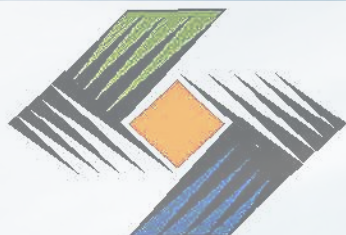


09 JUILLET 2018

HORIZON
2023



MRC
du DOMAINE-du-ROY

SYNTHÈSE (PARTENAIRES)
DE LA STRATÉGIE COLLECTIVE
DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE
MRC DU DOMAINE-DU-ROY

DOCUMENT PRÉSENTÉ À:
MRC du Domaine-du-Roy (Chantier tourisme)

PRÉPARÉ PAR:

Synergie développement et marketing inc.
En collaboration avec Alain Winter - Tourisme
Conseil et Frédéric Gonzalo - Gonzo Marketing



WWW.SYNERGIE
TOURISME.COM

VISION ET AXES STRATÉGIQUES

Vision et positionnement stratégique

Énoncé de positionnement

*En 2023, la MRC du Domaine-du-Roy devient la destination
« vacances familiales » au Québec.*

*Cette destination s'appuie sur une localisation privilégiée sur le bord du lac Saint-Jean
et sur la plus forte concentration d'attrait et d'activités familiales au Québec.*

Les valeurs sur lesquels repose cette destination sont :

Unité (uni véritablement)

Respect

Solidarité (se rassembler autour du projet)

Partenariat

Authenticité (qualité, excellence, unicité)

Les piliers et la promesse sur lesquels repose cette destination sont :

« Un accès exceptionnel à une expérience au lac Saint-Jean »

Une destination unique qui permet: d'accéder au lac et à ses plages, d'admirer le lac et ses panoramas, de marcher sur le bord du lac, de pédaler sur le bord du lac, de survoler le lac, de profiter d'activités nautiques, de s'y mesurer en hiver, etc.

« La meilleure expérience familiale au Québec »

Une destination qui mérite qu'on s'y installe en famille pour quelques jours afin de: visiter les attrait majeurs (produits d'appel) et complémentaires et découvrir un nombre impressionnant d'activités pour divertir et intéresser toute la famille, à travers son histoire, sa culture, ses saveurs locales, ses événements, etc.

« Une destination qui mise sur l'accueil et les rencontres avec les gens du Lac d'un village à l'autre »

Une destination qui dégage une image et une ambiance touristique afin que : le visiteur se sente sincèrement accueilli partout où il passe sur le territoire que ce soit: par la qualité de l'accueil, des rencontres chaleureuses avec la population, des aménagements bien conçus, de la signalisation et de l'ambiance qui se dégage des villes et villages qu'il traverse.

LES GRANDS AXES PRIORITAIRES DE DÉVELOPPEMENT

1. Renforcer l'accueil des visiteurs
2. Augmenter l'expérience-client "Lac-Saint-Jean"
3. Augmenter l'expérience-client familiale
4. Développer une signature de destination
5. Accroître la cohésion et la concertation des acteurs

1

Renforcer l'accueil des visiteurs (avant et pendant)

- Susciter l'adhésion des municipalités du territoire
- Aligner les efforts des partenaires avec la promesse d'expérience
- Créer un réseau d'ambassadeurs de la destination
- Envisager la possibilité d'une animation numérique
- Supporter le recrutement et la formation

#2

Augmenter l'expérience-client « Lac-Saint-Jean »

- Réaliser un diagnostic spécifique au parcours client du lac Saint-Jean-Jean (et ses rivières) sur le territoire
- Augmenter l'accessibilité à l'expérience-client lac Saint-Jean
- Développer des propositions d'expérience gourmande
- Diffuser et commercialiser les expériences lac Saint-Jean
- Miser sur l'unicité du lac en hiver (deuxième phase)

#3

Augmenter l'expérience-client familiale

- Adapter et rehausser l'expérience familiale (attraits, musées, centres d'interprétation, culture, festivals, etc.)
- Réaliser un exercice de cocréation pour concevoir des circuits et des propositions d'expérience familiale
- Développer des expériences familiales fortes lors des saisons intermédiaires (automne, printemps, hiver)
- Développer des expériences familiales dans le secteur de l'hébergement et de la restauration
- Diffuser et commercialiser les expériences familiales

#4

Développer une signature de destination –image de marque – branding

- Développer et adopter la signature de destination (image de marque)
- Définir la plateforme de diffusion de l'image de marque
- Gérer la signature de destination

#5

Accroître la cohésion et la concertation des acteurs

- Adopter et communiquer la stratégie touristique
- Se concentrer sur la vision et les valeurs
- Se doter de ressources humaines et financières pour supporter la stratégie
- Créer un espace de concertation, de coordination et de communication
- Se donner des outils d'évaluation et de suivi de la stratégie