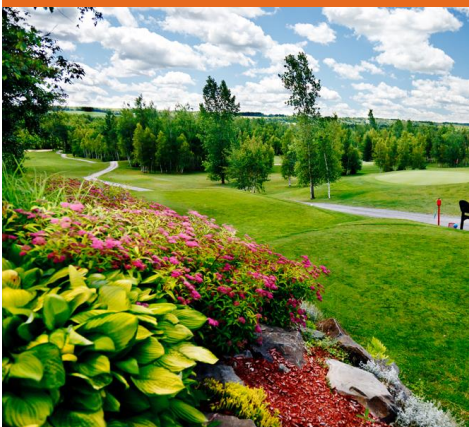


STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION 2017-2018

MISE EN CONTEXTE

La mise en valeur de l'évolution des équipements et des actions touristiques des dernières années, le développement fusionné et harmonieux des secteurs touristique et culturel de la région de L'Érable, la concurrence accrue des autres régions ou destinations ainsi que l'explosion des nouvelles technologies seront au cœur des préoccupations qui animeront les futures actions de commercialisation touristique.



PRINCIPAUX CONSTATS RÉGIONAUX

Les diminutions de ressources financières en développement du territoire des dernières années obligent tous les secteurs à optimiser leurs actions et à développer de nouvelles stratégies et partenariats.

La région de L'Érable n'est pas naturellement considérée comme une destination touristique.

Le plein air, la culture et l'agrotourisme présentent un fort potentiel et disposent d'atouts distinctifs (bronze, érable, Fromagerie du Rang 9, parc des Grandes-Coulées, Randonnée Micklà, circuit éolien).

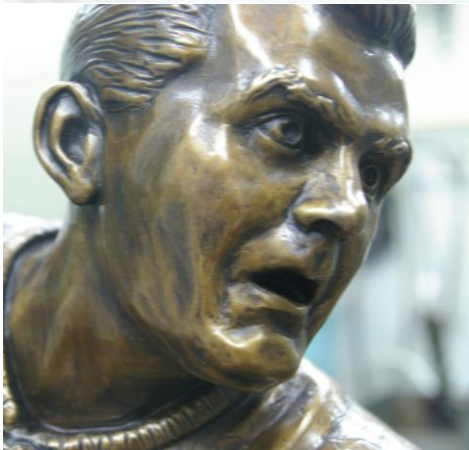
Le Manoir du lac William a un effet de «locomotive» touristique régionale.

Peu d'hébergements sont membres de L'Érable TOURISME et CULTURE. Ce secteur est donc sous-représenté dans la promotion régionale.

La région s'est dotée d'un énoncé de positionnement régional : «On cultive votre goût de L'Érable».

ENJEUX STRATÉGIQUES DE COMMERCIALISATION

- * Se démarquer des autres régions du Québec.
- * S'adapter aux nouvelles réalités média et aller au-delà des nouvelles tendances.
- * Maintenir une cohésion et une participation des membres dans les campagnes.
- * Promouvoir les actifs ayant une forte valeur distinctive et attrayante : plein air, éoliennes, agrotourisme et tourisme gourmand, érable à l'année.
- * Mobiliser les promoteurs touristiques pour la promotion conjointe.
- * Promouvoir l'offre de groupe.
- * Promouvoir des forfaits distinctifs et attrayants.



ÉNONCÉ DE VISION

L'énoncé de vision est en quelque sorte une ambition pour l'avenir. Elle indique une direction où l'on désire aller à long terme, un «futur désirable».

La région de L'Érable est une destination touristique en émergence. Elle est reconnue pour ses activités plein air, la beauté de ses paysages, la richesse de son terroir, la diversité de son offre en art et culture et la qualité de son accueil. Elle mise sur des expériences distinctives et identitaires.

OBJECTIF GÉNÉRAL

Augmenter la renommée et l'achalandage de la région de L'Érable .

OBJECTIFS DE COMMERCIALISATION

1. Faire rayonner «nos produits identitaires».
2. Utiliser le pouvoir d'achat en promotion du Manoir du lac comme moteur de la promotion régionale et appuyer ses efforts de promotion.
3. Mettre en commun les efforts de commercialisation des partenaires touristiques pour rayonner davantage.
4. Faire preuve de créativité et d'audace dans les stratégies de commercialization.
5. Utiliser la Maison créative et rurale comme fer de lance de la stratégie d'accueil des visiteurs sur le territoire.
6. Mettre en œuvre une campagne de promotion Internet.
7. Augmenter le temps de séjour des visiteurs par la forfaitisation.
8. Augmenter le nombre de visites de groupes.