

TOURISME DES MOULINS : UN JOUEUR CLÉ DANS LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE, L'ACCUEIL ET LA PROMOTION DE LA MRC LES MOULINS

En 2012, Tourisme des Moulins a commandé à la firme IBI/DAA une importante étude qui s'avéra être à l'origine d'un point tournant pour l'organisme, soit le *plan stratégique de développement de l'offre touristique pour la MRC Les Moulins*.

Ce dernier plan entraîna de nombreuses réflexions par rapport au rôle que Tourisme des Moulins devait jouer dans le développement de l'offre touristique. La firme a donc pris soin d'analyser les différents modèles de corporations touristiques présents au Québec afin de nous proposer le meilleur modèle pour notre MRC.

Une restructuration des postes de l'organisme fut donc proposée par cette firme afin que la direction générale puisse consacrer la majeure partie de

son temps au développement de l'offre. Le volet de développement touristique était presque inexistant avant ce nouvel organigramme. Le modèle proposé par la firme suggérait également l'ajout d'un poste permanent de coordonnatrice marketing, promotions et communications, étant donné que la promotion de la région est l'une de nos raisons d'être, ainsi qu'un poste d'adjointe administrative à temps partiel. Nous comptons actuellement 4 employées à temps plein et une à temps

partiel, sans compter les 2 employés étudiants en saison estivale qui sont entièrement subventionnés par un programme fédéral.

Depuis l'instauration de ce nouvel organigramme, Tourisme des Moulins peut enfin être plus qu'un simple gestionnaire d'un bureau d'information touristique, mais aussi un joueur clé dans le développement touristique et la promotion de la MRC Les Moulins.

MISSION

Accueillir les visiteurs, développer et promouvoir les attraits et services touristiques de la MRC Les Moulins au bénéfice de la communauté et des partenaires d'affaires.

VISION

- Devenir le chef de file en tourisme dans la MRC Les Moulins;
- Devenir une MRC qui se démarque par sa richesse patrimoniale et culturelle ainsi que par la qualité de ses infrastructures et services;
- Devenir une MRC convoitée par l'originalité des expériences variées proposées s'adressant à tous types de clientèles, procurant ainsi diverses occasions d'excursions et de courts séjours;
- Devenir un incontournable en tourisme sportif grâce aux infrastructures mises en place.

43 \$M

de retombées économiques en 2015

5 employées + **2** emplois pour étudiants

123 entreprises touristiques membres

18 administrateurs bénévoles

7 % d'augmentation de

l'achalandage dans les lieux d'accueil depuis 2011

388 315 \$ en retombées médiatiques en 2014, soit une

augmentation de **51%** depuis 2011

LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Au cours des trois dernières années, Tourisme des Moulins a pu se consacrer davantage au développement de l'offre touristique, notamment par la mise en place du Fonds de développement touristique de Tourisme des Moulins (FDT-TDM), par la réalisation de plans de développement et de projets novateurs et par la participation à plusieurs comités régionaux.

REPRÉSENTATIONS DE TOURISME DES MOULINS

Afin de défendre les intérêts de la MRC Les Moulins, Tourisme des Moulins a siégé sur différents comités régionaux au cours des dernières années :

- Comité des organisations locales en tourisme de la Fédération Québécoise des Organisations Locales en tourisme (FQOLT)
- Comité vélo Lanaudière
- Comité promoteur du Vieux-Terrebonne (projet de SDC)
- Comité plan d'action 2012-2020 de Tourisme Lanaudière
- Comité des Chemins de campagne de Lanaudière
- Comité des gestionnaires de lieux d'accueil de Lanaudière
- Comité de développement du noyau villageois de Mascouche
- Ateliers de planification du pôle multifonctionnel Mascouche
- Table d'orientation de Tourisme Lanaudière
- Table de concertation sur le tourisme culturel (TAC TOC)
- Comité de notoriété de Tourisme Lanaudière
- Table d'échange en expertises touristiques de Lanaudière

FONDS DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE TOURISME DES MOULINS (FDT-TDM)

- ❖ **2013 : Création du FDT-TDM pour soutenir des projets novateurs et structurants dans la MRC.**
- ❖ **2014 : Obtention d'un financement récurrent** de 10 000 \$ / année provenant de RINOX.
- ❖ **Au total c'est 5 nouveaux projets touristiques qui verront le jour en 2015**, en partie grâce à ce coup de pouce monétaire de Tourisme des Moulins. Les entreprises subventionnées sont :
 - Le Jardin Moore (10 000 \$) pour un projet de mise en place d'un centre d'interprétation sur les méthodes et les pratiques d'horticulture durable
 - La SODECT (10 000 \$) avec un projet d'exposition permanente extérieure, consacrée à la richesse du patrimoine naturel de l'Île-des-Moulins
 - Le Théâtre [acàc] à Mascouche (9 000 \$) pour sa nouvelle formule de théâtre d'été interactif et dynamique pour les familles
 - La SODAM (5 000 \$) pour l'application mobile *BaladoDécouverte* au cœur du noyau villageois
 - Le Défi Danse Mascouche (6 000 \$) afin de prolonger l'événement sur 2 jours. Cela augmentera les nuitées dans la MRC pour les juges et danseurs qui proviennent du Canada et des États-Unis, incitant ainsi les touristes à consommer davantage dans les entreprises locales.

PROJETS DE DÉVELOPPEMENT

Les principales réalisations au cours des trois dernières années sont les suivantes :

- ❖ **Réalisation d'une étude sur les retombées économiques**
(*Raymond Chabot Grant Thornton*)
Révélant que les retombées économiques du tourisme dans la MRC Les Moulins seront de l'ordre de **43 001 000 \$ en 2015** et que le nombre d'emplois créés par les retombées économiques sera de **1 200 emplois**.
- ❖ **Réalisation d'une étude de faisabilité pour la venue d'un centre de congrès**
(*Zins Beauchesne et associés*)
Démontrant que malgré certaines contraintes, la MRC Les Moulins dispose de potentiels indéniables au niveau du tourisme d'affaires, l'étude a identifié une opportunité pour un centre multivocationnel/multifonctionnel pouvant accueillir de 300 à 1000 personnes. C'est avec fierté qu'en 2014, Tourisme des Moulins constatait que les résultats de l'étude ont été évalués par les élus et menés à l'inauguration officielle du **Centre Expo Terrebonne**.
- ❖ **Réalisation d'une étude sur les événements**
Les résultats seront dévoilés en décembre 2014.
- ❖ **Développement de plusieurs forfaits**
- ❖ **Création d'un calendrier-réseau**
Rassemblant les événements majeurs de façon à éviter les conflits d'horaire avec d'autres événements de la MRC et ainsi assurer une couverture de presse et un nombre plus élevé de participants dans les événements de chacun.
- ❖ **Projet culturel : obtention d'un financement de 75 000\$**
Provenant de la CRÉ Lanaudière, via la Table de concertation en tourisme culturel (TACTOC), pour la création d'un circuit portant sur le tourisme culturel et religieux. Tourisme des Moulins siège sur cette table et s'assure de veiller aux intérêts de la MRC les Moulins.
- ❖ **Reconnaissance de la TransTerrebonne en Route Verte**
La Ville de Terrebonne et Tourisme des Moulins ont entrepris des démarches en 2013 afin de faire reconnaître la TransTerrebonne comme partie intégrante du réseau cyclable de la Route Verte. Dans ce but, une résolution a été entérinée par le Comité exécutif de la Ville de Terrebonne et cette dernière a été transmise au Ministère du Transport du Québec afin de démontrer l'intérêt de la Ville à être ciblée dans les prochains développements de cette populaire route touristique.
- ❖ **Intégration de la MRC Les Moulins sur la route accessible de KÉROUL (visiteurs à mobilité réduite)**
- ❖ **Planification d'un projet de panneaux culturels et touristiques**
Ce projet fut élaboré en collaboration avec la SODECT, la Ville de Terrebonne et la Société d'histoire de la région de Terrebonne. « *Un livre à ciel ouvert* » dans le Vieux-Terrebonne (*projet en attente de financement*)
- ❖ **Véloroute des Moulins**
Création de la « Véloroute des Moulins » en collaboration avec les deux municipalités. Une revitalisation de cette Véloroute est entamée et prévue pour 2015.
- ❖ **Tournées moulinoises et tournées lanaudoises**
Organisation de circuits touristiques (90 participants par année)
- ❖ **Rallyes**
Conception de rallyes à travers différents secteurs commerciaux de la MRC afin d'inciter les visiteurs à consommer dans les entreprises de la MRC

PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE (2015-2017)

Le nouveau plan de développement triennal prévoit quant à lui les actions suivantes :

- ❖ Présentation aux principaux partenaires les résultats de l'étude portant sur les événements (et projets multimédias) afin de susciter le développement d'événements dans la MRC;
- ❖ Création d'une stratégie de promotion visant la proximité de la région métropolitaine de Montréal;
- ❖ Création de nouveaux forfaits;
- ❖ Réalisation et promotion d'un nouveau circuit de la Route bleue en canots/kayaks portant sur des thèmes précis (observation d'oiseaux, histoire des voyageurs, patrimoine, pêche, etc.);
- ❖ Création de circuits ou rallyes disponibles sur application mobile;
- ❖ Collaboration dans la création de nouveaux événements;
- ❖ Coordination dans le cadre d'une planification régionale du réseau cyclable (interconnexion des tracés cyclables dans la MRC);
- ❖ Livraison du circuit portant sur le tourisme culturel religieux en 2015;
- ❖ Célébration des 30 ans de Tourisme des Moulins;
- ❖ Positionnement de la MRC dans l'offre de groupe et corporative : développer l'offre, la documenter et la rendre disponible sur une brochure électronique;
- ❖ Développement de partenariats et démarchage avec certains organisateurs de groupes afin d'attirer des groupes chez les entreprises de la MRC;
- ❖ Création si possible d'escapades en train avec départ à la nouvelle gare de Mascouche;
- ❖ Formation du personnel des entreprises touristiques qui accueillent plusieurs visiteurs, sur les produits distinctifs de la MRC afin de mieux promouvoir la région;
- ❖ Organisation d'un forum touristique des acteurs touristiques de la MRC.



NOUVEAU CIRCUIT CULTUREL



TOURISME D'AFFAIRES ET DE GROUPES



INTERCONNEXION DU RÉSEAU CYCLABLE

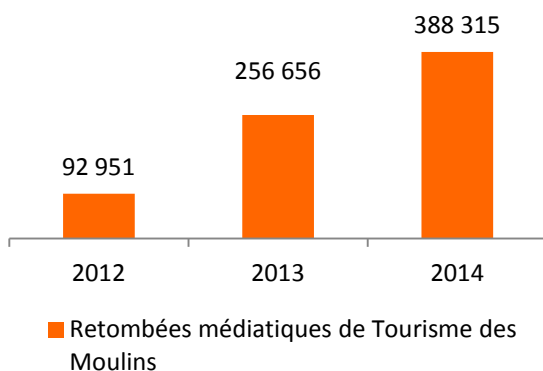
LES PROJETS DE COMMUNICATION ET MARKETING

Au cours des trois dernières années, Tourisme des Moulins a mené à terme plusieurs projets de communication afin de développer de nouveaux outils et d'être plus performant. Voici en rafale, les actions de communication et de marketing des dernières années :

- **Carte géopicturale** affichant les différents attraits touristiques
- **Nouveau site Internet** suivant les dernières tendances et optimisé pour les mobiles
- Réalisation de **7 vidéos promotionnelles** de la région
- Création d'une **infolettre touristique** (environ 2200 abonnés à ce jour)
- Création d'une **banque de nouvelles photos** par un photographe professionnel
- Création du **blogue** de Tourisme des Moulins (50 billets publiés à ce jour)
- Conception d'un plan de contenu pour **6 plateformes sociales** (Youtube, Pinterest, Google+, Instagram, Facebook, Twitter)
- Développement des **relations de presse** et mesure des retombées
- Sensibilisation des résidents au tourisme dans leur ville via les articles dans La Revue
- Organisation d'une **tournée de presse** dans le Vieux-Terrebonne en collaboration avec Tourisme Québec/Tourisme Lanaudière
- Campagnes publicitaires en **partenariat** avec certains membres de la région dans le VOIR, Rythme FM, Journal de Montréal, La Presse touristique, etc.
- Optimisation du site Internet
- Participation à une campagne de 30 000 \$ pour la **promotion des 3 centres-villes** de Lanaudière (Vieux-Terrebonne, Joliette et l'Assomption)
- Début de positionnement en tourisme d'affaires et de groupes
- Évolution du guide touristique annuel de la MRC, imprimé en 35 000 copies en moyenne et distribué dans plus de 200 points de distribution à travers le Québec

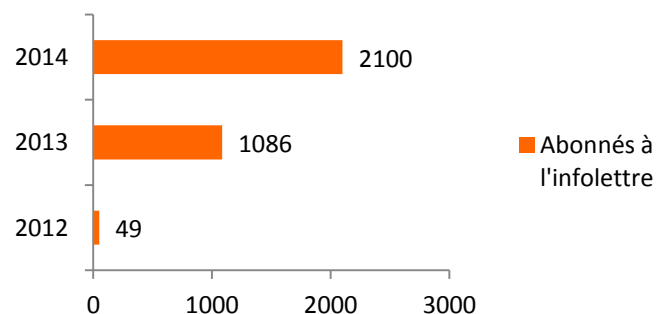
RETOMBÉES MÉDIATIQUES

Depuis 2012, Tourisme des Moulins mesure ses retombées médiatiques.



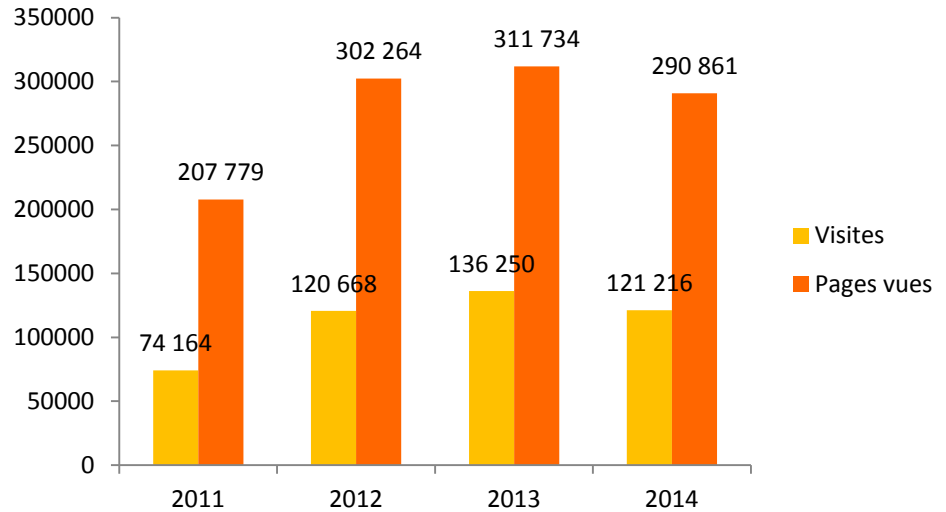
INFOLETTRE

Depuis 2012, Tourisme des Moulins possède une base de données d'abonnés pour son infolettre touristique.



SITE INTERNET

En 2014, Tourisme des Moulins a procédé à la refonte de son site Internet. **Point de convergence de toutes les actions de communication**, le nouveau site Internet de Tourisme des Moulins présente maintenant une allure plus actuelle, des nouvelles fonctionnalités et du nouveau contenu détaillé pour les groupes, les médias et les événements d'affaires ou privés.



*En date du 30 novembre 2014

PLAN DE COMMUNICATION 2015-2017

Le nouveau plan de communication 2015-2017 prévoit quant à lui l'ajout de la promotion du tourisme hivernal et d'affaires, ainsi qu'un début de positionnement dans le tourisme sportif et de groupe. Le nouveau site Internet sera donc alimenté de nouveau contenu propre aux nouveaux marchés. Le plan prévoit aussi structurer l'offre touristique par des thématiques originales en regroupant des produits touristiques connexes afin de renforcer l'offre et créer un effet de nouveauté pour les journalistes. Tourisme des Moulins compte également poursuivre sa stratégie de contenu avec la production de photos, vidéos touristiques, infolettres et prévoit un nouveau plan de contenu pour son blogue et ses 6 plateformes de médias sociaux. L'organisme dynamisera sa présence dans les événements et festivals pour ses actions de commercialisations et ajoutera des actions de fidélisation pour ses visiteurs et membres. Un concours photo sera au cœur d'une stratégie de communication visant à faire des résidents de la MRC des ambassadeurs de la MRC. Finalement, un plan d'action des célébrations du trentième anniversaire de Tourisme des Moulins s'annexera au plan de communication triennal.

Placements médias de la région dans les dernières années

- ❖ Guide des vacances au Québec
- ❖ La Presse, La Presse +
- ❖ Journal de Montréal
- ❖ VOIR Grand Montréal
- ❖ QuébecVacances.com
- ❖ Carte géopicturale de Laval
- ❖ Journal La Revue
- ❖ Le Trait d'Union
- ❖ Panneaux d'autoroutes géants situés à Montréal
- ❖ Différents sites web comme Tourisme Lanaudière, RecettesduQuébec.qc.ca, etc.
- ❖ Différents kiosques de Tourisme des Moulins dans les salons et événements locaux et régionaux afin de promouvoir les attraits, événements et entreprises de la MRC
- ❖ Journal Le Vaillant
- ❖ Courrier Laval
- ❖ L'Hebdo Rive-Nord
- ❖ Revue Espace
- ❖ Carte des Chemins de campagne
- ❖ Guide touristique de Tourisme Lanaudière
- ❖ Magazine Notre Québec
- ❖ Québec Authentique
- ❖ Brochure Idées vacances
- ❖ M103.5

ACCUEIL

INFORMATION TOURISTIQUE

Tourisme des Moulins et la Ville de Terrebonne ont procédé à l'implantation d'un kiosque d'information touristique saisonnier dans le Vieux-Terrebonne, une stratégie d'accueil visant à améliorer le service à la clientèle et à atteindre les visiteurs là où ils se trouvent, c'est-à-dire au cœur de notre produit d'appel.

ÉVOLUTION ANNUELLE DU NOMBRE DE PERSONNES AU BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE ET AU KIOSQUE DU VIEUX-TERREBONNE

ANNÉES	BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE	KIOSQUE DU VIEUX-TERREBONNE	TOTAL
2011	4 061	2 839	6 900
2012	3 414	3 553	6 967
2013	2 895	4 345	7 240
2014	2 518	4 886	7 404
TOTAL	12 888	15 623	28 511

FAITS SAILLANTS

STATISTIQUES 2011 À 2014

Depuis 2011, Tourisme des Moulins a donné des informations touristiques à plus de 28 000 personnes, soit 12 888 personnes au Bureau d'information touristique et 15 623 personnes au Kiosque du Vieux-Terrebonne, ouvert uniquement deux mois par année. Globalement, nous avons accueilli 6 900 personnes en 2011, 6 967 en 2012, 7 240 en 2013 et 7 404 en 2014 (jusqu'à novembre 2014), ce qui représente une **évolution totale de près de 7 % en 4 ans**.

Les visiteurs des 4 dernières années provenaient des régions de Montréal (16 %), Lanaudière (excluant la MRC Les Moulins (15 %), Laval (10 %), Laurentides (10 %) et de la Montérégie (5 %) et 31 % des visiteurs étaient des résidents de la MRC Les Moulins. C'est aussi 13% des visiteurs qui provenaient de régions plus éloignées, dont 5 % de l'extérieur du Québec.

Les informations les plus demandées concernaient les événements (22 %), le vélo (11 %), les indications routières (11 %), le plein air (11 %), et la culture/patrimoine (11 %). Par ailleurs, 40 % des demandes ciblaient spécifiquement la MRC Les Moulins.

