# STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA MRC DE PORTNEUF 2020-2024

**Document synthèse** 



# Table des matières

#### MISE EN CONTEXTE 1

Méthodologie

#### ÉTAT DE LA SITUATION 2

Performance de la destination

Contexte historique
Tourisme Portneuf et son environnement
Membership
Concertation des acteurs touristiques
Accueil et information touristiques
Promotion et mise en marché

#### PORTRAIT TOURISTIQUE DU TERRITOIRE 7

Survol de la destination Agrotourisme et tourisme gourmand Tourisme culturel (art, culture et patrimoine) Tourisme de nature/aventure (plein air) Hébergement Restauration

DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE 16

**TENDANCES TOURISTIQUES 18** 

**CRÉNEAUX PRIORITAIRES 19** 

VISION ET ORIENTATIONS STRATÉGIQUES 20

PLAN D'ACTION 21

MISE EN OEUVRE ET SUIVI 23

Réalisé par la MRC de Portneuf en collaboration avec Développement touristique AMR / Janvier 2020 Adopté par la MRC de Portneuf le 19 février 2020 par la résolution CR 037-02-2020

Page couverture : © jpg.mov / Quai Lemay à Portneuf Couverture arrière : © Mathieu Lamarre / Vallée Bras-du-Nord

# **MISE EN CONTEXTE**

Depuis 2016, les mandats organisationnels de la MRC de Portneuf se sont bonifiés avec l'intégration des mandats de soutien au développement local et régional. La MRC s'est donc vu confier la responsabilité de la promotion et du développement touristiques du territoire.

La dernière planification stratégique touristique couvrait la période de 2008-2012. Il n'y avait donc plus d'outil de planification touristique depuis 2012, à l'exception de quelques outils de planification qui effleurent la dimension touristique, mais sans plus (Schéma d'aménagement et de développement, Plan de développement de la zone agricole, Politique culturelle).

Notons également que le contexte touristique a connu des changements majeurs au cours des dernières années, notamment au niveau des habitudes des touristes, des nouvelles tendances en matière d'expériences touristiques et des nouvelles façons de mettre en marché les destinations. La MRC de Portneuf devait donc se doter d'un outil de planification lui permettant de s'adapter à ces nouvelles réalités. De plus, étant gestionnaire de différents fonds d'aide financière, la MRC avait besoin d'un outil d'aide à la décision lui permettant de faire des choix éclairés en matière de soutien financier aux promoteurs œuvrant dans le créneau du tourisme.

#### Méthodologie

La MRC a octroyé un mandat à Développement touristique AMR afin de l'accompagner dans l'élaboration d'une stratégie de développement touristique pour le territoire. Cette démarche s'est donc réalisée de façon collaborative et en concertation avec le milieu touristique portneuvois. La stratégie découle donc de consultations du milieu (sondage auprès des intervenants touristiques, consultation du comité consultatif en tourisme à chacune des grandes étapes), de l'apport de l'équipe interne de la MRC (état de situation, portrait, diagnostic) et de Développement touristique AMR (accompagnement, soutien-conseil, recherche, analyse, animation, collecte d'informations).



# **ÉTAT DE LA SITUATION**

### **Contexte historique**

L'ancienneté de l'occupation du territoire et la présence d'un capital naturel d'intérêt ont forgé le développement touristique de Portneuf. Au fil des années, les organisations en place ont travaillé à mettre en valeur Portneuf et à faire évoluer le territoire au plan touristique. La reconnaissance du tourisme comme un des secteurs d'activité prioritaires dans les planifications territoriales a fait en sorte que celui-ci occupe une place de plus en plus importante dans l'économie portneuvoise.

Dans les 20 dernières années, l'accroissement des efforts de promotion a permis d'améliorer la notoriété de Portneuf et de favoriser l'essor de cette industrie. Sans être une destination touristique reconnue, Portneuf acquiert une reconnaissance grandissante dans l'environnement concurrentiel du tourisme.

#### **Tourisme Portneuf et son environnement**

Portneuf fait partie intégrante de la région touristique de Québec, avec les MRC de La Jacques-Cartier, de L'Îled'Orléans et de La Côte-de-Beaupré et la Ville de Québec. À ce titre, elle collabore avec l'Office du tourisme de Québec (OTQ) qui joue le rôle d'association touristique régionale (ATR) pour la région touristique de Québec.

L'entité « Tourisme Portneuf » n'est pas une organisation en soi, mais s'avère l'identité utilisée dans le cadre des actions promotionnelles et du positionnement touristique du territoire.



Au plan territorial, la MRC de Portneuf assume un rôle de coordination du développement et de la promotion touristiques. Des ressources financières et humaines sont donc mises à contribution. Les mandats et services offerts touchent l'animation et la concertation du milieu touristique, l'accompagnement et le soutien technique auprès des intervenants et promoteurs de la région, la promotion de la destination, l'information touristique et la coordination de projets de développement.

### Membership

Depuis 2019, la MRC de Portneuf s'est vu confier la gestion du membership conjointement avec l'OTQ. Cette nouvelle formule fait en sorte que l'adhésion à Tourisme Portneuf comprend également l'adhésion à l'OTQ, et ce pour les entreprises à vocation touristique jugées admissibles par l'OTQ, à l'exception des établissements d'hébergement qui perçoivent la taxe sur l'hébergement (TSH) et qui doivent s'inscrire aux deux organisations. Dans le cadre du membership 2019, la MRC de Portneuf compte une centaine de membres.







### Concertation des acteurs touristiques

Dans le but d'assurer la concertation de l'industrie touristique portneuvoise et de mettre en place des conditions favorables au développement touristique du territoire, la MRC de Portneuf a mis sur pied, au printemps 2019, un comité consultatif en tourisme. Ce comité, formé d'une douzaine d'intervenants représentant les différents secteurs d'activité de l'industrie touristique portneuvoise, a pour rôles de favoriser la mise en place d'un esprit régional et non individuel du développement du secteur du tourisme, de participer à la validation des axes à privilégier dans la promotion de Portneuf comme destination touristique et le développement de l'offre et de jouer un rôle d'organisme consultatif en tourisme auprès de l'équipe de la MRC de Portneuf.

#### **Accueil et information touristiques**

On retrouve actuellement un seul bureau d'accueil touristique (BAT) dans le territoire de la MRC de Portneuf. Celui-ci est localisé à Saint-Raymond et la gestion est assurée par la Corporation de développement de Saint-Raymond.

Suivant la tendance lourde, les bureaux d'accueil touristique de la MRC de Portneuf (rue des Pins, bordure de l'autoroute 40) et de Deschambault-Grondines (chemin du Roy) ont respectivement fermé leurs portes en 2012 et en 2015. Le déclin accéléré du nombre de visiteurs et les changements d'habitudes de ceux-ci ont été les facteurs déterminants de ces fermetures. Mentionnons également que, dans les dernières années d'ouverture, le bureau régional localisé en bordure de l'autoroute 40 répondait dans une très large part (plus de 75 %) à des demandes ne concernant pas le territoire portneuvois.

La prestation de services d'information touristique par la MRC de Portneuf se décline donc différemment, soit par le biais du site Web de Tourisme Portneuf et par la ligne téléphonique sans frais. Le bureau d'accueil touristique de Saint-Raymond offre également des services d'information touristique sur le territoire et est ouvert à l'année. Mentionnons également la présence d'un village-relais dans le territoire, soit Deschambault-Grondines, offrant ainsi aux voyageurs une diversité de services, une qualité d'accueil ainsi qu'un lieu d'arrêt sécuritaire en tout temps.



#### Promotion et mise en marché

La MRC de Portneuf offre aux entreprises de l'industrie touristique du territoire une visibilité significative par le biais de différents outils promotionnels et d'une présence médiatique concertée. La MRC collabore également étroitement avec l'OTQ dans différentes stratégies promotionnelles.

Dans les dernières années, les placements publicitaires traditionnels dans les médias imprimés ont fortement diminué au profit des campagnes Web et du positionnement dans les médias sociaux.

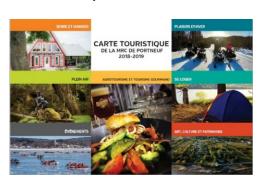
Malgré la part croissante que prennent les interventions numériques, les outils imprimés ont toujours une place de choix dans les actions promotionnelles du territoire. Les principaux outils que sont le magazine touristique Portneuf Pur & Simple et la carte Culture de Saveurs Portneuf sont en forte demande auprès des visiteurs potentiels et de ceux qui fréquentent le territoire. En termes d'outils promotionnels, les principaux sont les suivants :



Pur & Simple, le magazine touristique de la MRC de Portneuf



#### Carte touristique de la MRC de Portneuf



Carte Portneuf Culture de saveurs



#### Banque photos et vidéos



#### Site Web tourisme.portneuf.com



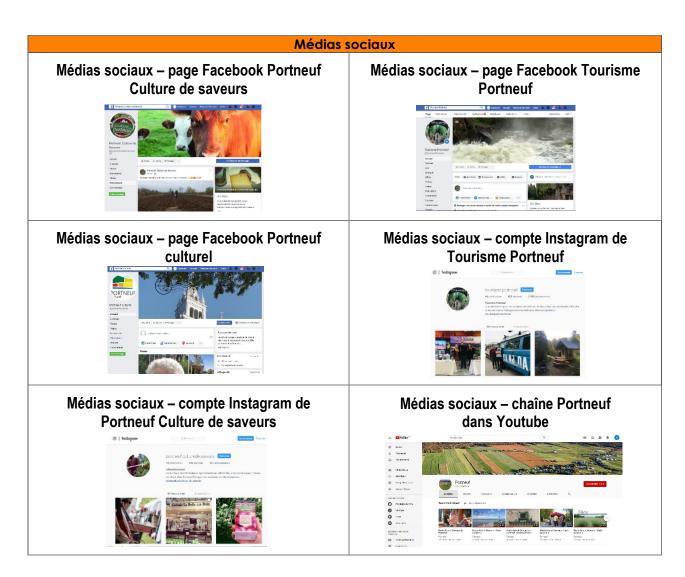
#### Site Web culturedesaveurs.com



#### Site Web portneufculturel.com

Web





En complément de ces outils, diverses interventions de communication et de promotion viennent soutenir l'offre touristique, notamment : accueil de journalistes/blogueurs, campagnes Web, salons promotionnels, placements publicitaires (imprimés et Web), reportages télévisés et articles dans des magazines, tournées de familiarisation, participation à diverses stratégies promotionnelles (Québec vélo de montagne, chemin du Roy, etc.).



#### Performance de la destination

Actuellement, très peu de données statistiques sont disponibles pour permettre de dresser un portrait précis de la performance de la MRC de Portneuf au plan touristique. Certains indicateurs généraux ou encore spécifiques à des hébergements et attraits peuvent tout de même permettre de voir des tendances au niveau de l'évolution de la fréquentation touristique du territoire. À la lumière des données dont nous disposons, force est de constater que Portneuf connaît de façon générale une croissance appréciable.

#### Données générales de l'Office du tourisme de Québec

L'Office du tourisme de Québec produit de nombreux rapports et statistiques démontrant la performance de la région touristique de Québec. Toutefois, ces données globales de la région sont difficilement applicables pour un territoire comme la MRC de Portneuf compte tenu qu'elles sont noyées à travers les statistiques inhérentes à la Ville de Québec, une des destinations les plus prisées au Canada. Quelques statistiques sont tout de même colligées par territoire, mais sont à prendre en compte avec un bémol au regard de l'échantillonnage qui est relativement restreint.

Statistiques hôtelières			
	2017	2018	
Taux d'occupation annuel	37,1 %	39,2 %	
MRC de Portneuf:	Augmentati	on de 5,6 %	
Taux d'occupation annuel	67,8 %	68,8 %	
Région de Québec :	Augmentation de 1,5 %		
Indice de fréquentation des sites et attraits (2016 = 100)			
MRC de Portneuf	104,6	111,3	
	Augmentation de 6,4 %		
Région de Québec	105,5	101,0	
	Diminution de 4,2 %		
Indice du nombre de repas servis (2016 = 100)			
MRC de Portneuf	102,2	101,0	
	Diminution de 1,2 %		
Région de Québec	106,6	108,0	
	Augmentation de 1,3 %		

Les données portant sur la haute saison (juin à septembre) démontrent davantage la réalité du territoire. Ainsi, pour cette période, le taux d'occupation au niveau des hébergements est passé de 46,5 % en 2017 à 51,1 % en 2018, une augmentation de 9,8 %.

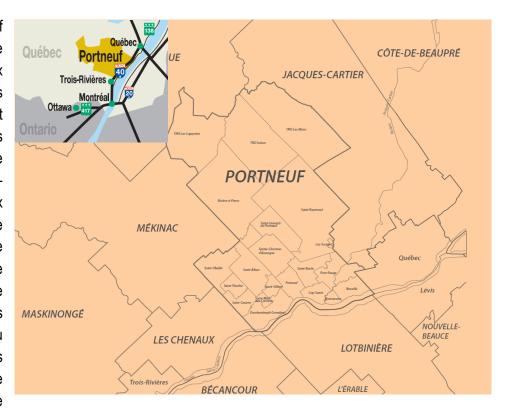


# PORTRAIT TOURISTIQUE DU TERRITOIRE

#### Survol de la destination

#### Le territoire

La MRC de Portneuf couvre un vaste territoire de 4 000 km<sup>2</sup> occupé aux deux tiers par les municipalités. Elle est située entre deux pôles urbains d'importance que sont Québec et Trois-Rivières et à environ deux heures de la métropole québécoise, Montréal. Le territoire présente une diversité et une complémentarité dans l'organisation spatiale, où de petits noyaux villageois côtoient des centres de services régionaux. Cadre



de vie de plus de 53 000 personnes réparties dans 18 municipalités, Portneuf s'étale, du littoral à la montagne, à travers un panorama changeant qui met tantôt en vedette le majestueux Saint-Laurent, les rivières Jacques-Cartier, Sainte-Anne et Portneuf, tantôt une plaine au charme bucolique ou un arrière-pays caractérisé par une abondance de forêts, de lacs et de montagnes. Ces paysages d'une grande diversité contribuent à faire de Portneuf un choix de plus en plus prisé par les visiteurs.

#### L'offre touristique en bref

Portneuf est un vaste espace naturel aux attraits variés qui possède tous les atouts d'une véritable destination touristique. L'industrie touristique constitue donc un créneau de développement sur lequel misent les acteurs régionaux pour augmenter l'activité économique de la région. Environ 125 intervenants contribuent à cette industrie dans notre territoire. D'ailleurs, la présence d'une variété importante d'attraits distingue l'industrie touristique portneuvoise.

Le territoire portneuvois se caractérise, comme plusieurs autres régions, par son riche potentiel aux niveaux naturel et culturel. En l'occurrence, les grands créneaux de développement privilégiés pour son développement et sa mise en marché au plan touristique sont la culture et le patrimoine ainsi que le plein air. De plus, les investissements humains et financiers dans les dernières années en développement et promotion de l'agroalimentaire et de l'agrotourisme soutiennent la notoriété et l'attractivité de Portneuf comme région gourmande.

### Agrotourisme et tourisme gourmand



L'agrotourisme et le tourisme gourmand sont un créneau en développement dans la MRC de Portneuf. On dénombre déjà certaines entreprises portneuvoises avec une grande notoriété. Pensons notamment à la Fromagerie des Grondines qui dévoile son savoir-faire aux touristes. D'ailleurs, le secteur de Deschambault-Grondines constitue en soi une destination gourmande étant donné la qualité et la grande concentration d'offres agroalimentaires présentes dans ce secteur (marché public avec une grande renommée, brûlerie, chocolaterie, etc.). Neuville et sa forte concentration de producteurs maraîchers mettent à l'honneur les produits portneuvois dans de nombreux kiosques à la ferme dont le fameux maïs sucré qui est désormais une Indication Géographique Protégée (IGP).

Plusieurs entreprises portneuvoises offrent l'autocueillette de fruits et de légumes, ce qui constitue une expérience fort intéressante pour la population locale et pour les visiteurs.

Plusieurs producteurs, transformateurs et agrotransformateurs portneuvois se sont regroupés sous l'image de marque « Portneuf, Culture de saveurs ». Il s'agit d'un outil d'identification et de promotion des entreprises et des produits agroalimentaires portneuvois. On le considère aussi comme un circuit agrotouristique puisque sur les 43 entreprises membres, on en compte 26 qui œuvrent en agrotourisme ou en tourisme gourmand.





Par sa richesse agricole, sa diversité de produits agroalimentaires, ses attraits, activités et événements, la MRC de Portneuf dispose de nombreux atouts pour devenir une destination incontournable en agrotourisme et en tourisme gourmand.

Faits saillants

- Plusieurs événements à vocation agricole ou gourmande.
- Trois marchés publics sont présents sur le territoire de la MRC de Portneuf.
- Trois marchés de Noël avec une offre agroalimentaire significative.
- Quelques boutiques gourmandes offrant des produits locaux.
- Une image de marque avec une notoriété croissante.
- Lieux et événements distinctifs, à titre d'exemples : Julie Vachon Chocolats, Fromagerie des Grondines, Marché public de Deschambault, Ferme Langlois et Fils (Chez Médé).

### **Tourisme culturel (art, culture et patrimoine)**



Le patrimoine bâti fait partie des éléments culturels qui caractérisent le territoire portneuvois. Parmi les municipalités portneuvoises figurent d'anciennes seigneuries établies au 17e siècle qui constituent aujourd'hui les communautés du littoral et qui sont traversées par l'un des plus beaux tronçons du chemin du Roy. Plusieurs de ces villages figurent d'ailleurs parmi les plus beaux du Québec.

Le patrimoine portneuvois est intimement lié à cette occupation du territoire. Sur le plan du patrimoine bâti, on retrouve des bâtiments résidentiels ou institutionnels très anciens liés aux anciennes seigneuries, un corpus où s'inscrit pratiquement toute l'histoire de l'architecture domestique du Québec, y compris des styles plus urbains liés à notre passé industriel, notamment dans l'ancienne ville-usine de Donnacona.

La richesse du patrimoine religieux est indéniable; celui-ci est d'ailleurs valorisé depuis plusieurs années à travers différentes

initiatives dont le circuit touristique Les Voies du Sacré qui existe depuis près de 20 ans et qui permet, chaque été, la découverte de ces bâtiments exceptionnels dont les 4 églises classées.

Toujours au sujet du patrimoine, les paysages emblématiques sont liés aux richesses naturelles du territoire, mais aussi à son caractère campagnard. L'organisation spatiale de la MRC offre des perspectives tout à fait remarquables, ponctuées d'éléments du patrimoine agricole qui font sens pour la population, mais aussi pour les visiteurs friands d'agrotourisme.





- 35 édifices sont classés (10 % de la Capitale-Nationale) et 30 sont cités.
- Trois institutions muséales agréées et trois autres centres d'interprétation.
- Cinq villages traversés par le chemin du Roy, la route touristique ayant la plus grande notoriété.
- Trois symposiums, trois salles de spectacles importantes et quatre galeries d'art.
- Une dizaine d'événements culturels d'importance.
- Lieux et événements distinctifs, à titre d'exemples : Biennale internationale du lin, Les Voies du Sacré, Moulin Marcoux, chemin du Roy, Théâtre Les Grands Bois, lieux patrimoniaux de Deschambault.

## Tourisme de nature/aventure (plein air)

Plus de 1 000 lacs et rivières, la quasi-totalité du territoire sous couvert forestier dont une large part sur le domaine public, un littoral longeant le fleuve sur plus de 60 km, des paysages diversifiés et bien conservés : voilà quelques éléments qui font de Portneuf un territoire propice au développement d'une diversité d'activités plein air. Cette nature à proximité de grands centres urbains confère au territoire un atout à optimiser. Le créneau plein air est assurément celui qui a connu la croissance la plus importante dans les dernières années et plusieurs attraits et lieux soutiennent cet axe d'importance.

Attrait-phare de la région, la Vallée Bras-du-Nord a connu une croissance fulgurante dans les dernières années et se positionne maintenant comme la destination #1 de vélo de montagne au Québec et rayonne comme destination importante dans l'est de l'Amérique du Nord. Combiné aux autres activités offertes, ce lieu est un terrain de jeu à part entière.



Après plus de 40 ans de réflexion par divers intervenants sur le potentiel immense de mise en valeur de ce secteur, la MRC de Portneuf a inauguré, en 2014, le Parc naturel régional de Portneuf. Une panoplie d'activités plein air y sont offertes, réparties dans quatre secteurs. Le Parc connait une croissance soutenue d'année en année depuis son inauguration officielle.

La Réserve faunique de Portneuf, attrait bien établi, a su se renouveler au fil des ans et des investissements importants permettent de mettre à niveau les infrastructures d'hébergement et d'accueil.

Lieu distinctif, Au Chalet en Bois Rond village nature et plein air offre un concept unique d'une soixantaine de chalets en bois rond où sont offerts différents services et

© SÉPAQ / Réserve faunique de Portneuf

activités quatre saisons. La croissance importante du nombre de visiteurs témoigne des efforts consentis pour développer ce territoire.

La Ville de Saint-Raymond est reconnue comme une destination plein air de choix, comme en témoigne la place enviable qu'elle occupe dans différents palmarès des meilleures destinations plein air. La Ville a d'ailleurs dans ses priorités d'intervention de maximiser le potentiel du centre-ville afin que celui-ci fasse partie intégrante de l'expérience touristique raymondoise.

### Du vélo pour tous



Portneuf est une destination prisée pour les cyclistes de tout acabit. Que ce soit sur route, en piste cyclable ou en montagne, ce sont plus de 330 km de réseaux balisés qui soutiennent l'expérience vélo portneuvoise. Affiliée à la Route verte, la Vélopiste Jacques-Cartier/Portneuf permet de relier Portneuf à Québec via le Corridor des Cheminots. La Route verte se déploie également en longeant le Saint-Laurent via le chemin du Roy. Le circuit de la Véloroute portneuvoise, initié par les municipalités de l'ouest

du territoire, et la piste Dansereau qui borde la rivière Jacques-Cartier viennent compléter cette offre.

Au niveau du vélo de montagne, plusieurs initiatives complémentaires à la Vallée Bras-du-Nord ont vu le jour dans les dernières années (Centre Nature Saint-Basile, Sentiers Récréatifs Portneuf, Pont-Rouge), ce qui contribue à renforcer Portneuf comme destination vélo de montagne.

#### Le fleuve, un potentiel en développement



Malgré la présence importante du fleuve, il existe actuellement peu d'attraits liés directement à l'accès et la mise en valeur de celui-ci. C'est à partir de ce constat que les municipalités du littoral portneuvois ont amorcé une concertation il y a quelques années visant à mettre en valeur cet axe, à optimiser ses potentiels et à lui concéder toute la notoriété qu'il mérite au regard de ses atouts exceptionnels.

Découlant de cette volonté, différentes initiatives sont en cours et s'appuient sur un concept global qui s'articule autour de deux pôles majeurs qui font l'objet de projets de mise en valeur à long terme, soit les secteurs du quai de Portneuf et de l'embouchure de la rivière Jacques-Cartier (incluant le Manoir Allsopp/Fort Jacques-Cartier). Entre autres projets, mentionnons l'implantation de sentiers balisés sur la grève et d'accès au fleuve et la mise en place de parcours piétonniers balisés avec baladodiffusion liant les cœurs villageois au fleuve. Signalons également la présence de six quais, dont celui de

Portneuf qui est le plus long quai en eau profonde au Canada, et de deux marinas.

#### Le produit hivernal

Malgré la croissance des activités hivernales non motorisées, la motoneige demeure une activité de premier plan dans Portneuf. 40 % des kilomètres de sentiers de motoneige de la région de la Capitale-Nationale sont localisés dans Portneuf. Saint-Raymond est d'ailleurs une plaque tournante de la motoneige au Québec et plusieurs services y sont offerts. L'initiative KM-Zéro propose des itinéraires autoguidés donnant accès à plus de 1 200 km de sentiers de motoneige à partir d'un même point de départ.

L'offre hivernale évolue de plus en plus autour des activités non motorisées. Les sentiers de raquette, ski de fond et pédestres se retrouvent un peu partout dans le territoire. Activité de plus en plus populaire, le fatbike se déploie sur une quarantaine de km de sentiers dans deux sites, soit la Vallée



Bras-du-Nord et le Centre Nature Saint-Basile. Celui-ci offre également de la glissade sur tubes. On retrouve également dans Portneuf une station de ski alpin, Ski Saint-Raymond, idéale pour l'apprentissage de ce sport et pour skier en famille. Le ski hors-piste est possible dans un domaine skiable localisé dans la Vallée Bras-du-Nord et est offert seulement en formule guidée.

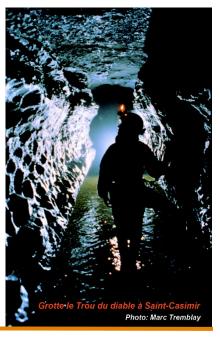
#### Diversité du plein air

Plusieurs autres activités viennent compléter ce qu'a à offrir Portneuf en matière de plein air. Des sentiers de randonnée pédestre sont offerts non seulement dans les territoires comme le Parc naturel régional de Portneuf et la Vallée Bras-du-Nord, mais également dans plusieurs autres sites d'intérêt tels que le Marais Léon-Provancher, la Promenade Jacques-Cartier et la Tourbière Chute-Panet, pour ne nommer que ceux-là. Expérience famille unique, La Vallée Secrète offre des chasses aux trésors interactives en forêt sur le thème des gnomes. La villégiature en nature, l'escalade, la visite de jardins, la descente de rivière en canot pneumatique, la baignade et les plages, la visite d'une grotte, les golfs, la pêche et les activités nautiques complètent l'essentiel de cette offre diversifiée.

- 83 % du territoire est sous couvert forestier dont 60 % en terres du domaine public.
- Plus de 1 000 lacs et rivières dont le Saint-Laurent et ses importants affluents.
- Plusieurs territoires à statut particulier : 2 zecs, 1 réserve faunique, 2 parcs régionaux dont un linéaire (Vélopiste Jacques-Cartier/Portneuf).
- Plus de 1 000 km de sentiers motoneige dont une large part sont des tronçons des réseaux provincial (Trans-Québec) et régional.
- Plus de 150 km de parcours cyclables balisés sur route (Route verte/chemin du Roy et Véloroute portneuvoise) et deux pistes cyclables (Vélopiste Jacques-Cartier/Portneuf et Piste Dansereau) totalisant plus de 60 km.
- Le réseau des Haltes du Saint-Laurent permet des accès et des points de contact avec le fleuve pour y pratiquer une panoplie d'activités.
- Lieux et événements distinctifs, à titre d'exemples : Vallée Bras-du-Nord, Parc naturel régional de Portneuf, Réserve faunique de Portneuf, Au Chalet en Bois Rond, Vélopiste Jacques-Cartier/Portneuf, produit motoneige, Raid Bras-du-Nord.



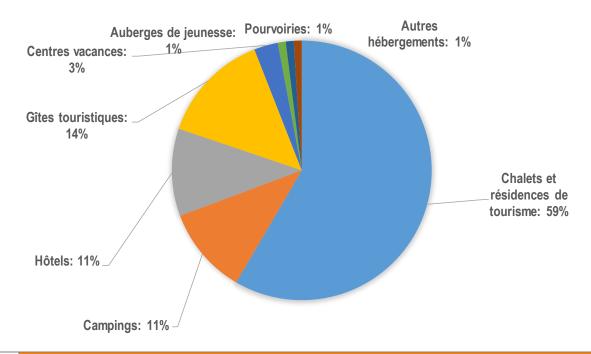




#### Hébergement

Faits saillants

Le territoire de la MRC de Portneuf présente une offre d'hébergement relativement variée qui totalise 101 établissements répertoriés<sup>1</sup>. Cette offre est fortement concentrée dans la partie nord du territoire, au niveau de l'axe plein air. Ainsi, les deux tiers (65 %) des établissements sont localisés dans cet axe. L'axe du chemin du Roy/fleuve/littoral ne représente quant à lui que 25 % des établissements. L'hébergement dans le reste du territoire est marginal avec une proportion de 10 % du total des établissements.



- L'hébergement en chalets et résidences de tourisme représente plus de la moitié (58 %) des établissements et 81 % de cette offre sont localisés dans l'axe nord.
- Il y a plusieurs établissements de camping à grande capacité qui totalisent plus de 300 sites chacun, allant même à plus de 500 sites. Ceux-ci sont classifiés de très bonne qualité.
- Plus de la moitié des chambres (58 %) en formule gîte touristique se localisent dans l'axe du littoral.
- Basé dans un ancien couvent, on retrouve un établissement de type auberge de jeunesse qui reçoit majoritairement une clientèle de groupes de toutes sortes (équipes sportives, corporatif, mariages, cyclistes, etc.).
- Le nombre de gîtes touristiques a fortement reculé dans les 10 dernières années au profit des résidences de tourisme qui connaissent une croissance significative.
- En adéquation avec la tendance actuelle, on retrouve plusieurs dizaines d'unités d'hébergement collaboratif de type Airbnb dans le territoire.
- L'offre hôtelière est relativement marginale avec 11 établissements totalisant 190 chambres.
- La capacité maximale des établissements hôteliers (le plus grand a une capacité de 41 chambres) limite l'accueil de groupes.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Établissements classifiés ou en cours de classification par Tourisme Québec (CITQ).





#### Restauration

L'offre de restauration portneuvoise est constituée de restaurants, bistros, cafés, casse-croûtes, auberges et cabanes à sucre.

L'offre est relativement abondante et diversifiée dans les secteurs de Deschambault-Grondines, de Saint-Raymond et de Donnacona. Elle est toutefois insuffisante dans certaines municipalités de la MRC de Portneuf et, dans certains cas, se limite à une offre de restauration rapide.

Depuis quelques années, des microbrasseries voient le jour et certaines d'entre elles offrent un service de restauration.

Quelques casse-croûtes son souvent considérés comme des incontournables dans divers palmarès (Ti-Oui Snack-Bar à Saint-Raymond, Casse-croûte du Vieux-Moulin à Pont-Rouge).

Quelques services de restauration se démarquent, que ce soit par la présence d'une belle terrasse ou d'une magnifique vue sur le fleuve, par l'utilisation et la mise en valeur de produits locaux dans le menu, l'excellence dans une cuisine particulière, un concept novateur, etc. On dénote toutefois un manque de restaurants gastronomiques.



# **DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE**

#### **Forces**

- Proximité de grands centres urbains (Québec et Trois-Rivières).
- Relance d'une concertation des intervenants avec le Comité consultatif en tourisme.
- Offre touristique diversifiée ne s'appuyant pas que sur un seul créneau.
- Richesse des paysages et du patrimoine bâti (authenticité, valeur reconnue, bien préservés).
- Présence importance du fleuve Saint-Laurent.
- Quelques produits ayant une notoriété élevée (Vallée Bras-du-Nord, chemin du Roy, Parc naturel régional de Portneuf, Au Chalet en Bois Rond, Réserve faunique de Portneuf, Fromagerie des Grondines).
- Capital nature important.
- Destination vélo (vélo de route et de montagne).
- Trois villages labellisés « plus beaux villages du Québec » (Deschambault-Grondines, Cap-Santé et Neuville).
- La croissance de l'agrotourisme et de la mise en valeur des produits locaux comme vecteur de notoriété pour le territoire.
- Effervescence d'entreprises et de produits agroalimentaires depuis les 10 dernières années.
- Authenticité du territoire agricole et de l'offre agrotouristique et gourmande.
- Grande concentration d'entreprises agrotouristiques dans le secteur de Deschambault-Grondines (pôle gourmand) et dans le secteur de Neuville (maraîchers).
- Nombreux kiosques à la ferme.
- Belle offre d'activités d'autocueillette et d'événements à vocation agricole ou gourmande.
- IGP mais sucré de Neuville avec une grande notoriété.
- Dynamisme de la Table de concertation agroalimentaire de Portneuf et du regroupement d'entreprises *Portneuf*, *Culture de saveurs*.
- Participation de la MRC de Portneuf à la démarche Québec, région gourmande.
- Trois marchés publics dont celui de Deschambault qui bénéficie d'une très grande notoriété.

#### **Faiblesses**

- Peu de référencement et forfaitisation entre les intervenants touristiques.
- Territoire peu connu malgré les efforts promotionnels des dernières années.
- Ressources financières limitées au niveau de la promotion du territoire (MRC et intervenants).
- Absence d'une image de marque (peu distinctive).
- Statut de l'Office du tourisme (entité municipale).
- Peu de données statistiques sur les profils de clientèles et l'achalandage.
- Heures d'ouverture variables, saisonnalité.
- Expérience client inégale dans les différentes entreprises.
- Méconnaissance de plusieurs entreprises offrant l'autocueillette (plusieurs entreprises ne souhaitent pas se promouvoir à l'échelle portneuvoise ou régionale).
- Peu de visites de fermes avec animaux d'élevage.
- Présence limitée de produits locaux dans les restaurants portneuvois.
- Manque de tables gastronomiques et peu de chefs renommés.
- Manque de connaissances de l'offre gourmande portneuvoise.
- Le secteur agroalimentaire portneuvois n'a pas encore atteint la notoriété méritée.
- Dans certains secteurs de la MRC de Portneuf, l'offre de restauration se limite à une offre de restauration rapide.

#### **Opportunités**

- Potentiel élevé de mise en valeur et de développement lié au fleuve Saint-Laurent.
- Important bassin de visiteurs à proximité avec les touristes qui visitent la région de Québec (4,6 millions annuellement).
- Relance d'une concertation des intervenants avec le Comité consultatif en tourisme.
- Ouverture de la Corporation de transport régional de Portneuf pour des navettes touristiques (optimisation des véhicules en dehors des heures d'utilisation régulières).
- Adéquation de l'offre avec les axes priorisés par l'OTQ (culture, neige, nature et aventure, fleuve et croisières).
- Achalandage naturel dans le territoire via l'autoroute 40.
- Agrotourisme et mise en valeur des produits locaux comme vecteurs de notoriété pour le territoire.
- Développement à venir à moyen/long terme de pôles structurants le long du chemin du Roy/littoral : quai de Portneuf et Manoir Allsopp/Fort Jacques-Cartier.
- Changement des habitudes de consommation des touristes (manières de chercher l'information, popularité des hébergements alternatifs, recherche d'expériences, etc.).
- L'agrotourisme est passé d'un produit secondaire à un produit d'appel.
- L'agrotourisme et le tourisme gourmand sont en concordance avec les tendances actuelles d'achats locaux et d'expériences authentiques.
- La restauration pourrait devenir une vitrine pour les aliments portneuvois. De nombreux produits locaux pourraient bonifier les menus des restaurants portneuvois.

#### Menaces

- Pénurie et rétention de la main-d'œuvre.
- Trouver la relève nécessaire pour assurer la continuité et la pérennité de l'agriculture et des activités agroalimentaires représente tout un enjeu.
- Précarité de plusieurs entreprises (pas toujours rentables ou viables).
- Impacts anticipés des changements climatiques.
- Absence de réseau sans fil (cellulaire) dans certaines parties du territoire.
- Dépendance des fonds publics pour plusieurs attraits afin d'assurer leur opération.

# **TENDANCES TOURISTIQUES**

Plusieurs tendances dans l'industrie touristique locale et internationale nous inspirent dans l'élaboration de cette nouvelle stratégie de développement touristique pour la MRC de Portneuf. En voici quelques-unes.

1

# Routes et circuits touristiques

De plus en plus populaires auprès des visiteurs régionaux, nationaux et internationaux.



#### L'expérience

L'émotion vient avant la réflexion. L'humain au cœur de l'expérience touristique.



### Accueil touristique

Un enjeu d'importance dans le développement des territoires.



# Services de transport interrégionaux

Services de liaison entre les villes et les parcs incitent les visiteurs à sortir de la ville.



#### **Tourisme durable**

De nouvelles normes s'imposent désormais en matière de développement durable et responsable.



#### **Consommation locale**

Inciter les établissements touristiques à consommer, valoriser et promouvoir les produits locaux.



# **CRÉNEAUX PRIORITAIRES**

Le territoire portneuvois se caractérise par son riche potentiel aux niveaux naturel, culturel et gourmand comme en témoigne le portrait présenté précédemment. Il se positionne comme une région d'escapades de courte durée axées sur la découverte des plaisirs gourmands et de l'agrotourisme, de la nature et de la culture. Pour renforcer son positionnement, la destination vise le développement de ces axes prioritaires. En l'occurrence, les grands créneaux de développement privilégiés pour son développement et sa mise en marché au plan touristique sont Culture et patrimoine (tourisme culturel), Plein air (tourisme de nature/aventure) et Agrotourisme (tourisme gourmand).

« En adéquation avec ces créneaux, le développement durable et responsable s'inscrit comme priorité transversale du développement touristique du territoire ».

### Les principales expériences liées aux créneaux priorisés

Culture et patrimoine [tourisme culturel]	Plein air [tourisme d'aventure et de nature]	Agrotourisme [tourisme gourmand]
<ul> <li>La mise en valeur du chemin du Roy comme route touristique signalisée.</li> <li>Les expériences liées au patrimoine bâti et à la découverte des noyaux villageois.</li> <li>La mise en valeur et l'interprétation des paysages.</li> <li>Les événements culturels.</li> <li>Les expositions et l'offre muséale.</li> <li>Le fleuve Saint-Laurent comme élément historique et paysager.</li> </ul>	<ul> <li>La villégiature en milieu naturel.</li> <li>L'expérience vélo sous toutes ses formes (sur route, en piste cyclable, de montagne).</li> <li>Les produits de plein air hivernal.</li> <li>Les événements sportifs et plein air se déroulant en nature.</li> <li>Le fleuve Saint-Laurent comme support d'activités plein air.</li> <li>La randonnée pédestre.</li> <li>L'observation et l'interprétation de la nature.</li> <li>Les activités nautiques non motorisées.</li> </ul>	<ul> <li>Le regroupement Portneuf, Culture de saveurs.</li> <li>La démarche Québec, région gourmande.</li> <li>La création de pôles gourmands et de circuits agrotouristiques.</li> <li>Les marchés publics et les événements gourmands.</li> <li>Les visites à la ferme.</li> <li>L'autocueillette.</li> <li>Les détaillants, restaurants et évènements offrant et/ou utilisant des produits locaux.</li> </ul>

# VISION ET ORIENTATIONS STRATÉGIQUES



## **PLAN D'ACTION**

# Orientation stratégique 1 : Amélioration de l'expérience touristique (accueil, information, accessibilité)

- Adapter le site Web de Tourisme Portneuf pour le rendre plus accessible, favoriser la découverte d'autres produits et services et rendre la navigation plus instinctive.
- Réaliser et maintenir des outils imprimés (carte vélo, magazine touristique, etc.).
- Créer un poste d'agent d'accueil et d'information touristique « mobile » pour informer les visiteurs et promouvoir la région pendant la saison estivale.
- Élaborer des itinéraires pour plusieurs types de clientèles (visiteurs individuels et visiteurs en autobus).
- Offrir de la formation aux établissements touristiques sur le service à la clientèle touristique et l'expérience visiteur.
- Sensibiliser les intervenants à la signalisation touristique sur le territoire.
- Choisir certains établissements distinctifs de la région pour faire évaluer, par une firme externe, l'expérience offerte et obtenir des conseils d'amélioration sur la notion d'expérience.
- Évaluer et mettre sur pied un service de navette nature au départ de la Ville de Québec vers les principaux pôles plein air du territoire.

# Orientation stratégique 2 : Renforcement des partenariats et de la concertation

- Tenir annuellement un rendez-vous de l'industrie touristique portneuvoise.
- ⇒ Élaborer des forfaits entre les produits d'appel et les produits secondaires selon des thématiques pour la clientèle.
- Soutenir et conseiller les établissements touristiques désirant réaliser des partenariats créatifs et innovants.
- Créer des groupes de réseautage selon les intérêts de développement des établissements.

# Orientation stratégique 3 : Augmentation de l'achalandage et de la durée des visites et séjours dans le territoire

- Élaborer et mettre en œuvre un plan de communication et marketing.
- Créer une nouvelle campagne promotionnelle qui aura pour objectif de faire connaître la région de Portneuf auprès des clientèles cibles.
- Assurer une meilleure représentation des circuits auprès des tours opérateurs.
- Offrir des formations sur différentes stratégies numériques (réseaux sociaux, création et maintien de sites Web, etc.) en tenant compte des besoins des intervenants.
- Accompagner certains établissements ciblés pour concevoir, adapter et promouvoir des produits et services destinés à une clientèle familiale.
- Identifier les salons touristiques les plus profitables pour Tourisme Portneuf et y assurer une représentation de la région.
- Développer des techniques de marketing de proximité (publicités géolocalisées) pour toucher des prospects ou visiteurs situés à proximité d'un établissement touristique d'importance de la région.

# Orientation stratégique 4 : Implantation d'une stratégie pour la cueillette de données sur les visiteurs

- Conscientiser les établissements touristiques sur l'importance de la cueillette de données.
- Cibler des indicateurs de base et établir un mécanisme pour recueillir des données auprès des établissements touristiques du territoire.

# Orientation stratégique 5 : Amélioration de la consommation locale des établissements touristiques et des habitants

- Conscientiser les établissements hôteliers et les restaurateurs de la région à l'importance de la consommation locale et en faire la promotion, en collaboration avec les établissements d'agrotourisme/gourmands.
- Conscientiser la population et les intervenants touristiques sur l'importance de la consommation locale (produits et services) et de sa promotion.
- Offrir de la formation sur les nouvelles tendances de développement durable touristique et leurs applications en établissement.
- Développer un outil d'information pour les établissements touristiques dans le but de les guider dans l'intégration de pratiques durables dans leurs entreprises.

# MISE EN ŒUVRE ET SUIVI

En tant que mandataire de la promotion et du développement touristiques du territoire, la MRC de Portneuf est l'acteur responsable de la mise en œuvre de la Stratégie de développement touristique 2020-2024. Elle verra donc à s'assurer de sa mise en œuvre, de son suivi et de l'évaluation des actions prévues.

Une des conditions de succès est l'appropriation par les membres et partenaires de cette stratégie de développement pour le territoire. La MRC mettra donc à contribution les structures déjà en place dans le milieu pour veiller à la mise en œuvre et au suivi. La coordination sera effectuée par des ressources internes du Service de développement économique et du Service de l'administration (communications) de la MRC. Le comité consultatif en tourisme agira comme comité de suivi de la stratégie. De plus, les intervenants touristiques du territoire et différents partenaires (municipalités, chambres de commerce, OTQ, Secrétariat à la Capitale-Nationale, ministère du Tourisme, etc.) seront sollicités afin d'optimiser la réalisation des actions ciblées.

Cette stratégie établit le plan de match et les priorités pour les cinq prochaines années pour assurer le développement et la promotion touristiques du territoire portneuvois. Elle évoluera assurément en cours de route pour s'adapter à de nouvelles réalités et tendances qui pourraient se présenter dans l'environnement touristique régional et provincial. Enfin, des mécanismes seront mis en place pour faire connaître la stratégie, pour faire état de l'avancement de sa mise en œuvre et pour outiller la MRC dans la réalisation optimale de ce plan.

La MRC de Portneuf et ses partenaires poursuivront donc les efforts des dernières années pour faire en sorte que le territoire portneuvois tende à être reconnu à sa juste valeur comme destination touristique incontournable offrant des expériences diversifiées et un accueil incomparable des visiteurs.



