

## La VISION

Reconnue pour ses grands espaces accessibles, sa nature, ses paysages, son accueil authentique, le dynamisme et la créativité de ses entreprises, la MRC d'Antoine-Labelle aura su en 2020 se différencier à titre de leader en tourisme de Grande nature quatre saisons internationale au Québec. Sa notoriété s'appuiera sur des services et infrastructures de qualité, sur l'offre de séjours exaltants, enrichissants, diversifiés, complets et sécuritaires, intégrant des éléments distinctifs de la culture régionale, du terroir et de son patrimoine naturel.

## Les INDICATEURS

Taux d'occupation hôteliers, fréquentation des pourvoiries, fréquentation dans les ZECS, fréquentation dans les parcs régionaux, le nombre d'événements d'affaires, le nombre de forfaits motoneige et quad vendu, le nombre de nuitées des clientèles outremer, la création de nouveaux forfaits, d'attraits, d'attractions et d'événements, les nouveautés au niveau de l'offre touristique, les demandes d'information dans les bureaux d'accueil touristique, la fréquentation des sites web, les reportages sur la région, les revues de presse, diminution des plaintes en lien avec le réseau routier, diminution du nombre de conflits, le maintien de l'accès au réseau cellulaire dans les TNO, taux de participations aux réunions pour le réseautage, taux de participation aux formations.

**1. OBJECTIFS STRATÉGIQUES :** Devenir la destination numéro 1 au Québec pour le quad et la motoneige.

**CONDITIONS DU SUCCÈS :** Un réseau VHR pérennisé et de qualité.

**CIBLES :** Accroître les ventes de forfaits quad et motoneige de 15 % d'ici 2020.

**2. OBJECTIFS STRATÉGIQUES :** Renforcer le positionnement Grande nature 4 saisons multiactivités.

**CONDITIONS DU SUCCÈS :** Des investissements pour une commercialisation orchestrée.

**CIBLES :** Accroître le nombre de publicités de positionnement avec des images fortes et diffuser la signature régionale.

**3. OBJECTIFS STRATÉGIQUES :** Offrir une expérience vélo de qualité et sécuritaire sur le territoire.

**CONDITIONS DU SUCCÈS :** Un parc linéaire et un réseau routier de qualité et sécuritaire.

**CIBLES :** Accroître les ventes de forfaits vélo de 15 % d'ici 2020, diminuer le nombre d'accidents et de plaintes.

- 4. OBJECTIFS STRATÉGIQUES :** Offrir une expérience de séjours exaltante, enrichissante et complète.  
**CONDITIONS DU SUCCÈS :** Des attractions, des activités et des services diversifiés.  
**CIBLES :** Création de 6 activités, attraits ou événements ayant un pouvoir de prolonger les séjours, d'inciter les clientèles à revenir et attirer de nouvelles clientèles.
- 5. OBJECTIFS STRATÉGIQUES :** Accueillir les réunions et congrès.  
**CONDITIONS DU SUCCÈS :** Des infrastructures et activités adaptées pour les réunions et congrès.  
**CIBLES :** Accueillir 8 événements de plus de 80 nuitées.
- 6. OBJECTIFS STRATÉGIQUES :** Améliorer le service à la clientèle et la sécurité dans les grands espaces.  
**CONDITIONS DU SUCCÈS :** Une technologie efficace au service des entreprises et des touristes.  
**CIBLES :** Offrir l'accès à Internet et au réseau cellulaire sur l'ensemble du territoire.
- 7. OBJECTIFS STRATÉGIQUES :** Faciliter l'accès au territoire et assurer une circulation fluide.  
**CONDITIONS DU SUCCÈS :** Des routes entretenues et bien signalisées.  
**CIBLES :** Un meilleur entretien du réseau routier incluant les chemins forestiers.
- 8. OBJECTIFS STRATÉGIQUES :** Avoir une cohabitation harmonieuse des différents usagers.  
**CONDITIONS DU SUCCÈS :** Respect entre les différents usagers.  
**CIBLES :** Diminution du nombre de conflits.
- 9. OBJECTIFS STRATÉGIQUES :** Avoir un réseau touristique régional proactif.  
**CONDITIONS DU SUCCÈS :** Des entreprises dans l'action.  
**CIBLES :** Stimuler et réseauter les entreprises touristiques.
- 10. OBJECTIFS STRATÉGIQUES :** Accroître le bilinguisme dans les entreprises.  
**CONDITIONS DU SUCCÈS :** Des entreprises engagées.  
**CIBLES :** Former la main-d'œuvre.