

PLANIFICATION STRATÉGIQUE 2025-2029



MISSION

Contribuer de manière harmonieuse au développement et à la mise en valeur de l'offre touristique mauricienne, tout en agissant à titre de rassembleur et de catalyseur auprès des diverses parties prenantes.

VISION DE LA DESTINATION

Destination profondément quatre saisons, la Mauricie est reconnue pour la richesse, l'effervescence et l'innovation de son offre nature, gourmande et culturelle, et ce, dans le respect de sa population, de son identité et de son environnement.

VISION DE L'ORGANISATION

Forte de son leadership régional affirmé, Tourisme Mauricie est reconnue comme une organisation inspirante, mobilisatrice et collaboratrice, pleinement engagée auprès de son écosystème.

VALEURS ORGANISATIONNELLES

Authenticité
Collaboration
Hospitalité
Innovation
Fierté régionale
Durabilité
Engagement envers nos membres

EN COLLABORATION AVEC



RÉALITÉ DE LA RÉGION

Tourisme Mauricie s'appuie sur un écosystème touristique dynamique, composé de plus de 470 membres répartis dans des secteurs complémentaires : 150 en hébergement, 81 en activités, 60 en restauration, 57 en agrotourisme, 42 musées et économusées, 39 festivals et événements, 25 entreprises de service, ainsi que 25 membres associés et en tourisme d'affaires.

Cette diversité d'acteurs, profondément enracinés dans le territoire, constitue une force collective pour bâtir une destination attrayante, durable et alignée sur les nouvelles attentes des visiteurs.

NOTRE POSITIONNEMENT DISTINCTIF

Le positionnement de la Mauricie s'articule désormais autour de trois pôles porteurs distinctifs : une nature vaste, variée et accessible, un patrimoine vibrant et vivant et une offre agrotouristique en plein essor.

AGROTOURISME

NATURE

CULTURE ET PATRIMOINE

CLIENTÈLE CIBLE MARKETING



Le Mauricien, fier citoyen touristique et ambassadeur de l'offre.

LE CITOYEN



Le voyageur au Québec, autant l'excursionniste à l'intérieur de sa région, que le voyageur potentiel de l'extérieur de la Mauricie.

LE VOYAGEUR



L'employé, comme ambassadeur de sa région, à la fois porteur d'une vision distinctive de la destination et porteur d'une culture organisationnelle forte.

L'EMPLOYÉ

NOS ORIENTATIONS STRATÉGIQUES & NOS AXES D'INTERVENTION

1 DES EXPÉRIENCES TOURISTIQUES STRUCTURÉES ET AFFIRMÉES

1. Faciliter le déploiement du tourisme lent en Mauricie
2. Encourager et structurer le développement d'expériences touristiques de plein air
3. Renforcer notre positionnement de destination gourmande, notamment en valorisant l'offre de comestibles forestiers
4. Vivifier la personnalité culturelle mauricienne, notamment en valorisant son patrimoine humain et historique
5. Guider les entreprises touristiques dans leurs efforts d'innovation et d'adaptation aux changements environnementaux, sociaux et économiques

2 DES RELATIONS À DYNAMISER ET À CRÉER AVEC LES ACTEURS TOURISTIQUES ET LES PARTENAIRES

6. Mobiliser les partenaires régionaux autour d'enjeux communs tout en clarifiant les responsabilités de chacun
7. Vivifier les relations de l'organisation avec ses membres et entre les membres eux-mêmes
8. Développer une offre de services alignée sur les réalités actuelles de nos membres et les futurs possibles du tourisme en Mauricie

3 L'APPORT DES MAURICIENS ET MAURICIENNES DANS LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE AU BÉNÉFICE DE LA DESTINATION

9. Engager les Mauriciens et Mauriciennes dans les réflexions du développement touristique et le déploiement du tourisme de demain
10. Mettre à contribution les Mauriciens et Mauriciennes dans les stratégies de communication et de promotion de la destination

4 LE DÉVELOPPEMENT D'UNE IDENTITÉ DISTINCTE ET NOVATRICE POUR LA MAURICIE

11. Façonner et mettre en relief l'identité touristique de la Mauricie en cohérence avec l'image de marque La Mauricie
12. Redéfinir les fondements stratégiques du volet accueil et harmoniser son déploiement sur la destination
13. Instaurer des principes de marketing durable dans les moyens de promotion de la destination

5 DES EXPERTS ET DES EXPERTISES CONSTITUANT LES PILIERS D'UNE ORGANISATION SOLIDE ET INITIATRICE

14. Favoriser le développement d'une équipe experte en tourisme, innovation et développement durable au service de l'industrie touristique
15. Renforcer le sentiment d'appartenance de l'équipe envers Tourisme Mauricie
16. Renforcer le sentiment d'appartenance de la gouvernance envers Tourisme Mauricie
17. Instaurer des processus organisationnels durables et innovants

6 UN LEADERSHIP ORGANISATIONNEL ASSUMÉ DANS L'ÉCOSYSTÈME TERRITORIAL

18. Définir le positionnement stratégique corporatif de Tourisme Mauricie et renforcer les communications corporatives
19. Accroître notre prise de position sur des projets structurants pour la Mauricie
20. Renforcer les connaissances stratégiques