes et apportera des solutions en lien avec le développement touristique.

Vous retrouverez dans les pages suivantes :

- L'introduction du mandat et les objectifs;
- Les considérations méthodologiques;
- Le portrait touristique de la municipalité de Lamarche;
- Le bilan de la visite du territoire;
- L'environnement touristique régional;
- Les résultats des entrevues avec les partenaires et observateurs;
- Les tendances pertinentes;



- Les comparables;
- Le diagnostic stratégique;
- Les enjeux et défis à relever.

Version consultation



2. CONSIDÉRATIONS MÉTHODOLOGIQUES

Dans le cadre de la réalisation de ce rapport d'étape, plusieurs outils et démarches méthodologiques furent utilisés :

- Une rencontre de démarrage s'est déroulée à Lamarche le **mardi 23 août 2016**. Le maire et la directrice générale de la municipalité étaient présents pour cette rencontre en compagnie du consultant et du représentant du **CLD Lac-Saint-Jean Est**. Cette rencontre a permis de confirmer les différentes étapes de travail, de valider la proposition et de connaître les principaux enjeux touristiques perçus du point de vue de la municipalité. Le consultant a obtenu la liste des intervenants touristiques de la municipalité. Il a demandé à ce que le conseil désigne les membres d'un comité aviseur touristique, représentatif du milieu (environ 10 personnes), dont le principal mandat sera de valider le contenu des travaux du consultant et de participer à une démarche de réflexion stratégique sur l'avenir touristique.;
- Quatre journées de visite du territoire de la municipalité ont été effectuées entre le **23 août et le 15 septembre 2016**. Elles ont permis de rencontrer les intervenants touristiques, de participer à certaines activités du secteur et d'analyser leurs infrastructures et leurs produits. Le sujet du tourisme hivernal a été abordé lors de chacune des rencontres.
- Une première rencontre avec les membres du comité aviseur s'est tenue le **jeudi 15 septembre 2016**. Cette rencontre avait pour but d'établir un premier contact avec les membres afin de leur présenter en détail les étapes de réalisation de ce mandat et les objectifs poursuivis par la démarche. Également, cette rencontre a permis de situer le rôle du comité aviseur ainsi de fixer les échéanciers. Des échanges ont permis au consultant de prendre connaissance de certains enjeux identifiés par les intervenants;



- Des entrevues téléphoniques et en personne ont été réalisées avec quatorze partenaires et observateurs du tourisme de la municipalité de Lamarche. Ces entretiens ont été effectués entre le **26 septembre et le 14 octobre 2016**. Ils ont permis de récolter de l'information sur les clientèles, les projets de développement et les perspectives du territoire de la municipalité de Lamarche en lien avec son potentiel touristique quatre saisons.
- Plusieurs sources et données secondaires ont été consultées dans le traitement des statistiques et des tendances quant au tourisme au Saguenay-Lac-Saint-Jean. Des documents, rapports, fiches de projet, projets de développement ont été remis par les intervenants et les partenaires. Diverses recherches complémentaires, études et dossiers traitant du territoire et du tourisme ont également été analysés. Les principales sources d'informations sont présentées dans la section des références à la fin de ce rapport diagnostic.



3. PORTRAIT TOURISTIQUE DE LA MUNICIPALITÉ DE LAMARCHE - (OÙ EN SOMMES-NOUS ?)

3.1 Portrait général – Lamarche (population : 541 habitants – 2014)

Lamarche est la municipalité située la plus au nord de la **MRC Lac-Saint-Jean Est**. Elle est l'une des 14 municipalités de la MRC, dont la plus peuplée est celle d'Alma, ville centre du territoire. D'une étendue de 81,32 km², Lamarche est caractérisé par la présence de deux attraits naturels importants : l'impressionnant lac Tchitogama situé au nord et la rivière Péribonka, formant un bassin navigable d'environ 120 km entre deux barrages. La majorité des 541 citoyens résident au village ou aux alentours. Une grande proportion de villégiateurs (environ 300 à 400 personnes) s'ajoute à la population locale en saison estivale.

- Tous les services de la municipalité se trouvent sur la rue Principale, à proximité du cœur du village où se situent l'hôtel de ville, l'église, le casse-croûte, l'épicerie et le centre multiservices. D'ailleurs, cet espace a récemment fait l'objet d'un projet majeur de revitalisation;
- Le territoire de Lamarche est fortement marqué par la présence de quinze secteurs de villégiature en bordure des lacs Tchitogama, Rémi et Miquet;
- Il n'y a pas d'accès direct à la municipalité de Lamarche par le réseau routier. La municipalité de Lamarche est localisée en dehors des circuits touristiques reconnus au Saguenay-Lac-Saint-Jean. Pour accéder à cette municipalité, il faut emprunter l'une ou l'autre des quatre municipalités voisines suivantes:
 - De Labrecque : route 169 ou 172 via Saint-Nazaire par Alma ou Saint-Ambroise;
 - De Bégin : route 172 via Saint-Ambroise par Saguenay;
 - De L'Ascension : route 169 par Dolbeau-Mistassini ou Alma;
 - De Sainte-Monique : route 169 par Dolbeau-Mistassini;



- En hiver, Lamarche est situé au carrefour du versant ouest des Monts-Valin et du secteur du Lac-Saint-Jean Est pour la clientèle des motoneigistes :
 - De Saint-Ludget-de-Milot : sentier local 902 est;
 - De Sainte-Monique et L'Ascension : sentier régional 367 nord;
 - Des Monts-Valin (Lac de la Boiteuse) : sentiers locaux 482 et 484 sud;
 - De Saint-Ambroise et Saint-David-de-Falardeau : sentiers régionaux 328 et 367;
- En été, la municipalité de Lamarche est accessible en quad via les municipalités de Sainte-Monique, L'Ascension ou Labrecque. Le sentier menant à Lamarche est uniquement accessible en été. Il constitue le point le plus au nord d'une boucle à partir de l'une ou l'autre des municipalités liées par ces circuits.

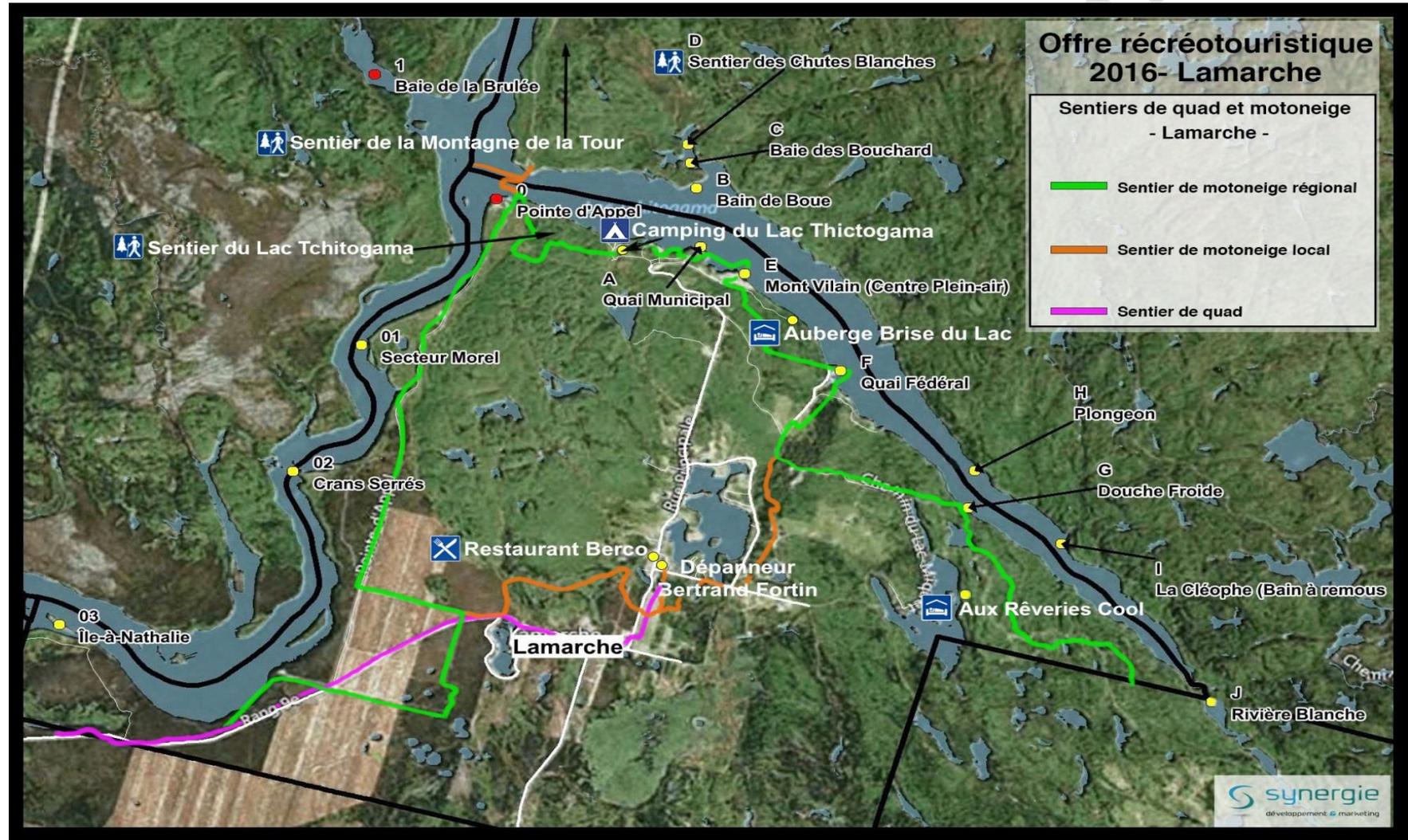
3.2 Offre récréotouristique de Lamarche

La municipalité de Lamarche se positionne comme un petit village à découvrir. Son offre repose sur de nombreuses activités de loisirs motorisés, de plein air, de nautisme, de pêche, de camping, de kayak de mer et d'aventure douce. La présence du lac Tchitogama et de la rivière Péribonka permet d'offrir un environnement naturel distinctif pour la pratique de ces activités. Le quad et la motoneige sont des activités populaires pratiquées par les habitants du village et les villégiateurs. De nombreux motoneigistes excursionnistes et touristes fréquentent le relais de motoneige du Centre plein air **Mont Vilain**. Le nautisme (ponton et kayak) et la pêche occupent également une place importante sur le lac et la rivière. Des sentiers de randonnée pédestre et de ski nordique de différents niveaux d'accessibilité (facile, intermédiaire et avancé) ont été développés sur le bord du lac et le long de la rivière.

Dans le schéma d'aménagement de la **MRC Lac-Saint-Jean Est**, la Pointe d'Appel est répertoriée comme zone récréotouristique ayant un fort potentiel en qualité de site patrimonial en lien avec l'approche commune des Pekuakamiulnuatsh. Le secteur Morel quant à lui, est zone récréotouristique dû à son fort potentiel de villégiature estivale. Une grande proportion de la municipalité est considérée comme une zone forestière.



La carte suivante permet de visualiser l'offre touristique offerte sur le territoire de la municipalité de Lamarche.



Vous retrouverez dans les pages suivantes, l'offre récréotouristique détaillée. Ces activités peuvent être regroupées dans les quatre catégories suivantes :

- Les secteurs de villégiature estivale;
- L'hébergement et le camping;
- Les attraits et activités touristiques;
- Les services complémentaires (restauration, dépanneur, transport, etc.).

Les secteurs de villégiature estivale

La municipalité dispose de quinze secteurs de villégiature estivale en bordure des lacs Tchitogama, Rémi et Miquet. En 2016, sur les 318 terrains de villégiatures répertoriés, la majorité (232) étaient fréquentés par des saisonniers. Un total de 117 chalets sont construits sur ces terrains. En été, les villégiateurs occupent une place importante dans l'économie du village.

Secteurs de villégiature estivale – Lamarche (2016)

Secteur villégiature	Nombre Terrains	Saisonniers	À l'année	Remarques
Rue Panoramique	5	0	1	2 chalets construits
Lac Rémi	45	29	15	
Lac Miquet	31	26	5	
Pointe Nature	17	9	8	16 chalets construits
Rue du Domaine	14	13	1	
Dame-Jeanne	22	14	2	16 chalets construits
Lac du Dépôt	9	6	0	
Pointe Simard	17	10	7	
Ile à Nathalie	34	25	6	31 chalets construits
Domaine Bouchard	17	15	2	
Place du Quai	29	20	9	
Lac Tchitogama	12	12	0	



Chemin Morel	24	21	2	23 chalets construits
Chemin Lachance	31	24	5	29 chalets construits
Rang du lac	11	8	3	
Total de villégiature :	318	232	66	117 chalets construits

L'hébergement et le camping (marinas et rampe de mise à l'eau)

Quatre établissements offrent de l'hébergement allant de la catégorie 1 à 4 étoiles (CITQ) en formule résidence de tourisme ou chalets pour un total de dix-huit (18) unités d'hébergement pour l'ensemble de la municipalité. Seul l'hébergement du **camping municipal** n'est pas offert en hiver. Le **camping municipal** et le Centre de plein air **Mont Vilain** offrent un total de 85 emplacements de camping de différentes catégories pendant la saison estivale.

- La municipalité offre un camping de 45 emplacements pouvant accueillir des véhicules récréatifs avec services ainsi que les adeptes de camping rustique avec un secteur de campement avec vue panoramique exceptionnelle sur le lac Tchitogama. Le camping offre également quatre mini-chalets et un POD. Une marina de vingt-neuf emplacements (29), une rampe de mise à l'eau et un stationnement sont offerts pour les plaisanciers occasionnels ou saisonniers;
- Le **Mont Vilain** est un site d'hébergement important dans la municipalité. Cet équipement combine l'hébergement en camping avec 40 emplacements de 0 à 3 services, cinq mini-chalets d'une capacité d'accueil d'environ 30 personnes et de deux tipis pour une expérience d'hébergement rustique. L'offre d'hébergement est complétée par la gestion de la location de deux chalets « **haut de gamme** » situés à proximité du site. L'endroit est un relais de motoneige majeur faisant partie de l'offre hivernale des adeptes de ce sport au Saguenay-Lac-Saint-Jean. Il offre également une marina de 35 quais pour des plaisanciers occasionnels et saisonniers;
- Deux résidences de tourisme complète l'offre d'hébergement de la municipalité. Les deux établissements offrent un accès à l'eau pour de petites embarcations tels que : le canot, le pédalo ou le kayak.



Hébergement et camping à Lamarche (marina et rampe de mise à l'eau)

<u>Hébergement</u>	<u>Catégorie (s)</u>	<u>Description & services</u>	<u>Période</u>	<u>Classification</u>
Brise du lac Tchitogama	<ul style="list-style-type: none"> - Résidence de tourisme - Croisière - Activités nautiques - Navette ponton 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 appartement - 3 chambres – 10 pers. max. - Ponton pouvant accueillir 10 personnes - 2 kayaks doubles et 1 kayak simple - Croisière et navette en ponton 	8 mois	4 étoiles CITQ
Camping municipal	<ul style="list-style-type: none"> - Camping - Location de chalets - Marina (mise à l'eau) 	<ul style="list-style-type: none"> - 45 terrains (35 eau et électricité 30 amp. / 10 camping sauvage) - 4 chalets de 4 pers (1 avec douche) - 1 POD (avec toilette) - 29 emplacements à la marina (principalement pontons) - Rampe de mise à l'eau 	saison estivale : juin à septembre	2 étoiles CITQ
Aux Rêveries Cool	<ul style="list-style-type: none"> - Résidence de tourisme - Activités nautiques 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 chambre pouvant accueillir 4 personnes - Kayak, pédalo, canot 	8 mois	Non classé CITQ –
Centre plein air Mont Vilain	<ul style="list-style-type: none"> - Camping - Résidence de tourisme - Marina - Relais motoneige (restauration) 	<ul style="list-style-type: none"> - 40 terrains camping (0-2 et 3 services) - 5 chalets (6 pers.) – capacité d'accueil total : 30 personnes - 2 tipis (2 pers.) – capacité 4 personnes - 2 chalets location (Péribonka) Capacité – 8 personnes - 35 quais à la marina - Restauration 135 places 	8 mois	1-2-3 étoiles



Les attraits et activités touristiques

- **Écotourisme et aventure douce :** La **Corporation de développement de Lamarche (CDL)** propose trois sentiers pédestres de niveaux facile, intermédiaire et avancé. La **CDL** offre quelques excursions de randonnées guidées à la clientèle régionale et québécoise en saison estivale. Les secteurs longeant le lac Tchitogama et la rivière Péribonka offrent également une multitude d'opportunités pour la pratique d'activités écotouristiques et d'aventures douces. Notamment, la **CDL** collabore avec des entreprises d'aventure de la région pour offrir des expéditions de descente de la rivière Péribonka en kayak de mer. Le sentier de la **Montagne de la Tour** est également disponible pour les adeptes de vélo de montagne. En hiver, un sentier est accessible pour le ski nordique et le skijoring. Une entreprise de chiens de traîneaux basée à Labrecque propose également des randonnées en hiver sur ce territoire;
- **Activités de villégiature estivale:** En été, les villégiateurs sont nombreux sur le territoire municipal et ils pratiquent le nautisme (ponton, embarcation moteur et kayak), la pêche, la chasse et le quad. Le lac Tchitogama est un plan d'eau qui se prête bien à la navigation de plaisance. Ce lac emmuré offre des eaux calmes et une multitude de sites d'intérêt naturel et de plages de sable fin. En hiver, la motoneige constitue l'activité principale des villégiateurs;
 - **Quad :** Un sentier de **quad** d'une longueur de 20 km relie Lamarche et Labrecque via L'Ascension et Sainte-Monique. Cette activité se pratique également hors sentier sur les territoires non organisés à proximité de la municipalité. Plusieurs kilomètres de sentiers locaux et de sentiers hors-piste sont accessibles à partir de la municipalité de Lamarche.
 - **Pêche :** Le lac Tchitogama est un plan d'eau profonde (pouvant atteindre jusqu'à 100 mètres) qui profite de plusieurs qualités halieutiques dues à un apport d'oxygène et de nutriments importants provenant de sa proximité avec la rivière Péribonka. Plusieurs espèces de poissons y sont répertoriées. Les espèces suivantes comptent parmi les plus populaires pour la pêche sportive : ouananiche, doré, omble de fontaine, corégone et grand brochet. Le lac



Tchitogama est cependant un plan d'eau très difficile à pêcher. La quantité et la qualité des prises est variable compte tenu des niveaux de profondeur de l'eau.

- **Croisière d'interprétation** : La résidence de tourisme « **Brise du lac Tchitogama** » propose une croisière personnalisée d'une durée de 3 heures 30 en ponton pouvant accueillir jusqu'à 10 personnes. Cette croisière permet d'admirer les plus beaux sites du lac Tchitogama. Elle propose de voir les falaises vertigineuses du bout du lac, ainsi que de faire des arrêts à certains sites naturels tels que : Chute Blanche, Baie des Bouchard, les tourbillons de la rivière Cléophe, la rivière Blanche, le secteur du Bain de Boue et la Pointe d'Appel, lieu de rencontre de la rivière Péribonka. Une extension de cette croisière permet d'accéder jusqu'à la Baie des Gardes sur la rivière Péribonka, où un arrêt propose de se promener dans les dunes de sable qui bordent la baie.
- **Motoneige** : La municipalité offre 32 km de sentiers de motoneige sur son territoire. L'entretien de ces sentiers est sous la responsabilité du **Club de motoneige Caribou Conscrits**. Tel que mentionné précédemment, la municipalité de Lamarche est au carrefour de trois territoires importants pour la pratique de la motoneige dans la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean : le secteur des Monts-Valin ouest et la MRC Lac-Saint-Jean Est, donnant également accès au territoire de la MRC Maria-Chapdelaine. Le relais de motoneige du **Mont Vilain** est considéré comme l'un des relais majeurs par les motoneigistes excursionnistes et les touristes de l'extérieur de la région dont une importante concentration provient des États-Unis.



Les attraits et les activités touristiques

Attraits et activités	Catégorie	Description et services	Période	Classification
Sentiers pédestres Tchitogama	<ul style="list-style-type: none"> - Randonnée pédestre - Vélo montagne - Ski nordique - Sorties guidées 	<p>4 sentiers pédestres</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sentier du lac Tchitogama – 5 km (aller-retour) – niveau facile - Sentier de la Chute Blanche – 3 km (aller-retour) – niveau facile – accès via navette sur l'eau - Sentier Montagne de la Tour 11 km (aller-retour) – niveau intermédiaire et avancé – accès via navette sur l'eau (pédestre & vélo) - Sentier de ski nordique 8 km (aller-retour) - Ski nordique et skijoring – en développement 	Été et hiver	Niveaux facile – intermédiaire et avancé
Motoneige et Quad	<ul style="list-style-type: none"> - Motoneige - Quad 	<p>Motoneige</p> <ul style="list-style-type: none"> - 32 km de sentiers sous la juridiction du territoire de Lamarche – 6 portes d'entrées sur le territoire (Saint-Ludger, Sainte-Monique (L'Ascension), Saint-Ambroise, Labrecque, Saint-David de Falardeau, Monts-Valin ouest) - Connexion sentiers : - 482/484 local – Monts-Valin ouest - 367 régional est – Saint-Ambroise – Saint-David de Falardeau – Bégin - 367 régional ouest – Sainte-Monique (L'Ascension) - 552/553 local – Labrecque - 902 local – Saint-Ludger de Milot <p>Quad</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1 sentier d'accès répertorié via L'Ascension vers Labrecque à l'ouest et Sainte-Monique à l'est – 20 km 	<p>Hiver : Motoneige Été : quad</p>	<p>QUAD – FOCQ</p> <p>Motoneige – Tourisme Saguenay- Lac-Saint-Jean FQM</p>



Les services complémentaires (restauration, dépanneur, transport, etc.)

La municipalité offre des services complémentaires à la clientèle touristique.

- **La restauration :** Le restaurant **Berco** dispose de 30 places assises. Il offre un service de restauration rapide, dont la spécialité est le poulet frit. Un menu du jour est également proposé à la clientèle. En été, le restaurant est ouvert à tous les jours. En hiver, il amorce une période d'essai avec un calendrier d'ouverture en fonction des périodes d'achalandage certaines journées de la semaine. Le **Mont Vilain** dispose de 135 places assises. Il offre un service de restauration rapide et de menus pour la clientèle de motoneigistes. Il y a peu de mise en valeur des produits du terroir dans l'offre de restauration. En été, l'offre de restauration est proposée en fonction des périodes d'achalandage et pour les groupes sur réservation;
- **Dépanneur et essence : L'épicerie et dépanneur Bertrand Fortin** est une institution à Lamarche. Le commerce est ouvert du dimanche au jeudi de 08h00 à 21h00 et le vendredi et samedi de 08h00 à 22h00. Il offre des produits alimentaires de dépannage. Il est également l'unique station-service de la municipalité;
- **Traverse Roger Simard :** Cette entreprise offre un service de traverse de tout type de véhicule (capacité 24 000 lbs) entre la pointe d'appel et la rive nord du lac Tchitogama donnant accès au territoire de la **MRC du Fjord-du-Saguenay**. Le service est offert sur réservation à l'avance seulement par téléphone.



4. BILAN DE LA VISITE DU TERRITOIRE - (OÙ EN SOMMES-NOUS ? - SUITE)

4.1 Constats globaux de la visite du territoire

Cette section présente les principaux constats tirés de la visite sur le terrain et des rencontres avec les intervenants, ainsi que de l'analyse des performances des entreprises touristiques du territoire de Lamarche.

Un accueil chaleureux par des intervenants dynamiques et passionnés

Il est important de souligner l'accueil chaleureux et professionnel de chacun des intervenants rencontrés lors des visites dans les organisations et entreprises touristiques de Lamarche. Les intervenants se sont montrés enthousiastes à l'idée de collaborer avec la municipalité dans le cadre de l'étude. À travers leur passion pour le métier, nous avons perçus une très grande volonté des intervenants d'offrir le meilleur service aux visiteurs.

Suite à ce séjour de quatre jours, on observe :

- La présence d'hébergement personnalisé, de niveau de classification variable (1 à 4 étoiles) allant du type rustique à des unités offrant un certain confort et un accueil chaleureux, mais en faible quantité et avec un taux d'occupation beaucoup plus faible que la moyenne régionale (seulement 18 unités d'hébergement au total dans la municipalité, mais une augmentation est constatée depuis 3 ans). Certaines unités permettent d'accueillir des familles ou de petits groupes;
 - Près de la moitié des unités sont offertes par le Centre plein air Mont Vilain dont environ 75 % de l'occupation est constatée en hiver;
 - En général, l'accès à l'information sur la fréquentation des établissements (occupation, provenance, etc.) est difficile à obtenir;



- Des équipements et infrastructures touristiques limités, disparates et peu intégrés entre eux sur le territoire. À moins d'être en hébergement ou en camping, les infrastructures permettant l'accès au territoire sont mal adaptés et insuffisantes pour la clientèle touristique (signalisation, stationnement, accueil, traverse et navette méconnue et sur réservation à l'avance seulement, etc.). On remarque cependant une forte volonté des intervenants d'exploiter le potentiel des Monts-Valin en hiver et le lac Tchitogama et la rivière Péribonka en été (en ne sachant toutefois pas comment faire collectivement, plusieurs projets ayant été abandonnés ou écartés, chacun se sentant isolé dans son entreprise);
- La présence de 85 emplacements de camping offerts par deux entreprises (Mont Vilain et camping municipal) dont plus de la moitié est occupée par des campeurs saisonniers (55 % - majorité des plus beaux terrains avec service). Le développement des deux campings est limité par le système de traitement de l'eau usée à pleine capacité. Les campings n'ont pas d'accès internet;
- Un besoin de la part des prestataires d'activités itinérantes (motoneige, randonnée pédestre, vélo de montagne, kayak de mer, nautisme, ski nordique, etc.) pour de l'hébergement supplémentaire sur le territoire. Le type d'hébergement envisagé allant de la plate-forme de camping sauvage à la construction de refuges ou de mini-chalets dans certains secteurs stratégiques du lac Tchitogama et le long de la rivière Péribonka;
- Une bonne qualité de restauration, sans prétention de gastronomie (**Berco** et **Mont Vilain**). On note toutefois une faible mise en valeur et promotion des produits du terroir dans les menus des restaurants. Une bonne capacité d'accueil a été constatée au Mont Vilain en été comme en hiver;
- Une majorité de clientèle de l'extérieur de la municipalité assure la viabilité des commerces de restauration et de l'épicerie-dépanneur. Celle-ci est majoritairement constituée des villégiateurs en été et de motoneigistes en hiver;



- Une signalisation routière insuffisante et mal adaptée pour une clientèle touristique estivale. Seulement des initiatives individuelles faites par chacun des intervenants pour se signaler du mieux possible. Le même constat est émis par les intervenants pour l'accès à Lamarche en motoneige;
 - L'entretien du chemin à partir du Centre plein air **Mont Vilain** (route carrossable – bas de la côte) ne semble pas être suffisant, rendant l'accès parfois plus difficile en automobile, surtout en hiver.
- Une prédominance de la motoneige comme moteur pour l'achalandage sur le territoire de la municipalité en hiver. En été, ce sont principalement les activités de villégiature qui dominent. Ces activités sont principalement effectuées par les villégiateurs présents dans les différents secteurs de la municipalité;
- Un environnement naturel et la nature exceptionnelle du lac Tchitogama, mise en valeur par tous les sites d'hébergement et de camping du territoire alors qu'ils offrent tous un point de vue et un accès au lac. Tous les intervenants offrent des produits ou des services à leur clientèle en lien avec le lac Tchitogama et la rivière Péribonka;
- Une combinaison de deux produits « **aventure douce** » permettant l'accès au territoire. Une randonnée de niveau facile à proximité du cœur du village sur le bord du lac Tchitogama peu accessible (signalisation, stationnement, accueil, etc.) en automobile de manière autonome et des randonnées de niveaux intermédiaire et avancé du côté de la rivière Péribonka nécessitant un minimum de logistique pour le transport sur les sites de départ des randonnées;
- Des intervenants opérant leur entreprise surtout en haute saison touristique hivernale (mi-décembre jusqu'à fin mars) et en haute saison touristique estivale (mi-juin à la fête du Travail);
- De manière générale, les intervenants touristiques ne sentent pas d'appui de la municipalité dans le développement touristique. Les intervenants se sentent isolés dans le développement de leur entreprise;



- Une volonté du conseil municipal d'initier des projets à caractère touristique s'exprime par l'organisation du premier festival Quad et Plein Air à l'été 2016. Les intervenants souhaitent être plus impliqués pour se faire connaître et ainsi maximiser les retombées pour le milieu;
- Le sentier de quad arrête au cœur du village. Il ne relie pas les sites d'hébergement et les principales activités touristiques de la municipalité.
- De l'avis général, il manque de collaboration entre les intervenants touristiques de la municipalité;
- Les intervenants touristiques observent certaines problématiques en rapport avec les comportements des citoyens et des villégiateurs quant à l'accueil et au partage du territoire avec les touristes. Le respect des aménagements récréotouristiques semble également un aspect à travailler;

4.2 Les atouts perçus par les intervenants du territoire

Parmi leurs principaux arguments de vente, les intervenants touristiques rencontrés énumèrent les éléments suivants :

- Le point de vue sur le lac Tchitogama (contemplation, beauté du paysage, ressourcement);
- Un plan d'eau calme pour la pratique d'activités nautiques diversifiées : navigation en ponton, bateau, chaloupe, kayak, canot, pédalo;
 - Des secteurs d'intérêts accessibles par l'eau : chute Cléophe, chute du Banc de Sable, des plages sablonneuses, etc.
- La beauté, la qualité et la diversité de l'environnement naturel autour du lac Tchitogama (montagnes, végétation de pins blancs et de bouleaux jaunes, faune ailés, flore, etc.);
- La rivière Péribonka. Une rivière navigable en descente sur environ 90 km, offrant des panoramas exceptionnels tels que des palissades plus hautes que le fjord du Saguenay et une multitude d'opportunités pour la pratique de l'aventure douce;
- La Pointe d'Appel (été et hiver) offre un point de vue exceptionnel au carrefour du lac Tchitogama et de la rivière Péribonka;



- La qualité des couchers de soleil;
- L'accueil personnalisé dans les résidences de tourisme et le contact chaleureux avec les propriétaires;
- Les sentiers de quad empruntés principalement par la clientèle de camping, la population de la municipalité et les villégiateurs.

En hiver...

- Lamarche est situé au carrefour de cinq circuits de motoneige à la croisée des secteurs des Monts-Valin ouest et du lac Saint-Jean;
- Le relais de motoneige du Mont Vilain est considéré parmi les incontournables pour la clientèle de motoneigistes au Saguenay-Lac-Saint-Jean.

4.3 La commercialisation touristique

La majorité des entreprises touristiques possèdent des outils de commercialisation de base et ils s'affichent dans les publications d'organismes régionaux tels que : **Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean** et **Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean**. Le camping municipal n'a pas de site internet mais il bénéficie d'une section dédiée sur le site internet de la municipalité. Cependant, cet équipement n'est pas mis en évidence et peut être difficile à trouver pour un touriste. La municipalité a récemment procédé à la refonte complète de son site internet. Ce site est moderne, fonctionnel et très attrayant. L'utilisation des images est judicieuse et une importante section est réservée au tourisme dans la municipalité. Mis à part le Centre plein air **Mont Vilain**, les entreprises touristiques n'ont pas de site internet fonctionnel. Certains, comme la CDL, le Mont Vilain, Rêveries Cool, le restaurant Berco et la Traverse ont une page Facebook et utilisent les médias sociaux. Il n'y a pas de forfaits ou de publicité conjointe entre les intervenants touristiques de la municipalité. Le tableau suivant présente un survol des outils et des moyens de commercialisation utilisés par les intervenants touristiques de la municipalité.



Organisation	Outils	Site internet	Publicité	Partenariats et affiliation
Municipalité	- Aucun	Site internet à jour	- Le site internet de la municipalité a été mis à jour et présente les activités touristiques	- Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean via le CDL - Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean.
Brise du Lac	- Dépliant bilingue	Oui mais non fonctionnel	- Carte motoneige - Guide touristique régional - Page Facebook	- Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean - Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean - Résidences Tourisme - CITO
Camping municipal	- Aucun dépliant	Non – site de la municipalité	- Guide touristique régional	- Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean - Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean - CITO
Centre plein air Mont Vilain	- Dépliant	Oui	- Carte motoneige - Guide touristique régional - Utilisation médias sociaux	- Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean - Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean - CITO - Chalets à louer - Airbnb
Rêveries Cool	- Aucun	Non	N/D	- Airbnb - CITO
Corporation de	- Deux	Non – site de	- Guide touristique	- Tourisme Saguenay-Lac-Saint-



développement Lamarche (CDL)	dépliants (1 Montagne de la Tour et 1 pour les deux autres sentiers)	la municipalité	régional - Page Facebook	Jean - Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean - Équinoxe Aventure (agence tourisme d'aventure)
Comité quad et motoneige	- Carte des fédérations	Oui Tourisme SLSJ	- Carte motoneige - Guide touristique régional - Carte quad	- Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean - Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean
Restaurant Berco	- Aucun	Non		- Page Facebook non active
Traverse Roger Simard	- Aucun	Non	N/D	- Page Facebook



4.4 Les potentiels de développement du territoire

En tenant compte des observations faites lors de la visite sur le territoire et des informations recueillies lors des rencontres et entrevues avec les intervenants touristiques de la municipalité, nous identifions trois potentiels à envisager dans la future stratégie touristique de la municipalité. Ces options constituent des éléments sur lesquels la municipalité pourra construire une proposition touristique qui se démarquera de la concurrence de manière soutenable et qui offriront un environnement propice à l'accueil d'infrastructures, d'entreprises ou de services touristiques pour les mettre en valeur. Ces potentiels sont :

- L'écotourisme et l'aventure douce;
- La motoneige et le quad;
- La villégiature estivale.

Écotourisme et aventure douce : Tous les intervenants touristiques s'entendent sur le potentiel exceptionnel de l'environnement naturel du lac Tchitogama et de la rivière Péribonka. Il s'agit de l'argument principal justifiant la présence des entreprises touristiques et des commerces sur le territoire de la municipalité. Il en va de même pour les villégiateurs qui choisissent de s'établir sur le territoire de la municipalité.

- Depuis 2000, plusieurs études ont été consacrées aux potentiels de la rivière Péribonka et du lac Tchitogama :
 - *Étude d'opportunité - Développement du corridor de la rivière Péribonka. Le Groupe Leblond Bouchard, 2000;*
 - *Concept de mise en valeur – Corridor de la rivière Péribonka. Le Groupe Leblond Bouchard (DAA Stratégies), 2003;*
 - *Guide de balisage nautique – Corridor navigable de la rivière Péribonka. DAA Stratégies, 2007;*
 - *Plan de mise en valeur récréotouristique de la rivière Péribonka. DAA Stratégies, 2008.*



- Au cours des dernières années, de nombreux organismes régionaux et citoyens se sont prononcés en faveur de la mise en valeur du corridor de la rivière Péribonka à des fins récréotouristiques, notamment avec une pétition de 5 000 noms pour la préservation du corridor visuel lors des coupes forestières en 2010. Un projet d'aire protégée a même été déposé par la **CDL** pour faire reconnaître un segment de 80 km entre l'embouchure du lac Tchitogama et l'embouchure de la rivière Manouane. Ce segment se caractérise par de hautes montagnes s'élevant jusqu'à 600 mètres et donnant à la vallée l'aspect d'un fjord navigable offrant des conditions plus faciles pour différents types de clientèles d'adeptes ou d'experts en navigation. La **CDL** a également déposé un projet d'aménagement d'un sentier pour rendre accessible la **Montagne de la Tour** et en faire un lieu exceptionnel d'observation. Ce point permet d'avoir une vue 360 sur la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean. La première phase de ce projet comprend le débroussaillage d'un ancien chemin forestier et l'aménagement d'un sentier de randonnée pédestre et de raquette. Une deuxième phase permettrait d'ajouter un refuge quatre saisons et l'aménagement d'un site de repos le long du sentier et au sommet de la montagne. Afin de rendre le site accessible et sécuritaire hiver comme été, ce refuge pourrait être isolé afin d'accueillir jusqu'à 4 personnes pour y passer la nuit. Il serait possible de reconstruire une tour à feu à l'emplacement initial avec une expérience d'interprétation éducative.
- Selon la **CDL**, les principaux points d'intérêts de la rivière Péribonka sont :
 - Une biodiversité d'une grande richesse, des écosystèmes forestiers, une forêt de pins blancs et une concentration de bouleaux jaune dont une espèce serait la plus grosse dans l'Est de l'Amérique du Nord avec un âge estimé à 350 ans;
 - Une rivière au cours tranquille parsemée de plages de sable fin, de nombreuses îles, chutes et palissades observables autant l'été que l'hiver. Cette rivière serait davantage appropriée pour la navigation avec une clientèle familiale et des adeptes occasionnels. Elle comporte des ressemblances avec le fjord du Saguenay considéré lui-même comme un cours d'eau plus agité pour accueillir ce type de clientèle;
 - Parsemé de nombreux sites archéologiques, ce secteur possède une valeur patrimoniale très élevée dans l'histoire des Pekuakamiulnuatsh.



- En 2012, **Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean** déposait un projet majeur d'aménagement de deux relais communautaires ouverts quatre saisons à faible empreinte écologique, soit au Camp des six miles et à la jetée Jean-Guy, tous deux associés au nord du 49^e parallèle ¹. Ce projet représentait un investissement de plus de 700 000 \$ et constituait la mise en chantier d'une troisième phase de développement de ce secteur.
- Selon les diverses études consultées, plusieurs facteurs militent en faveur de l'exploitation du corridor de la rivière Péribonka à des fins récréotouristiques :
 - Qualité des paysages;
 - Préservation d'un environnement naturel exceptionnel;
 - Balisage des parcours navigables pour tous types d'embarcations;
 - Présence de plages d'intérêt;
 - Proximité des bassins de population et des services.
- Les activités ou services suivants sont considérés comme ayant un bon potentiel de développement :
 - Navigation de plaisance;
 - Expéditions de canot-camping et de kayak de mer;
 - Hébergement en chalet ou en camping rustique;
 - Baignade;
 - Microisnières en ponton;
 - Observation et interprétation du milieu naturel;
 - Randonnée pédestre;
 - Quad et motoneige;
 - Traîneau à chiens, ski nordique et raquette.

¹ – Mise en valeur touristique du corridor de la rivière Péribonka – Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean – novembre 2012.



Motoneige et quad: Les intervenants touristiques considèrent que la municipalité de Lamarche bénéficie d'une localisation très avantageuse à proximité du versant ouest des Monts-Valin, véritable paradis de la motoneige au Saguenay-Lac-Saint-Jean. L'achalandage observé au Centre plein air **Mont Vilain** pendant la saison hivernale confirme le site comme halte majeure des motoneigistes de la région et américains. Lamarche est situé au carrefour de plusieurs sentiers de motoneige locaux et régionaux, permettant un accès à divers points d'intérêt pour la clientèle de motoneigistes. Il y a également un partage des sentiers qui peut être favorable pour le développement du quad en été.

- L'inauguration en février 2016 d'un sentier de motoneige international d'une longueur de 175 km au coût de plus de 3 M \$ sur les Monts-Valin confirme l'attractivité de ce secteur pour une période d'enneigement et des conditions idéales pour la pratique de ce sport 6 mois par année, soit le plus tôt et le plus tard en saison en Amérique du Nord. La localisation à proximité de cette attraction majeure constitue pour Lamarche un positionnement stratégique intéressant pour drainer une portion de cette clientèle en transit vers les territoires de Lac-Saint-Jean Est et de Maria-Chapdelaine;
- Un tronçon de 20 km emmène les quadistes jusqu'à Lamarche. Il y a lieu d'envisager une boucle qui permettrait de faire un circuit reliant les municipalités de Lamarche, Labrecque, L'Ascension et Sainte-Monique. Jusqu'à maintenant, le sentier menant à Lamarche est classé local et offert en été seulement. Un partenariat avec les autres municipalités permettrait d'augmenter l'offre et la fréquentation de ce sentier. Un accès aux entreprises touristiques et aux commerces de la municipalité est primordial si l'on souhaite générer des retombées économiques dans la municipalité.

Villégiature estivale : Il est important de distinguer la villégiature estivale et les complexes récréotouristiques. Des complexes de villégiature récréotouristique quatre saisons ont été développées au cours des quinze dernières années autour des centres de ski majeurs dans la province de Québec. Les stations de Tremblant, Mont Saint-Anne, Duchesnay et Jouvence figurent parmi quelques-unes des destinations les plus populaires au Québec pour la clientèle touristique. Elles offrent des forfaits « clé en main » pour une clientèle touristique qui profite des installations lors d'un séjour allant d'une à plusieurs nuitées dans différents types d'hébergement. De plus, une multitude d'activités sont offertes directement sur le site. Des services de location d'équipement sont



offerts et des guides spécialisés peuvent prendre en charge l'organisation et le déroulement des activités des clients en toute sécurité.

Il n'est pas question de ce type de villégiature à Lamarche pour l'instant. Cependant, nous voyons tout de même un potentiel pour promouvoir un territoire exceptionnel pour établir une résidence secondaire dans l'un ou l'autre des secteurs de villégiature. La municipalité annonce la vente de 14 nouveaux terrains dans la phase II du développement du secteur de la Pointe Nature. D'autres secteurs sont actuellement à l'étude à la **MRC Lac-Saint-Jean Est** qui appui la municipalité dans le cadre de ses interventions.

Nous avons également remarqué que les activités les plus pratiquées par les villégiateurs actuellement présents dans la municipalité se regroupent dans la catégorie du plein air motorisé et du nautisme. Ces éléments doivent être mis de l'avant pour convaincre les clientèles potentielles à venir s'établir à Lamarche.

En ce qui concerne le quad, la municipalité possède un sentier répertorié reliant les municipalités voisines au sud de la municipalité. L'établissement d'un circuit en boucle en collaboration avec les municipalités de Labrecque, Sainte-Monique et Bégin nous apparaît comme une priorité pour desservir les villégiateurs qui apprécient cette activité.

En ce qui concerne le nautisme, le lac Tchitogama et la rivière Péribonka constituent une véritable oasis pour la navigation de type ponton. Nous avons largement présenté les points d'intérêts et les avantages de la navigation sur ces plans d'eau et nous considérons qu'il s'agit d'un autre argument majeur qui milite en faveur d'un positionnement distinctif pour attirer la clientèle de villégiature dans la municipalité.



5. RÉSULTATS DES ENTREVUES AVEC LES PARTENAIRES ET OBSERVATEURS DU TOURISME À LAMARCHE

- (OÙ EN SOMMES-NOUS ? - SUITE)

Quatorze partenaires actuels ou potentiels ont été consultés individuellement via des rencontres ou des entrevues téléphoniques afin de recueillir leurs perceptions, évaluations et suggestions quant au développement du tourisme dans la municipalité de Lamarche. Les faits saillants des entrevues seront présentés dans les pages suivantes.

Le potentiel récréotouristique de Lamarche retient l'attention de la majorité des intervenants

Le potentiel de la municipalité de Lamarche retient l'attention de la majorité des intervenants interrogés. Ceux qui ont déjà visité la municipalité considèrent qu'elle mise, en été, sur un accès privilégié à un corridor très intéressant de la **rivière Péribonka et au lac Tchitogama**, principalement pour la pratique de l'aventure douce et d'activités écotouristiques. Pour les intervenants du domaine des sports motorisés (motoneige et quad), c'est la **localisation stratégique de la municipalité** au carrefour des Monts-Valin et du secteur du Lac-Saint-Jean qui retient l'attention. En hiver, le relais de motoneige du Centre plein air **Mont Vilain** est considéré comme un **relais important à faire dans la boucle** pour la clientèle des motoneigistes. De l'avis de plusieurs, ce relais représente bien ce qui est recherché par les motoneigistes en terme d'environnement et d'ambiance : près d'un lac, grande capacité, ambiance, stationnement à vue, etc. En été, la municipalité de Lamarche offre un potentiel intéressant pour la pratique du quad, mais il n'est pas en réseau avec les autres municipalités du territoire. Selon les experts du quad, il est prioritaire d'envisager un circuit avec les municipalités voisines pour augmenter la fréquentation à Lamarche.

Ce potentiel est cependant méconnu et sous-exploité. Selon eux, il y a un énorme travail à faire pour développer ce potentiel qui ne tient jusqu'à maintenant qu'aux initiatives provenant d'entrepreneurs privés qui tentent de se positionner tant bien que mal à travers une industrie très compétitive.



Parmi les opportunités identifiées par les intervenants qui permettraient éventuellement de stimuler ce potentiel, nous présentons les suivantes :

En hiver...

- En 2016, la rénovation de la station d'accueil (nouveau relais de motoneige) du Mont Apica au coût de 500 000 \$ a permis d'augmenter l'achalandage provenant des motoneigistes de Québec (estimation de 40 000 visiteurs en 2016) en offrant une nouvelle option pour accéder au territoire des Monts-Valin via le sentier 23 qui traverse le territoire du Lac-Saint-Jean Est. À partir d'Alma, **les motoneigistes souhaitant se rendre sur les Monts-Valin doivent emprunter le sentier régional 367 qui traverse la municipalité de Lamarche;**
- La MRC Maria-Chapdelaine entame la réalisation d'un sentier de motoneige régional de plus de 250 km qui permettra de lier le secteur des Monts-Valin jusqu'à Saint-Félicien, rendant ainsi accessible plusieurs municipalités présentes sur son territoire. **Le tracé de ce sentier permettra d'ouvrir un nouvel accès de motoneige pour la municipalité de Lamarche.** Il pourrait également y avoir un partage des sentiers pour le développement du quad. Les travaux devraient être réalisés à temps pour l'ouverture de la saison 2017 - 2018;
- **Promotion Saguenay** a déposé un **cadre de réflexion stratégique hivernal** présentant le potentiel de la destination des Monts-Valin et du fjord du Saguenay en tant que destination nordique permettant d'augmenter l'attractivité du Québec dans le cadre de sa stratégie de développement hivernale auprès de la clientèle internationale. Ce cadre cible le renforcement des circuits de motoneige vers le secteur du Lac-Saint-Jean à partir de la destination Monts-Valin et fjord du Saguenay. **Lamarche figure comme un secteur d'intérêt grâce à sa localisation stratégique au carrefour des deux sous-régions;**



- Enfin, un **projet majeur de réfection des sentiers** est actuellement en cours de réalisation au coût de 13 000 \$ et permettra d'améliorer l'accès à la municipalité pour les motoneigistes. **Une amélioration de l'entretien des sentiers** est également en cours de réalisation sur certains tronçons dès l'ouverture de la saison 2016 – 2017;

En été...

- Le lancement du concept d'expérience du **Parc régional des Grandes-Rivières** dans le secteur de la MRC Maria-Chapdelaine permettra éventuellement de positionner la rivière Péribonka comme site pour la pratique d'activités d'aventure douce (surtout la navigation) pour une clientèle intermédiaire;
- La révision du schéma d'aménagement de la **MRC Lac-Saint-Jean Est** s'amorcera prochainement et les secteurs de villégiature de Lamarche, particulièrement les zones récréotouristiques de la Pointe d'Appel et du secteur Morel, feront l'objet d'une réflexion approfondie;
- Le projet de mise en valeur touristique du corridor de la rivière Péribonka, réalisé par **Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean**, n'est pas abandonné. Il y a encore place à relancer ce projet en tenant compte des nouvelles opportunités qui se présenteront à travers la planification stratégique touristique de la municipalité;
 - L'organisme a également réalisé un concept de circuit en boucle à partir d'Alma, desservant les municipalités de Labrecque, Sainte-Monique et Lamarche pour les adeptes de quad. Le **Club Quad Saguenay**, responsable de l'entretien du secteur Lamarche confirme un intérêt de la clientèle pour ce circuit en boucle;
- Il y a une demande croissante pour la descente de la rivière Péribonka en kayak de mer. Cette demande est également perçue pour la randonnée pédestre. De l'avis des personnes consultées, cette destination bénéficie d'une excellente réputation de la part des personnes qui ont vécu l'expérience et qui en parlent à d'autres adeptes de ce sport;



- La **MRC Maria-Chapdelaine** investira prochainement dans l'aménagement d'un accès sud pour les motoneigistes et les adeptes de randonnée dans le secteur du « **gros bouleau jaune** » (Chemin des Passes via Saint-Ludger-de-Milot) donnant ainsi un nouvel accès à la rivière Péribonka;
- Il y a une augmentation des ventes et de la pratique du quad au Québec. Cependant, les spécialistes consultés confirment que la grande majorité des véhicules quad vendus au Lac-Saint-Jean servent pour la villégiature, le travail et l'accès à des terres publiques (chasse et pêche). La pratique touristique du quad au Lac-Saint-Jean semble avoir quelques années de retard, comparativement à des régions comme les Bois-Francs, la Beauce, le Centre-du Québec et même le Saguenay. Dans ces régions, l'accès aux terres publiques serait plus difficile, ce qui n'est pas le cas au Lac-Saint-Jean. Il y a des efforts importants à faire pour modifier le comportement des quadistes au Lac-Saint-Jean;
 - Le **Club Quad Saguenay** travaille sur l'aménagement d'un circuit en boucle reliant les municipalités de Labrecque, Lamarche, l'Ascension et Saint-Monique. Selon cet organisme, c'est ce qui est recherché par les adeptes du sport. Pour bien se positionner, les sentiers locaux doivent relier les commerces, les points d'intérêt et les entreprises touristiques de la municipalité puisque ceux qui se rendront à Lamarche voudront éventuellement prendre un repas ou faire une pause.

Le service et la qualité des prestations touristiques

Mis à part les organismes et entreprises qui travaillent plus étroitement avec le milieu, l'offre touristique des entreprises de la municipalité est méconnue. Ceux qui les connaissent bien, indiquent profiter d'une excellente collaboration des prestataires du milieu. Par contre, on dénote une très grande faiblesse (quantité et qualité variables) au niveau des infrastructures d'accueil (lieu d'accueil, hébergement adapté, équipements, sentiers, signalisation, accessibilité, etc.) pour la clientèle touristique. La forfaitisation est complexe parce que les intervenants manquent de ressources, ayant ainsi un impact sur le professionnalisme et la fiabilité des prestations. Les efforts pour développer des forfaits mettant en vedette la municipalité de Lamarche sont très élevés. Il



faut une très grande volonté pour le faire et cette volonté doit venir du milieu : car ce n'est pas le rôle des intervenants de l'extérieur de développer et d'organiser les prestations offertes sur place.

Les prestataires ayant fréquenté le secteur de Lamarche en été comme en hiver considèrent l'authenticité des lieux et des gens comme l'une des plus grandes forces de cette destination. En effet, un passage ou un séjour sur le territoire constitue pour les touristes, particulièrement les internationaux, une expérience hors des sentiers battus en contact avec un environnement et des gens passionnés et chaleureux.

Version consultation



6. ENVIRONNEMENT TOURISTIQUE - (LE MARCHÉ TOURISTIQUE, C'EST QUOI ?)

6.1 Orientations stratégiques du tourisme au Québec

Le ministère du Tourisme a tenu en 2011 un exercice de consultation qui a mené à l'élaboration d'un **Plan de développement de l'industrie touristique (PDIT) 2012 – 2020**. Malgré les changements survenus au niveau politique au cours des dernières années, ce plan est toujours considéré comme l'outil de référence pour guider les efforts de développement touristique au Québec. Un groupe de travail a été formé pour proposer le modèle d'affaires qui permettra de soutenir le déploiement des stratégies du **PDIT**. Ce modèle d'affaires a mené à la création de **l'Alliance de l'Industrie Touristique du Québec (AITQ)**. L'Alliance a pour mission de rassembler, concerter et représenter les entreprises et les associations du secteur touristique, de soutenir et de participer au développement de l'offre et à la mise en marché touristique du Québec dans une approche renouvelée et cohérente favorisant notamment la mise en commun de l'expertise et l'émergence des idées novatrices.

Certains éléments du **PDIT 2012 – 2020** favoriseront le développement du tourisme d'aventure et hivernal au Québec et dans la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean. Les informations retenues suite à notre analyse du **PDIT** vous sont présentées dans les pages suivantes. Elles ont été sélectionnées dans le but de supporter la réflexion qui s'amorce pour le développement touristique de la communauté de Lamarche.



Les six grandes priorités du PDIT sont :

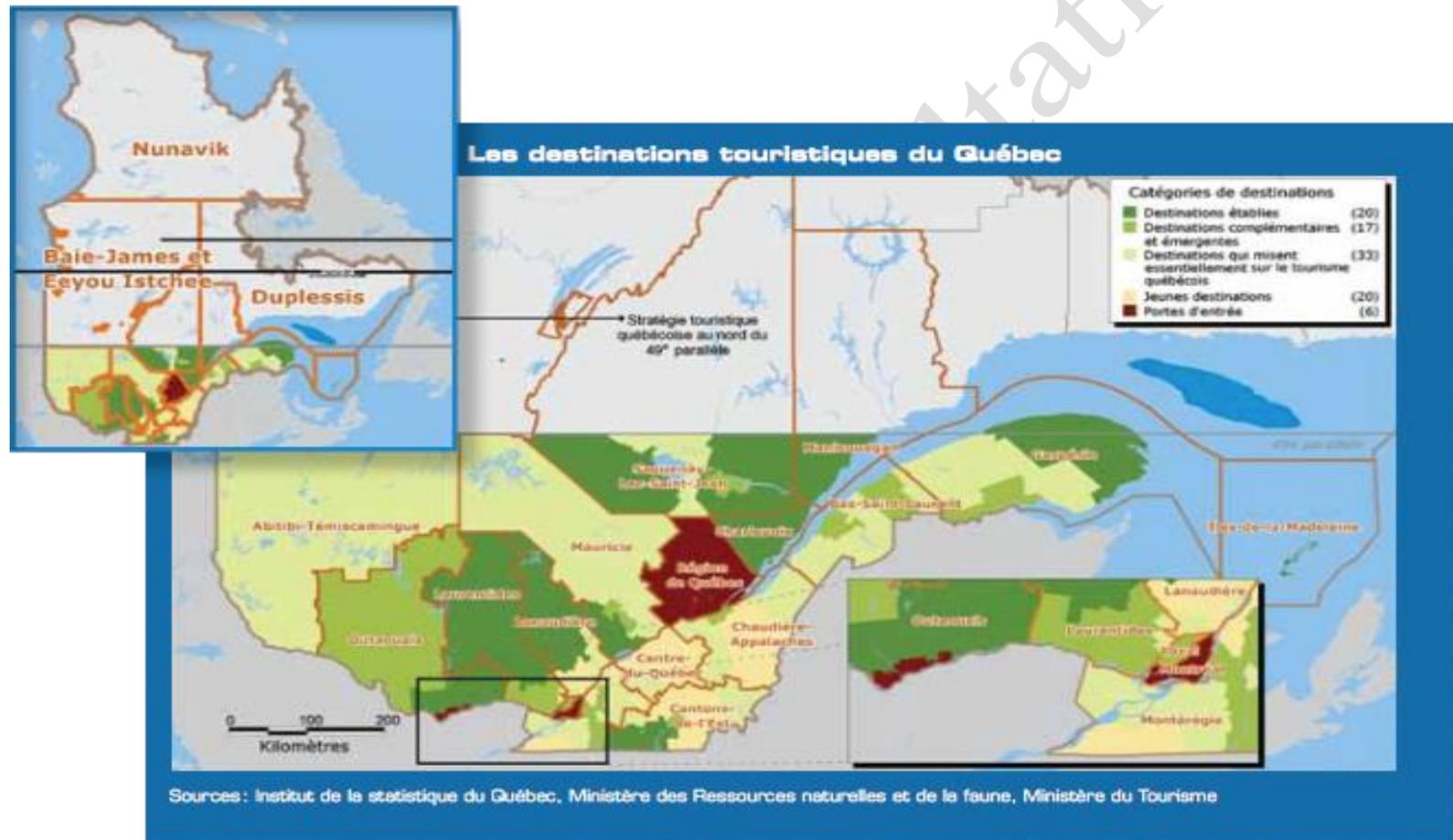
1. Faire du Québec une destination internationale originale et incontournable de classe mondiale, qui se démarque de la concurrence;	4. Enrichir l'accueil et faciliter l'accès à la destination pour les voyageurs;
2. Renouveler l'offre touristique par des produits porteurs qui répondent aux attentes des touristes québécois, canadiens et étrangers en misant sur le potentiel des régions touristiques;	5. Renouveler l'image de marque du Québec et les stratégies de promotion de la destination à l'étranger;
3. Stimuler les investissements privés et améliorer l'environnement d'affaires afin de favoriser la croissance des entreprises touristiques;	6. Favoriser une plus grande cohérence des actions gouvernementales et la convergence des actions des intervenants privés et publics dans un esprit renouvelé de partenariat.

Quatre axes orientent la vision et le déploiement du PDIT, soit :

Renforcer les portes d'entrées;	Mettre en valeur le Saint-Laurent;
Enrichir le produit touristique québécois notamment, culturel et festif, hivernal, nature et aventure, ainsi que le tourisme d'affaires et de congrès et le tourisme au nord du 49 ^e parallèle;	Développer le potentiel des régions touristiques



En plus des portes d'entrées du Saint-Laurent et du nord québécois, le **PDIT** caractérise les régions touristiques sur la base de leur potentiel et de leur pouvoir d'attraction en regard de la clientèle touristique internationale. Cet exercice permet de présenter le potentiel de chacune des MRC du Québec de la façon suivante :



De manière plus spécifique, nous vous présentons dans le tableau suivant la définition accolée à chacune des désignations présentées sur la carte de la page précédente.

1. Les destinations établies ont un pouvoir d'attraction relativement fort auprès des touristes étrangers et québécois grâce à un nombre appréciable d'attraits reconnus sur la scène internationale, un potentiel de développement qui se manifeste dans des projets d'investissements importants et une grande variété de produits touristiques qui s'articulent principalement autour du tourisme de nature-aventure, de la culture, de l'événementiel et du tourisme hivernal.

2. Les destinations complémentaires et émergentes se distinguent, soit par leur proximité avec les «destinations établies», soit par un produit d'appoint qu'elles offrent aux visiteurs étrangers, soit par un rôle de plus en plus important dans l'économie régionale. On leur associe généralement des zones limitrophes aux portes d'entrées ou aux attraits touristiques reconnus internationalement et plusieurs centres urbains régionaux. Ces destinations se caractérisent par la présence d'une masse critique d'entreprises touristiques qui offrent des produits liés au tourisme d'affaires, culturel, événementiel et de nature.

3. Plusieurs destinations misent essentiellement sur le **tourisme québécois**. Un bon nombre de ces territoires offrent un potentiel ou une caractéristique qui leur permet d'envisager un meilleur positionnement sur le marché intérieur et le développement d'un ou plusieurs marchés de niche hors Québec. Ce potentiel est souvent associé à une grande variété de produits offerts par des attraits en développement, des événements qui se démarquent ou des entreprises innovantes.

4. Les jeunes destinations sont animées par une volonté de développer et de mettre en valeur des produits de niche prometteurs, tels la motoneige, la chasse et la pêche, l'agrotourisme et la mise en valeur du Saint-Laurent



La carte précédente démontre que le secteur de la MRC Lac-Saint-Jean Est est considéré parmi les « **destinations misant essentiellement sur le tourisme québécois** ». Ce positionnement signifie qu'il possède un pouvoir attractif auprès du marché intérieur des touristes québécois et spécifique pour la clientèle internationale.

Les marchés et clientèles cibles du PDIT

En plus de porter une attention particulière au marché intérieur canadien, d'où provient plus de 80 % des recettes touristiques, le ministère du Tourisme et ses partenaires des associations touristiques régionales visent un investissement de près de 80 millions de dollars en promotion à l'intérieur du **PDIT** auprès des marchés cibles prioritaires. Les marchés ciblés par la stratégie sont les suivants :

Le marché européen	Le marché français	Le marché américain	Les marchés limitrophes	Le Mexique	Les marchés émergents
<ul style="list-style-type: none"> • Expérience nature • Grands espaces • Activités de plein air 	<ul style="list-style-type: none"> • Tourisme d'aventure • Tourisme autochtone • Tourisme hivernal 	<ul style="list-style-type: none"> • Culture • Gastronomie • Festivals et événements 	<ul style="list-style-type: none"> • Vélo • Golf • Chasse et pêche 	<ul style="list-style-type: none"> • Séjour urbain • Ski 	<ul style="list-style-type: none"> • Forfaits avec régions limitrophes



Le tourisme au nord du 49^e parallèle

Dans le cadre du Plan Nord, le gouvernement a pris l'engagement de développer le potentiel touristique au nord du 49^e parallèle pour en faire une destination de rang international. Une stratégie particulière au territoire du Plan Nord, intitulé « Cultures et espaces à découvrir » a été lancée en novembre 2011.

Cette stratégie gouvernementale favorise le développement des infrastructures touristiques et la création de produits touristiques en partenariat avec les acteurs de l'industrie locale et régionale, incluant ceux des communautés autochtones. La contribution financière du gouvernement du Québec dans cette initiative sera de 32 millions de dollars sur dix ans, ce qui entraînera des investissements de 70 millions de dollars. Les axes d'intervention retenus sont les suivants :

- Agir en partenariat avec les acteurs du milieu;
- Développer des infrastructures de qualité;
- Miser sur les attraits et les produits distinctifs;
- Investir dans la formation et la gestion des ressources humaines;
- Promouvoir et commercialiser la destination.

La stratégie du tourisme hivernal

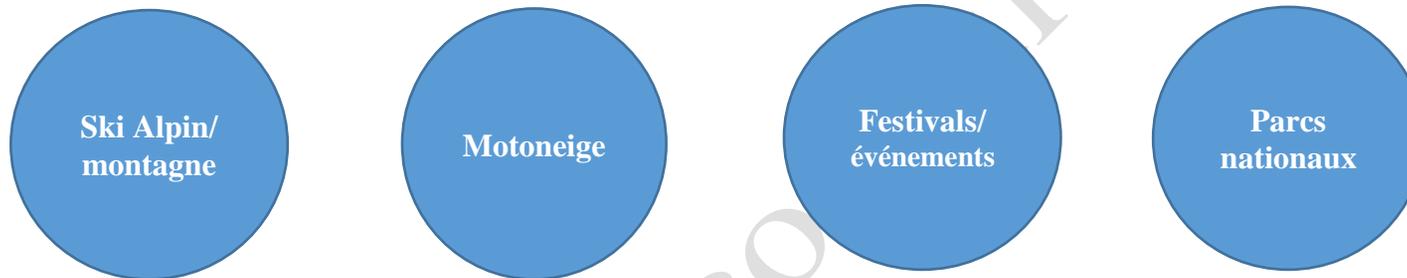
La stratégie du tourisme hivernal de Tourisme Québec identifie le **Saguenay-Lac-Saint-Jean** comme étant l'un des cinq territoires offrant une concentration de produits prioritaires et complémentaires forts pour le renforcement du tourisme hivernal. Les destinations des **Monts-Valin, du fjord du Saguenay et du nord du Lac-Saint-Jean** offrent des atouts indéniables pour contribuer à l'attractivité du Québec à l'échelle internationale.

Pour déployer sa stratégie, le gouvernement du Québec injectera des investissements pour soutenir le développement de masses critiques d'attraits et d'activités qui motiveront les déplacements et prolongeront les séjours dans les régions touristiques ciblées. Il



supportera également les alliances stratégiques entre les régions partenaires d'un même territoire et favorisera une approche de développement durable comme élément distinctif et comparatif auprès des autres destinations hivernales internationales.

L'approche retenue par la stratégie hivernale priorisera des produits touristiques dont les avantages concurrentiels permettront de séduire les marchés cibles. Ces produits prioritaires sont les suivants :



La région du Saguenay-Lac-Saint-Jean dispose d'atouts majeurs pour se positionner dans les secteurs de la motoneige, des parcs nationaux et des festivals/événements. De ce nombre, certains sont importants à considérer pour la municipalité de Lamarche dans son développement touristique. Parmi les forces distinctives et concurrentielles au niveau international, la région revendique :

- Le massif des Monts-Valin, son parc national et ses sommets offrant une qualité d'enneigement et des conditions d'hiver garanties 6 mois par année, soit le plus tôt et le plus tard en saison en Amérique du Nord;
- Un sentier de motoneige international (175 km) sur le massif des Monts-Valin et la saison de motoneige la plus longue au Québec;
- Une offre multiactivités complète : station de ski, ski de randonnée, raquette, chiens de traîneaux;

- Une diversité et une qualité d'attrait et d'activités hivernales complémentaires : Zoo, attrait naturels, pêche blanche, ski cerf-volant, etc.;
- Présence de festivals et d'événements majeurs : Tour du Mont-Valin, Traversée du lac à vélo, Regard sur le court métrage, Village sur glace de Roberval, etc.;
- Un aéroport régional qui peut accueillir des liaisons aériennes avec des avions de grande capacité.

6.2 Orientations stratégiques du tourisme au Saguenay-Lac-Saint-Jean

Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean (TSLSJ) vient d'adopter une planification stratégique touristique horizon 2014 – 2020. Cette planification a été conçue et développée suite à une vaste campagne de consultation régionale qui s'est amorcée à l'automne 2012. La planification stratégique s'appuie sur les constats et les orientations stratégiques contenus dans le **Plan de développement de l'industrie touristique (PDIT) 2012 – 2020 « Un itinéraire vers la croissance »** de Tourisme Québec.

Tout d'abord, trois grands constats émanent de la nouvelle planification de **TSLSJ** :

- Les stratégies contenues dans la planification s'arriment aux priorités du Plan de développement de l'industrie touristique québécois 2012 – 2020;
- L'industrie touristique du Saguenay-Lac-Saint-Jean se mobilise autour d'une vision qui propose un angle introspectif. La grande majorité des orientations se tourne vers la mobilisation et la synergie entre les divers intervenants régionaux qui agissent sur le développement et la promotion de l'expérience touristique de la région;
- Le développement de produits régionaux s'articule autour de quatre des cinq axes prioritaires de la vision et du déploiement du PDIT, soit :
 - L'axe du fleuve Saint-Laurent et ses affluents;



- L'axe du produit touristique québécois, notamment culturel et festif, nature et aventure, ainsi que le tourisme au nord du 49^e parallèle;
- L'axe des pôles touristiques forts dans les régions touristiques
- L'axe de développement du tourisme hivernal

En complément, six orientations peuvent avoir un impact favorable sur l'élaboration d'une stratégie touristique pour la municipalité de Lamarche soit :

- Le Programme de marketing international (PMI) positionne le tourisme d'aventure et l'écotourisme comme étant un produit structurant auprès du marché européen;
- Certaines sections de la rivière Péribonka font partie du Plan Nord et peuvent tirer profit de programmes touristiques associés qui pourraient supporter des initiatives de développement du tourisme d'aventure et de l'écotourisme dans la région;
- Le **créneau d'excellence en tourisme d'aventure et écotourisme** au Saguenay-Lac-Saint-Jean permet de mener à terme certains projets renforçant la qualité de ce type d'expérience dont celle du tourisme d'aventure et de l'écotourisme. Dans ses priorités d'intervention, le créneau mise sur cinq objectifs spécifiques :
 - Miser sur l'innovation et la qualité de l'expérience pour des entreprises compétitives au niveau international;
 - Améliorer la disponibilité et les compétences des ressources humaines;
 - Pénétrer les marchés anglophones de proximité;
 - Promouvoir une image de marque régionale forte axée sur le tourisme d'aventure et l'écotourisme;
 - Favoriser la collaboration et le partenariat au sein du système productif;



- La planification cible le développement de projets qui permettent l'accès aux lacs et rivières de la région (surtout dans la MRC Lac-Saint-Jean Est);
- Le renouvellement de l'offre d'hébergement et de restauration est jugé prioritaire pour améliorer la diversité et élever le niveau de qualité de l'expérience globale dans l'ensemble de la région;
 - Permettre entre autres l'accès à une gastronomie plus raffinée mettant en valeur la spécificité du terroir local;
- Les pourvoiries sont identifiées comme une expérience à renforcer pour tirer profit de la tendance « multiactivités » et d'un engouement important pour les activités de plein air comme la randonnée pédestre, la baignade, l'observation de la faune, etc.

L'offre touristique au Saguenay-Lac-Saint-Jean

TLSJ utilise la désignation des produits incontournables et structurants pour soutenir le positionnement et l'image de marque de la région sur ses différents marchés cibles au Québec et sur les marchés internationaux. Cependant, ce concept tend à évoluer au profit de stratégies beaucoup plus raffinées par marché et par clientèle cible.

En ce sens, nous voyons apparaître de plus en plus d'initiatives où l'organisation privilégie le positionnement de nouveaux produits exclusifs et présentant un fort potentiel pour séduire les nouveaux segments de clientèle. Par exemple : l'hébergement dans les arbres, la navette maritime du fjord, etc.



Le tableau suivant présente le regroupement des produits et expériences touristiques tel que proposé par Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean :

	Expériences touristiques intra-Québec			Expériences touristiques hors-Québec
	« Vacances en famille »	« Séjours grand air »	« Découvertes régionales »	
Produits déclencheurs	Zoo sauvage <i>Val-Jalbert</i>	Parcs nationaux	Véloroute des Bleuets La fabuleuse histoire d'un royaume	Fjord, Lac et Parcs <i>Tourisme religieux</i>
Produits structurants	Croisières Plein air (aventure douce) Agrotourisme Festivals et événements Écotourisme	Aventure (kayak, excursion, randonnée, rafting, cyclotourisme, hébertisme aérien) Agrotourisme Écotourisme	Tourisme autochtone Croisières Musées, centres d'interprétation Autres grands spectacles Agrotourisme Festivals et événements	Observation de la nature (couleurs d'automne) Produits autochtones
Marchés primaires	Grandes régions de Montréal et Québec, Montérégie, Outaouais, Lanaudière, Mauricie, Laval, Laurentides,	Grandes régions de Montréal et Québec	Grandes régions de Montréal et Québec, Mauricie	Europe francophone



	Chaudière-Appalaches			
Marchés secondaires	Ontario	Europe	Ontario	Angleterre Italie
Clientèles visées	Familles avec enfants de 1 – 16 ans	Jeunes couples 25-35 ans	Couples baby- boomers 50-70 ans	F.I.T. et groupes
Périodes principales	24 juin – fête du travail	24 juin – fête du Travail	24 juin – fête du Travail	Automne
Périodes potentielles	Fins de semaine printemps	Automne	Printemps/automne	24 juin – fête du Travail

6.3 Orientations stratégiques du tourisme dans la MRC Lac-Saint-Jean Est

Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean est l'organisme responsable du développement et de la commercialisation touristique des municipalités présentes sur le territoire de la MRC Lac-Saint-Jean Est, dont Lamarche fait partie. Les principaux attraits et activités sur lesquelles mise l'organisme se regroupent principalement autour des créneaux suivants :

- Agrotourisme;
- Croisières et activités nautiques;
- Culture, industrie et patrimoine;
- Nature et plein air;
- Activités hivernales (motoneige et multiactivités);



- Les congrès et le tourisme d'affaires.

L'analyse des informations recueillies confirme que le développement de l'écotourisme et de l'aventure douce est jugé prioritaire par cet organisme. Ils sont considérés comme des éléments hautement distinctifs et ce sont des piliers du positionnement de l'industrie touristique du territoire. Notamment, les orientations stratégiques suivantes sont actuellement en chantier auprès de Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean :

- La mise en valeur de la rivière Grande Décharge comme voie de navigation accessible et sécuritaire;
 - Un projet de navette maritime reliant les municipalités de Shipshaw et d'Alma par la rivière Saguenay;
- L'agrandissement du Parc national de la Pointe Taillon incluant les îles de Saint Gédéon, ainsi que la portion terrestre du secteur de Saint-Henri-de-Taillon;
- Le développement des pistes cyclables sur le territoire urbain de la ville d'Alma (nouvelle piste multifonctionnelle quartier Naudville);
- L'augmentation du nombre et de la qualité d'hébergement sur l'ensemble du territoire Lac-Saint-Jean Est, de tout type allant de l'hébergement conventionnel à rustique;
- La consolidation et le renforcement du lien d'accès régional en motoneige à partir du Mont Apica et le rayonnement de cette activité sur l'ensemble du territoire de la MRC;
- Mettre en place la **Route d'eau et de glace** afin de favoriser la rétention de la clientèle et améliorer l'accès à des activités nautiques sur les différents plans d'eau sur l'ensemble du territoire.



Tel que mentionné précédemment, ces stratégies ont été priorisées par l'organisme et elles constituent autant d'opportunités intéressantes à saisir pour le développement et la mise en valeur du tourisme dans la municipalité de Lamarche.

Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean participe également à la mise en place de l'organisme « **Destination Lac-Saint-Jean** », regroupant les trois commissions touristiques du Lac-Saint-Jean. L'association en est à ses premiers pas et elle dispose de moyens financiers limités pour soutenir son démarrage. Le principal mandat de « **Destination Lac-Saint-Jean** » est la mise en commun des stratégies de développement et de commercialisation des partenaires touristiques du Lac-Saint-Jean. Le nouvel organisme n'a pas encore réalisé de planification stratégique nous permettant d'identifier ou de cerner les activités ou opportunités susceptibles de supporter quelconque projet de développement touristique pour la communauté de Lamarche.



7. TENDANCES PERTINENTES À CONSIDÉRER DANS LE DÉVELOPPEMENT D'EXPÉRIENCE

Les principaux facteurs et éléments marquant de façon importante la demande récréotouristique sont les suivants :

Le tourisme

- Au niveau macroéconomique, le tourisme demeure en pleine croissance au niveau mondial. Cette croissance est soutenue par quatre grandes tendances : l'élargissement de la classe de voyageurs, le vieillissement de la population, une plus grande connectivité et la livraison d'une expérience de qualité, authentique et sincère.

Les clientèles

- Les populations sont vieillissantes et doivent être prises en compte, car elles ont des besoins particuliers (accessibilité, ambiance, services, organisation, forfaits);
- Le niveau global d'éducation de la population s'élève, entraînant de nouvelles demandes reliées aux arts, à la culture, à l'histoire, au patrimoine, à l'apprentissage et à la spiritualité lors des vacances;
- Les touristes d'aujourd'hui sont plus expérimentés et par conséquent plus exigeants et à la recherche de la qualité dans tous les aspects de l'expérience touristique;
- Les clientèles sont de plus en plus segmentées, d'où un intérêt grandissant pour le tourisme de créneau / de niche et les attractions originales et spécialisées qui sortent des sentiers battus pour lesquelles on accepte de payer une prime afin de voir quelque chose ou faire une activité unique que les autres n'auront pas faite;
- Le touriste actuel est un touriste hybride ou même multiforme, moins homogène dans ses choix et ses styles de vacances et les expériences recherchées;
- Le « togethering » est recherché : les voyages multigénérationnels et familiaux sont en très forte croissance.



La culture

- Le tourisme culturel est en plein essor, car il est synonyme d'authenticité, de découverte de modes de vie locaux ou traditionnels de l'histoire et du patrimoine, mais aussi de la culture vivante et immatérielle sous toutes ses expressions;
- L'authenticité et la sincérité dans la livraison d'une expérience sont des concepts bien présents dans l'appréciation d'une expérience. Pour être qualifiée d'authentique, une expérience doit posséder cinq grandes caractéristiques :
 - **Unique** : originale, naturelle, inventive;
 - **Réelle** : en lien avec l'histoire véridique d'un lieu ou d'une population;
 - **Humaine** : sincère, digne de confiance, spontanée, cordiale;
 - **Non commerciale** : simple, vraie, justifiée et non seulement axée sur le profit commercial;
 - **Sociale et émotionnelle** : permet aux gens de se sentir proche de leur famille, des gens qui les accompagnent et des gens de la communauté.
- Les touristes recherchent la culture typique impliquant les artisans, les artistes, les créateurs locaux.

La nature et le plein air

- L'accès à l'eau et les abords de l'eau sont très recherchés de la part d'une clientèle de plus en plus urbanisée. L'intérêt pour des activités nautiques, et au bord de l'eau est très élevé pour la plupart des clientèles touristiques;
- La pratique d'activités douces, contemplatives et de découverte dans des environnements naturels gagne en popularité, et ce, auprès de clientèles variées de tous âges (famille, couple, amis);
- Durant la haute saison estivale, parmi les activités dominantes pratiquées par les touristes, on retrouve la randonnée pédestre (en particulier chez les Québécois), suivie du vélo sous toutes ses déclinaisons et du nautisme;
- Le nombre d'adeptes de plein air est en croissance pour des activités relevant de l'aventure (défi physique, sensations) ou de l'écotourisme (respect de l'environnement, découverte en nature);
- L'importance de l'environnement favorise les destinations faisant preuve d'engagement et de responsabilité envers le développement durable;



- L'accès à des lieux inédits et la qualité des infrastructures et des aménagements, tout en préservant l'environnement et la nature, constituent des éléments clés de la satisfaction de la clientèle lors des expériences en nature;
- Le professionnalisme dans l'encadrement, la sécurité, la compétence, les connaissances et le déroulement des activités sont désormais parmi les critères exigés par la clientèle touristique;
- La qualité de la nourriture, voire l'expérience gastronomique jumelée à la logistique et à l'organisation d'une activité d'aventure et d'écotourisme sont liés avec la santé et le bien-être éprouvés lors d'une participation à un séjour en nature.

Le virage numérique pour une plus grande connectivité des clientèles

- L'accès à internet pendant la durée du voyage à destination est devenu un facteur essentiel dans le choix d'un hébergement, d'un camping ou une d'une expérience même s'il s'agit d'un séjour d'aventure (connectivité à certains endroits et à certains moments de la journée...);
- Un changement important s'observe en faveur du marketing numérique (utilisation d'internet) dans la commercialisation des produits et expériences touristiques;
- Les touristes de toutes les générations sont de plus en plus branchés sur les différentes plateformes numériques. Ils utilisent le numérique pour se renseigner, magasiner, comparer, obtenir des références, réserver, acheter ou simplement communiquer;
 - La génération des milléniaux se démarque particulièrement des autres segments de clientèle par le fait qu'ils n'envisagent plus ces actes fondamentaux sans avoir recours aux technologies numériques;
- L'avènement du téléphone intelligent contribue également à accentuer la tendance sur le plan des communications, surtout dans le domaine du voyage où la proportion des voyageurs possédant ce type d'appareil est plus importante;
- Les réseaux sociaux se révèlent des plateformes privilégiées pour créer un contact en ligne, diffuser des images, des vidéos, des commentaires, ou faire connaître sa satisfaction ou son insatisfaction relativement à une expérience passée ou présente.



8. ANALYSE DES COMPARABLES

Trois municipalités ont fait l'objet d'une caractérisation plus détaillée afin d'identifier les facteurs de succès et les défis liés au développement et à la mise en marché d'une municipalité sur le plan touristique. Nous avons arrêté notre choix des comparables en fonction d'une similarité de la problématique avec celle identifiée au préalable dans le mandat concernant Lamarche. Ces municipalités, dont la population n'excède pas le millier d'habitants (sauf pour Saint-Élie de Caxton) ont toutes eues à vaincre des problématiques de dévitalisation, d'éloignement des circuits traditionnels (car méconnues du grand public) ou de faiblesses importantes sur le plan du fonctionnement ou de la structure des produits ou des services pour la clientèle touristique.

Ces municipalités ont toutes réussi à se démarquer par une approche dynamique suscitée par leurs actions de développement et de commercialisation dans leurs marchés touristiques respectifs. Évidemment, ces municipalités ne sont pas toutes rendus au même point, mais elles n'en demeurent pas moins intéressantes au niveau de la démarche entreprise pour se relancer. Vous retrouverez, en annexe 1 de ce rapport, les fiches détaillées de chacun de ces comparables. Il s'agit de :

- **La communauté d'Hoonah – Alaska – États-Unis (753 habitants – 2011);**
- **La municipalité de Saint-Élie-de-Caxton, Mauricie, Québec (1 676 habitants – 2011);**
- **La municipalité de Péribonka, Saguenay-Lac-Saint-Jean, Québec (464 habitants – 2011).**

À la lumière des recherches effectuées, les problématiques identifiées il y a dix ans, soit avant l'élaboration d'une stratégie touristique sont les suivantes :

- Toutes ces municipalités étaient présumées en dehors des circuits touristiques et méconnues du grand public et de la clientèle touristique;
 - Ces municipalités étaient considérées comme des milieux dévitalisés et en importante perte démographique;
 - Elles ne possédaient pas, d'emblée, les caractéristiques et le potentiel pour devenir des destinations touristiques dans leurs régions respectives;
 - Elles faisaient face à des enjeux de positionnement majeurs sur le plan communautaire et économique.
-



Dix ans plus tard...

- Deux des trois communautés **ont réalisé des augmentations fulgurantes de l'achalandage et des retombées touristiques** majeures dans la municipalité. Péribonka est au stade du démarrage;
- Ces communautés se sont toutes mobilisées autour **de valeurs, d'une vision, d'une idée ou d'une opportunité** ayant été l'élément déclencheur d'un projet touristique d'importance;
- Ces communautés se sont toutes donné un **lieu d'échange et de collaboration** permettant d'asseoir les acteurs touristiques du milieu autour d'un projet collectif;
- L'ensemble des partenaires **ont mis en commun leurs ressources (publiques et privées)** pour décliner la vision en actions concrètes de développement et de mise en marché touristique.

Les principales réalisations qui se dégagent de l'analyse de ces comparables sont les suivantes :

- **Communauté d'Hoonah – Proposition d'une expérience culturelle autochtone** dans une ancienne usine de transformation du saumon (acquise par la municipalité) pour devenir une **escale de croisière internationale** sur l'itinéraire de Juneau dans le parc national des Glaciers en Alaska. Plus d'une vingtaine d'excursions sur le bord de mer sont offertes aux croisiéristes en escale dont l'une des plus hautes et des plus longues tyrolienne au monde;
- **Saint-Élie-de-Caxton – Proposition d'une expérience culturelle sous la thématique du « tourisme imaginaire »** grâce aux contes et légendes de Saint-Élie-de-Caxton par l'artiste Fred Pellerin. La municipalité et les intervenants touristiques de la municipalité se sont mobilisés autour d'un circuit thématique mettant en vedette les lieux et les habitants qui inspirent l'auteur. Ce circuit propose près d'une vingtaine d'arrêts dans les commerces et points d'intérêt de la municipalité selon les thèmes abordés dans les contes de l'artiste;
- **Péribonka – Développement d'une expérience touristique en cours de réalisation** autour d'un **concept intitulé « espace Péribonka »** visant le déménagement du musée Louis Hémon au cœur du village et le réaménagement d'une zone impliquant l'ensemble des attraits et des services touristiques sous un même toit. Dix projets sont intégrés dans ce concept impliquant plusieurs acteurs de la municipalité. Il s'agit de mettre en valeur un point de vue unique sur la rivière Péribonka pour intercepter les visiteurs de passage dans la municipalité.



Le point déclencheur de la démarche entreprise par ces communautés :

- **Communauté d'Hoonah** – Création de Huna Totem Corporation, un organisme dont près de 90 % des partenaires proviennent de la communauté d'Hoonah. Cet organisme emploie plus de 160 personnes issues de la communauté. Huna Totem Corporation est l'organisme qui rassemble tous les acteurs touristiques autour du projet collectif. La communauté a acquis l'ancienne usine de transformation du saumon pour concrétiser un pavillon d'accueil pour l'escale des croisières internationales. Les intervenants ont sollicité les compagnies de croisière en mettant de l'avant le potentiel culturel de cette communauté autochtone ainsi que l'environnement naturel exceptionnel du territoire;
- **Saint-Élie-de-Caxton** – Mobilisation des intervenants et de la municipalité derrière le phénomène du conteur Fred Pellerin. La municipalité a fait des acquisitions (garage de Léo Déziel – transformation en musée de la culture et jardin botanique), création d'un office du tourisme municipal, création d'un circuit touristique culturel, mobilisation des intervenants dans le développement et l'organisation des étapes de ce circuit, etc.;
- **Péribonka** – Réappropriation du musée par la population locale et la poursuite de l'objectif de **créer une zone de rétention touristique** pour relancer le musée et les équipements touristiques de la municipalité (camping, gîte, restaurant, dépanneur-épicerie, etc.). Les intervenants se sont mobilisés autour de la création de la Corporation de soutien économique de Péribonka, dont le projet principal est la réalisation d'un chantier touristique réunissant tous les intervenants touristiques à la même table.

La mise en place de ces projets collectifs dans ces municipalités a permis de soutirer les bénéfices suivants :

- **Augmentation de l'achalandage** : pour Hoonah – plus de 100 000 visiteurs en 2014 et pour Saint-Élie-de-Caxton – plus de 40 000 visiteurs en 2014;
- **Rétention de la clientèle**. La durée de visite de ces municipalités a augmenté de manière importante depuis la mise en place de ces projets ayant pour impact de susciter des retombées dans les commerces et les lieux d'intérêt de la municipalité;
- **Satisfaction accrue et demande croissante** d'une clientèle participative recherchant l'interaction et des expériences authentiques qui sont ancrées dans l'histoire, le patrimoine et l'environnement naturel de ces milieux;



- **Augmentation du professionnalisme et de la qualité** des entreprises et des expériences proposées par le biais de la mise en commun d'un produit chapeauté par un organisme responsable qui accompagne les entreprises à l'intérieur du concept.

Version consultation



9. DIAGNOSTIQUE STRATÉGIQUE TOURISTIQUE DE LA MUNICIPALITÉ DE LAMARCHE

Forces et atouts de la municipalité	Opportunités à saisir
<ul style="list-style-type: none"> • Le cadre naturel exceptionnel du lac Tchitogama (points de vue, beauté du paysage, plan d'eau calme, Pointe d'Appel, secteurs d'intérêts accessibles par l'eau, etc.); • La rivière Péribonka accessible pour la navigation auprès d'une clientèle intermédiaire et familiale (Biodiversité d'une grande richesse le long de la Péribonka); • Localisation stratégique au carrefour de trois territoires importants pour la pratique de la motoneige au Saguenay-Lac-Saint-Jean (Monts-Valin ouest, MRC Lac-Saint-Jean Est et Maria Chapdelaine); • Relais motoneige majeur et reconnu du circuit régional au Centre plein air du Mont-Vilain; • Des sentiers pédestres de niveaux facile, intermédiaire et avancé; • Quinze secteurs de villégiature estivale en bordure des lacs Tchitogama, Rémi et Miquet; • Hébergement sur le bord de l'eau (lac Tchitogama); • Accueil personnalisé et authentique dans les entreprises touristiques; • Camping municipal sur le bord de l'eau surtout le secteur du camping sauvage (lac Tchitogama); 	<ul style="list-style-type: none"> • Volonté du conseil municipal de prioriser le tourisme comme levier de développement économique, social et communautaire; • Volonté des intervenants touristiques de participer activement au développement de la municipalité; • Nouveaux acteurs touristiques qui peuvent changer la dynamique de collaboration entre les intervenants du milieu; • Création du festival Quad et Plein Air (implication des intervenants); • Nouvelle station d'accueil du Mont Apica comme point d'accès pour la clientèle motoneigiste de Québec voulant accéder au secteur des Monts-Valin et au Lac-Saint-Jean; • Annonce d'un sentier de liaison en motoneige de 250 km reliant les Monts-Valin et le territoire de Maria Chapdelaine; • Amélioration des sentiers de motoneige sur le territoire de Lamarche par le Club Caribou Conscrit; • Cadre stratégique hivernal de Promotion Saguenay qui cible le renforcement des circuits vers le Lac-Saint-Jean; • Lancement du Parc régional des Grandes Rivières; • Révision du schéma d'aménagement de la MRC Lac-Saint-



<ul style="list-style-type: none">• Plusieurs espèces de poisson répertoriées dans la lac Tchitogama, certains parmi les plus populaires pour la pêche sportive (mais un lac difficile à pêcher...);• Volonté et engagement des acteurs touristiques;• Services (restauration, dépanneur-essence) au cœur du village (projet de revitalisation);• Bonne qualité de restauration, sans prétention de gastronomie;• Première édition du festival Quad et Plein Air de Lamarche (initiative municipale);• Refonte du site internet de la municipalité (actuel, moderne et fonctionnel);	<p>Jean Est;</p> <ul style="list-style-type: none">• Partenariat avec Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean dans les axes de développement de l'écotourisme et l'aventure douce;• Demande croissante pour la pratique de l'aventure douce et de l'écotourisme (descente de rivière, randonnée pédestre, kayak, vélo de montagne, etc.);• Créneau d'excellence en écotourisme et aventure douce au Saguenay-Lac-Saint-Jean;• Augmentation de la pratique du quad au Québec;• Stratégie de développement du tourisme au nord du 49^e parallèle;• Stratégie du tourisme hivernal de Tourisme Québec;• Tendances favorables pour les segments de la nature, du plein air et de la culture des destinations.
---	--



Faiblesses et contraintes internes	Menaces et contraintes externes
<ul style="list-style-type: none"> • Accès limités, disparates et peu intégrés pour la clientèle touristique (hormis la clientèle en hébergement ou camping); • Diversité et nombre d'hébergement disponible; • Signalisation touristique insuffisante et mal adaptée à la clientèle touristique estivale et hivernale; <ul style="list-style-type: none"> ○ Chemins moins accessibles en hiver; • Faible mise en valeur et promotion des produits du terroir dans les menus des restaurants; • Commerces et sites d'hébergement ne sont pas reliés par le sentier de motoneige et de quad; • Manque d'accessibilité à l'expérience écotouristique et aventure douce (signalisation, accès, hébergement adapté, infrastructure d'accueil, etc.); • Très forte proportion de clientèle de type saisonnier dans les campings (limite au développement, rentabilité, etc.); • Connexion internet difficile (camping et chalet municipal absent, variable chez les autres sites d'hébergement); • Taux d'occupation et achalandage surtout concentré en haute saison alors que les autres saisons sont beaucoup plus faibles que la moyenne régionale (concentration de l'achalandage sur quelques semaines seulement); • Manque de promotion mène à une méconnaissance des 	<ul style="list-style-type: none"> • Éloignement du territoire de Lamarche par rapport aux circuits traditionnels touristiques de la région (coûts vs qualité et unicité de l'expérience); • Concurrence forte et de calibre international au Saguenay-Lac-Saint-Jean pour plusieurs activités comprises dans les créneaux de marché de Lamarche; • Capacité de développement du camping dû à des besoins d'amélioration du traitement des eaux usées (financement et normes); • Disponibilité et formation de la main-d'œuvre qualifiée, bilingue et professionnelle; • Réputation et image de la municipalité comme lieu d'accueil des entreprises et des projets touristiques; • Absence de vision commune sur le potentiel de développement touristique du territoire au sein de la communauté; • Vieillesse de la population et retour près des centres de services pour une clientèle de baby-boomers compris dans le segment des villégiateurs; <ul style="list-style-type: none"> ○ Diversité de l'offre de villégiature offerte auprès de plusieurs petites municipalités en développement; • Priorités de développement régional selon les principes d'attribution des MRC selon les zones d'intérêts touristiques



<p>attraits et services disponibles pour la clientèle touristique (croisière, location d'embarcations, sentiers, motoneige, quad, etc.);</p> <ul style="list-style-type: none">• Faible présence sur internet des produits et services des entreprises touristiques;• Absence de forfaits ou de publicité conjointe entre les entreprises touristiques de la municipalité;• Manque d'appui et d'intérêt de la municipalité dans les projets de mise en valeur du territoire et des entreprises;• Manque de clarté dans les règlements et les permis municipaux pour faire des projets;• Manque de collaboration entre les intervenants touristiques;• Perception du tourisme au sein des villégiateurs et des citoyens (dualité entre le tourisme et l'utilisation du territoire à des fins privées);• Respect des aménagements (cohabitation de la clientèle touristique et des villégiateurs et citoyens).	<p>(PDIT – Tourisme Québec);</p> <ul style="list-style-type: none">○ Moyens financiers limités pour le développement et beaucoup de projets similaires en demande de financement;• Présence d'acteurs majeurs dans d'autres secteurs d'activités économiques (coupe forestière, barrage, etc.) ayant une main mise sur la gestion de la ressource hydrique de la rivière Péribonka.
--	--



Facteurs de succès des comparables

- Volonté et engagement de l'ensemble des acteurs de la communauté à développer le tourisme;
- Communauté s'approprie le développement dans le respect de ses valeurs;
- Constance et professionnalisme dans l'encadrement et leadership de la destination;
- Consensus de la communauté sur le traitement réservé au tourisme;
- Soutenir les promoteurs et les entreprises et développer des politiques ou des projets pour les appuyer;
- Authenticité dans les expériences (histoire, patrimoine, culture locale);
- Interactivité avec les clientèles (apprentissage, contact, échanges);
- Niveau de sécurité, hygiène, salubrité, normes, etc. à respecter;
- Expérience unique et mémorable (pour compenser l'éloignement);
- Clientèles régionale et provinciale (croissance du marché intérieur);
- Constance du financement et fiabilité du produit;
- Vision commune doit se dégager pour les partenaires;
- Coordination essentielle des acteurs touristiques;
- Formation de la main-d'œuvre (dirigeants et employés);
- Stratégie marketing solide (choix des marchés et clientèles);
- Se doter de budget conséquent pour supporter les efforts.



10. ENJEUX ET DÉFIS STRATÉGIQUES

En tenant compte du diagnostic stratégique présenté dans les sections précédentes, nous identifions cinq enjeux et défis stratégiques auxquels la municipalité de Lamarche doit faire face dans son développement touristique. Ce sont les suivants :

1. L'implication et la mobilisation du milieu;
2. L'approche d'expérience-client dans l'accueil touristique;
3. L'adaptation du produit pour une clientèle touristique;
4. L'approche de collaboration et de partenariat;
5. Le renouvellement de l'image de marque.

Ces enjeux et défis doivent être travaillés à partir de deux potentiels que nous identifions, en tenant compte des forces distinctives et des opportunités qui se dégagent à travers notre analyse diagnostique de l'offre touristique et du territoire de Lamarche : Ces potentiels sont :

- **Motoneige et quad** : Tourisme hivernal d'aventure motorisé;
- **Écotourisme et aventure douce** : Mise en valeur de Lamarche par le biais du territoire englobant le lac Tchitogama et la rivière Péribonka.

1. **L'implication et la mobilisation du milieu : L'importance de mobiliser l'ensemble des acteurs** (municipalité, entreprises, commerces, citoyens, villégiateurs) autour d'une vision commune de développement et d'accueil touristique. Cette condition est essentielle pour installer les bases d'une stratégie touristique;
 - Asseoir les intervenants autour d'une même table;
 - Choisir un ou deux projets (y aller par étape en fonction du potentiel, des opportunités et des avantages concurrentiels);
 - Susciter la créativité et l'innovation dans la manière d'accueillir et de servir la clientèle touristique;
 - Se donner des moyens pour réussir et mettre en commun nos ressources;



- S'organiser localement;
- Se concentrer sur une cible;
- Communiquer, sensibiliser, mobiliser, rallier et convaincre le milieu;
- Volonté d'accueillir les touristes, de partager le territoire, de s'ouvrir à la culture de l'autre...

2. **L'approche d'expérience-client dans l'accueil touristique** : Actuellement, le territoire est utilisé principalement par les villégiateurs et les citoyens de la municipalité. Il y a du travail à faire pour adopter une approche d'expérience-client dans le développement et l'accessibilité du territoire pour la clientèle touristique;

- Infrastructures d'accueil (stationnement, panneaux de direction, information, prise en charge, etc.);
- Sécurité des lieux, fiabilité, professionnalisme et constance dans les produits et services offerts;
- Accueil et ambiance dans la municipalité;
- Capacité d'accueil;
- Service et qualité selon les normes internationales;
- Encadrement des services;
- Formation du personnel, etc.

3. **L'adaptation du produit pour une clientèle touristique** : L'expérience-client est essentiellement offerte par les sites d'hébergement et de camping de la municipalité, été comme hiver (relais reconnu). Mis à part la **CDL** qui offre des randonnées guidées (service de base soutenu par des bénévoles), l'offre touristique doit être très forte, attractive, mieux adaptée et suffisante pour attirer, accueillir et desservir la clientèle touristique dans la municipalité;

- Innovation, exclusivité, unicité, authenticité de l'offre;
- Accessibilité à améliorer pour les commerces et équipements touristiques (quad, motoneige, routes);
- Identité touristique (offre quoi ? à qui ?);
- Information directionnelle (signalisation, accès, infrastructures, etc.);



- Environnement physique (mise en valeur du territoire, aménagement des secteurs ciblés, qualité et respect des normes internationales, etc.);
- Interprétation du territoire et du produit;
- Quantité et qualité d'hébergement;
- Hébergement en territoire (haltes, refuges, camping sauvage, etc.).

4. **L'approche de collaboration et de partenariat** : En été, Lamarche est une municipalité de « **destination** ». Les touristes qui empruntent les routes régionales (provenant majoritairement de l'extérieur de la région) doivent traverser d'autres municipalités pour se rendre à Lamarche. Cette municipalité est localisée à l'extérieur des circuits touristiques traditionnels et reconnus dans la région. En hiver, Lamarche bénéficie d'une localisation plus avantageuse, mais elle doit tout de même se mettre en réseau avec les points d'intérêts majeurs à proximité. Été comme hiver, le succès du développement touristique de Lamarche dépendra de sa capacité à développer des partenariats solides de différentes natures;

- Entente de commercialisation entre les entreprises de la municipalité;
- Réseautage avec les autres municipalités et partenaires pour les circuits de motoneige et de quad;
- Entente avec des entreprises d'écotourisme et d'aventure douce (Créneau ACCORD);
- Collaboration avec les organismes de développement et de promotion (Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean, Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean, Destination Lac-Saint-Jean, etc.);
- Ministères, MRC, CLD, CLE, etc.

5. **L'image de marque de la municipalité** : Pour l'instant, l'image de la municipalité de Lamarche n'est pas associée à celle d'une destination touristique (accueil, chaleur, ambiance, dynamisme, relations, etc.). Cette situation complexifie la tâche des entreprises et des commerces qui tentent d'attirer les touristes et de générer des retombées sur le territoire de la municipalité. Une fois la stratégie adoptée, **la municipalité doit se donner comme mandat principal de retravailler son image. D'une part, pour consolider et renforcer ses relations** et ses partenariats avec les entreprises, commerces et organismes de son milieu. Et d'autre part, pour attirer des entreprises, des projets, des commerces, des investisseurs, des promoteurs et des partenaires dans



son milieu. La promotion auprès de la clientèle touristique pourra se faire en parallèle et les résultats suivront plus rapidement par la suite;

- Renouveau de l'image auprès des commerces, entreprises et organismes du milieu;
- Renouveau de l'image auprès des partenaires, des promoteurs et des organismes d'appui au milieu;
- Nouvelle image pour l'industrie touristique et la clientèle.

Version consultation



SOURCES ET RÉFÉRENCES

- Données de Statistiques Canada, enquête sur les voyages des canadiens, données régionales par Pragma conseil pour Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean – 2014;
- Plan de Développement de l'Industrie Touristique (PDIT) – Tourisme Québec – horizon 2012 – 2020;
- Étude sur l'impact économique généré par la pratique récréotouristique de la motoneige au Saguenay-Lac-Saint-Jean – Segma Recherche, partenaires touristiques de la région (Conférence des élus, Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean, Destination Lac-Saint-Jean, Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean), 2012;
- Mise en valeur récréotouristique de la rivière Péribonka – Daniel Arbour et Associés, 2008;
- Développement du corridor de la rivière Péribonka – Concept de mise en valeur – Groupe Leblond Bouchard, 2003;
- Projet de mise en valeur touristique du corridor de la rivière Péribonka – Tourisme Alma-Lac-Saint-Jean, novembre 2012;
- Projets d'aire protégée de la Corporation de développement de Lamarche (CDL) – 2012;
- Projet d'aménagement du sentier de la Montagne de la Tour – Corporation de développement de Lamarche (CDL) – 2012;
- Résumé du schéma d'aménagement révisé de la MRC Lac-Saint-Jean Est – novembre 2014;
- Données secondaires de la Commission canadienne du tourisme;
- Diagnostic touristique global de la région du Saguenay-Lac-Saint-Jean, Chaire du tourisme Transat UQAM, mai 2013;
- Étude sur les impacts économiques générés par la pratique de la motoneige et du quad au Québec, Léger Marketing pour la Fédération des clubs de motoneige et Quad du Québec, 2005;
- Sites web.....
- http://www.mrclacsaintjeanest.qc.ca/media/cms/doccenters_mod/7/carte_planification_integree.pdf - 23 janvier 2015;
- http://www.mrclacsaintjeanest.qc.ca/media/cms/doccenters_mod/7/pidu_revisee_finale_11_05_2011_avec_carte.pdf - 10 novembre 2014;
- [www.http://municipalitelamarche.ca/](http://municipalitelamarche.ca/)
- [www.http://tourismealma.com](http://tourismealma.com)



- <http://www.mrc-fjord.qc.ca/>
- www.mrcdemaria-chapdelaine.ca
- www.mrcclacsaintjeanest.qc.ca/
- www.mrcdemaria-chapdelaine.ca/mrc/page/parc-regional-des-grandes-riviere
- www.icystraitpoint.com
- <https://www.google.ca/#q=icy+strait+point+alaska&tbm=nws>
- <http://tourisme.st-elie-de-caxton.ca>
- <http://ici.radio-canada.ca/regions/mauricie/2016/07/25/004-fred-pellerin-conteur-saint-elie-de-legendes-tourisme.shtml>
- <http://www.peribonka.ca>
- <http://www.peribonka.ca/images/uploads/N24-10353-RA-solution-d-appui-Citoyens-de-PA-ribonka.pdf>

Version consultation

