

RAPPORT FINAL + PLAN D'ACTION



*Les Cœurs
villageois*



Saint-
Sylvestre

Les Cœurs villageois

CANTONS-DE-L'EST

Ici, on étire le temps



Le projet est soutenu financièrement par le gouvernement du Québec dans le cadre de Destination durable et action concertée, une mesure de soutien découlant du PEV 2030 et du Plan d'action pour un tourisme responsable et durable 2020-2025 (PATRD 2025). Le projet permet de valoriser et de préserver le patrimoine naturel et la vitalité culturelle grâce à une concertation accrue avec les communautés d'accueil, un objectif au cœur de cette mesure.



TABLER DES MATIÈRES

| | |
|--|----|
| 1. Avant-propos | 5 |
| 2. Mise en contexte | 6 |
| 3. Délimitation du cœur villageois | 8 |
| 4. Analyse des caractéristiques recherchées | 9 |
| Grille de critères | 9 |
| Expérience visiteur | 12 |
| Résumé | 13 |
| 5. Sens du lieu | 13 |
| 6. Plan d'action proposé | 14 |



Le présent document dévoile les résultats de la démarche de réflexion du comité de pilotage Cœur villageois de Saint-Sylvestre et propose un plan d'action visant à atteindre les caractéristiques établies pour qu'il soit reconnu comme un Cœur villageois.

Le comité de pilotage est composé de :

- ➔ Stéphanie Allard
- ➔ Carole Lehoux
- ➔ Véronique Bourgault
- ➔ Nancy Lehoux
- ➔ Valérie Bisson
- ➔ Line Nadeau
- ➔ Louise Breton
- ➔ Laurence Nadeau-Larochelle
- ➔ Raynald Champagne
- ➔ Jade Parent
- ➔ Éric Gobeil

Le comité était accompagné par **Géraldine Lansiaux**, consultante pour le projet Cœurs villageois chez Tourisme Cantons-de-l'Est.

Merci à **Pascale Lemay**, agente de développement touristique à la MRC de Lotbinière, pour son apport et son soutien durant le processus.

À terme, le projet vise à créer et à promouvoir un réseau de villages agissant à titre de pôles d'attraction et de services dans une expérience de séjours touristiques authentiques.





En 2015, Tourisme Cantons-de-l'Est (TCE) a démarré le projet des Cœurs villageois sur son territoire.

Tourisme

CANTONS-DE-L'EST

UNE CERTIFICATION TOURISTIQUE UNIQUE EN SON GENRE AU CANADA

Le réseau des Cœurs villageois a pour but de dynamiser les communautés tout en mettant en valeur leurs singularités et les particularités de leur patrimoine.

Au niveau local, la démarche structurée est accomplie par un comité qui inclut des citoyens. Le citoyen et la communauté, ainsi que le cœur du village et ses environs, deviennent les attraits incontournables au centre de l'expérience touristique des visiteurs.

La dénomination de Cœur villageois est par ailleurs portée par les gens qui y vivent et qui ont œuvré afin de satisfaire les critères liés à cette reconnaissance. L'objectif est de les accompagner à travers une démarche structurée afin de développer harmonieusement leur milieu de vie, en accentuant leur attractivité touristique tout en conservant leur personnalité et leurs caractéristiques propres.

- Promotion de l'histoire et des savoir-faire
- Mise en valeur des produits locaux
- Accueil chaleureux
- Création de moments de rencontre entre le visiteur et les résidents
- Milieu dynamique et animé

LES RETOMBÉES DES CŒURS VILLAGEOIS VONT BIEN AU-DELÀ DU TOURISME

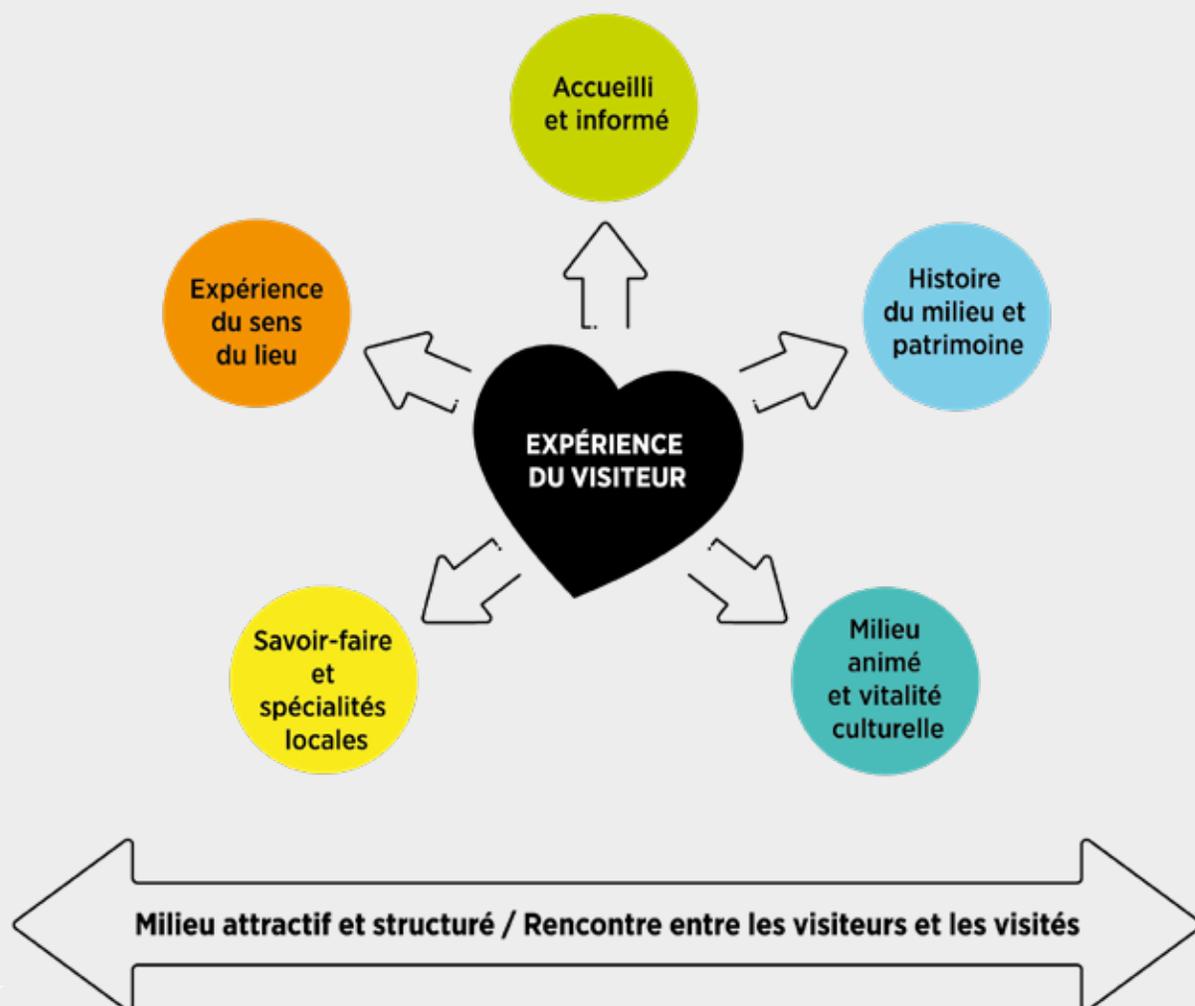
- Mobilisation de la communauté, fierté des résidents, vitalité économique, animation et revitalisation, maintien et essor des commerces ainsi que des services et attractivité territoriale.
- Le projet permet en outre aux municipalités de ne pas être uniquement touristiques par défaut, mais bien d'en faire un choix stratégique de développement durable et d'y consentir les efforts requis.

Dans les Cantons-de-l'Est, 12 villages ont actuellement cette accréditation.

Ci-dessous, vous retrouvez le résumé de l'expérience que l'on veut faire vivre aux visiteurs quand ils arrivent dans un Cœur villageois. De façon transversale se positionnent la rencontre entre le visiteur et le visité et la proposition d'un milieu attractif et structuré. L'évaluation de la municipalité pour obtenir et maintenir l'accréditation se fait à travers ces critères, en plus de soutenir un comité local composé d'une majorité de citoyens.

L'EXPÉRIENCE DISTINCTIVE DES VISITEURS

dans les Cœurs villageois



Source du graphique : Tourisme Cantons-de-l'Est

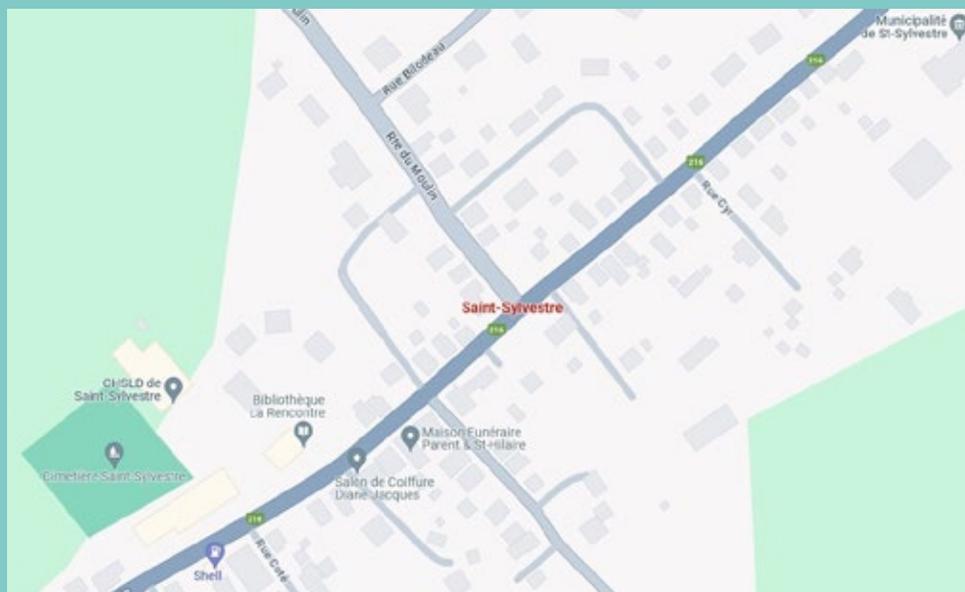
3

DÉLIMITATION DU CŒUR VILLAGEOIS

La délimitation du cœur villageois doit permettre un parcours piétonnier sur l'ensemble du territoire défini et présenter une masse critique de points d'intérêt pour la clientèle touristique. Le cœur villageois offre une vitrine de la destination et incite les visiteurs à converger vers sa place publique, lieu également fréquenté par les résidents. C'est là qu'on doit sentir battre le cœur de la municipalité.

Le cœur villageois de Saint-Sylvestre s'étend le long de la rue Principale (route 216) entre le presbytère et le secteur du parc des loisirs.

À noter qu'entre la rue Saint-Hilaire et le parc des loisirs, il existe un certain « vide » quant à ce qui pourrait susciter l'intérêt d'un visiteur. Il est recommandé de se concentrer d'abord sur la partie entre le presbytère et la rue Saint-Hilaire et, dans une deuxième phase, de poursuivre les efforts vers le secteur des loisirs.



4

ANALYSE DES CARACTÉRISTIQUES RECHERCHÉES

GRILLE DE CRITÈRES

Le concept de cœur villageois vise à atteindre 46 caractéristiques regroupées sous sept thématiques différentes. Les caractéristiques représentent les atouts, les aménagements et les services à fournir aux clientèles touristiques pour répondre adéquatement à leurs attentes et viser une expérience touristique mémorable. Saint-Sylvestre possède actuellement 10 des caractéristiques recherchées.

Au vu de l'analyse de ces critères, la municipalité devra démontrer qu'elle possède la volonté et les ressources nécessaires pour la mise en œuvre de ces actions. Des comités pourraient venir soutenir la municipalité dans le déploiement et la bonification des actions.

Aussi, la municipalité devra s'assurer de la coopération et du soutien des instances touristiques locales et régionales.

Enfin, il est recommandé à la municipalité de se concentrer d'abord sur les caractéristiques « **obligatoires** » (**en gras**), puis de voir à celles dites facultatives.



CARACTÉRISTIQUES PRÉSENTES

CARACTÉRISTIQUES ABSENTES

CARACTÉRISTIQUES À AMÉLIORER

VOLONTÉ POLITIQUE

41- Participation active à la concertation régionale

42- Structure d'implication citoyenne

40- Orientation municipale affichée à l'égard du tourisme

EXPÉRIENCE VISITEUR

ACCUEILLI ET INFORMÉ

11- Aires de stationnement

17- Milieu agricole compatible

5- Classification minimale de trois Fleurons du Québec

6- Adhésion à une politique de protection des paysages

10- Mobilier urbain pour la détente

12- Éclairage d'ambiance

14- Circulation piétonnière sécuritaire et sans obstacle

34- Signalisation de direction

36- Stratégie d'accueil déployée (lieu, résidents ambassadeurs, commerçants, Internet de séjour, formation)

37- Accès wifi gratuit à Internet haute vitesse, avec présence du logo

38- Site web promotionnel

39- Toilettes publiques et points d'eau potable accessibles (accessibilité pour les personnes à mobilité réduite)

13- Bornes de recharge électrique

35- Signalisation d'information

45- Aménagement pour des clientèles spécifiques (cyclistes, motoneigistes, quadistes, etc.) en lien avec le point 43

Les caractéristique qui sont **obligatoires** dans le cadre du projet Cœurs villageois sont indiquées **en gras** dans le tableau. Celles en grasse maigre sont facultatives.

MISE EN VALEUR DE L'HISTOIRE ET DU PATRIMOINE

| | | |
|--|---|---|
| <p>25- Traces de l'histoire du village et de ses particularités</p> <hr/> <p>33- Présence de bénévoles en loisirs et en culture</p> | <p>8- L'entrée du CV marquée</p> <hr/> <p>32- Centres d'interprétation, musées</p> | <p>26- Circuit patrimonial</p> <hr/> <p>31- Outils d'interprétation (panneaux, équipements mobiles, réalité augmentée, activités d'animation, etc.)</p> |
|--|---|---|

MILIEU ANIMÉ ET VITALITÉ CULTURELLE

| | | |
|--|--|--|
| | <p>9- Place publique ponctuelle ou permanente</p> <hr/> <p>24- Politique municipale</p> <hr/> <p>29- Programmation culturelle (activités culturelles présentes)</p> | <p>27- Événements et fêtes</p> <hr/> <p>28- Activités culturelles de diffusion dans les lieux publics ou commerciaux</p> |
|--|--|--|

MISE EN VALEUR DES SAVOIR-FAIRE LOCAUX ET SPÉCIALITÉS

| | | |
|--|---|---|
| | <p>21- Hébergement touristique, distance à pied du cœur villageois</p> <hr/> <p>23- Cafés locaux</p> <hr/> <p>30- Ateliers d'artistes-artisans accessibles</p> | <p>19- Commerces offrant des produits régionaux</p> <hr/> <p>22- Restauration diversifiée</p> |
|--|---|---|

MILIEU ATTRACTIF ET STRUCTURÉ

| | | |
|---|---|---|
| <p>1- Paysage naturel distinctif qui vaut le déplacement : montagne, lac, chutes, etc.</p> <hr/> <p>15- Secteur économique autre que touristique</p> <hr/> <p>16- Présence d'une villégiature à proximité</p> <hr/> <p>20- Produits touristiques sur place ou en périphérie : nature-aventure, agrotourisme, tourisme hivernal</p> | <p>7- Patrimoine bâti de qualité</p> | <p>2- Espaces verts dans le cœur villageois</p> <hr/> <p>3- Accès aux caractéristiques distinctives pour la pratique d'activités</p> <hr/> <p>4- Aménagement permettant une percée visuelle sur un panorama à proximité du cœur du village</p> <hr/> <p>18- Commerces de proximité</p> <hr/> <p>43- Corridor de randonnée pédestre ou voies cyclables</p> <hr/> <p>44- Étape d'une route touristique signalisée ou étape d'un circuit reconnu par l'ATR ou la MRC</p> |
|---|---|---|

EXPÉRIENCE VISITEUR

En lien avec le visuel présenté en partie 2 de ce document.

Mesure : **Présent : 1** **À développer : 0** **À améliorer : 0,5**

ACCUEILLI ET INFORMÉ

Référence critères :
5, 6, 10 à 14, 17, 34 à 39 et 45

Mesure : **4 / 15**

MISE EN VALEUR DE L'HISTOIRE ET DU PATRIMOINE

Référence critères :
8, 25, 26, 31, 32, 33

Mesure : **3 / 6**

MILIEU ANIMÉ ET VITALITÉ CULTURELLE

Référence critères :
9, 24, 27, 28, 29

Mesure : **1 / 5**

MISE EN VALEUR DES SAVOIR-FAIRE LOCAUX ET SPÉCIALITÉS

Référence critères :
19, 21, 22, 23, 30

Mesure : **1 / 5**

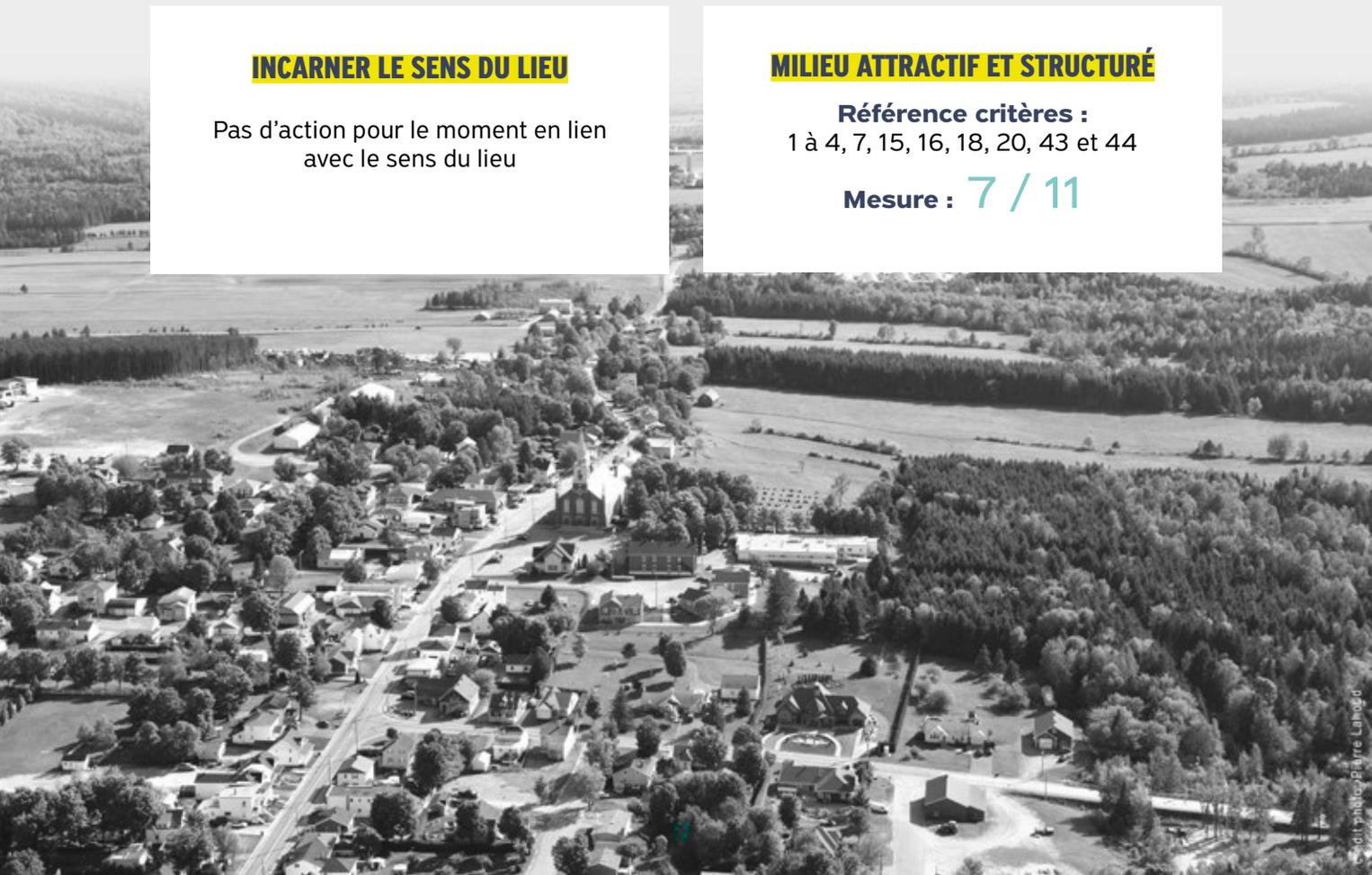
INCARNER LE SENS DU LIEU

Pas d'action pour le moment en lien avec le sens du lieu

MILIEU ATTRACTIF ET STRUCTURÉ

Référence critères :
1 à 4, 7, 15, 16, 18, 20, 43 et 44

Mesure : **7 / 11**



RÉSUMÉ

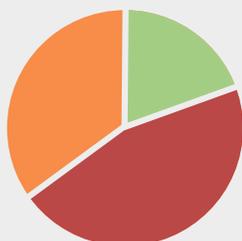
LÉGENDE :

CARACTÉRISTIQUES
PRÉSENTES

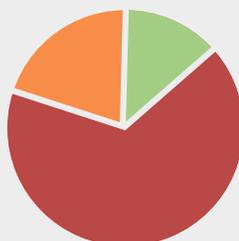
CARACTÉRISTIQUES
ABSENTES

CARACTÉRISTIQUES
À AMÉLIORER

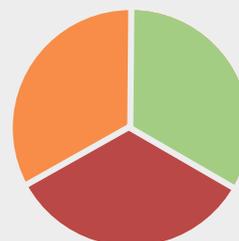
CARACTÉRISTIQUES



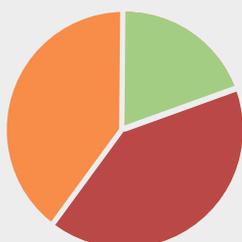
ACCUEIL ET
INFORMATION



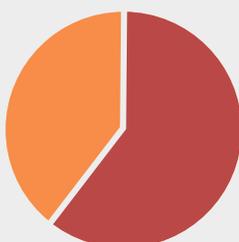
HISTOIRE ET
PATRIMOINE



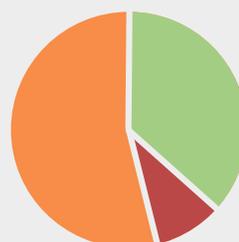
ANIMATION ET CULTURE



SAVOIR-FAIRE LOCAUX



MILIEU ATTRACTIF
ET STRUCTURE



5

SENS
DU LIEU

Le comité de pilotage a convenu que la personnalité touristique s'articule autour de la thématique suivante :

Les paysages

La municipalité a un riche patrimoine naturel. Les vallons dans lesquels elle est logée offrent des points de vue exceptionnels sur les montagnes et sur les éoliennes. De plus, l'acériculture est très présente à Saint-Sylvestre, ce qui en fait un lieu privilégié pour l'observation des couleurs d'automne, notamment.

Cette thématique doit se retrouver de façon transversale dans les actions de la municipalité : dans les animations, la mise en valeur de l'histoire, le mobilier urbain, les événements, etc.

6

PLAN D'ACTION PROPOSÉ

Le plan d'action de Cœur villageois cible quatre piliers d'intervention qui devront guider le conseil municipal et les partenaires. Ces piliers sont les suivants :

- 1 Développer/structurer une offre dans la partie « Cœurs villageois »
- 2 Déployer une stratégie d'accueil et d'information cohérente et proactive
- 3 Personnifier le sens du lieu à travers les différentes actions
- 4 Tisser des liens avec les attraits qui sont en périphérie du centre

L'enjeu de Saint-Sylvestre est de développer une offre dans le cœur du village afin d'attirer des visiteurs dans la municipalité. Plusieurs atouts naturels ou non sont présents autour du cœur du village. Il y a une stratégie à développer pour continuer de les faire connaître et attirer des visiteurs dans le centre de la municipalité. Des liens sont à tisser entre la partie « Cœur villageois » et « hors-Cœur villageois ». Il faudra faire attention à ne pas tout miser sur le mont Radar, l'attrait étant en périphérie de la municipalité. Par contre, il peut être un atout sérieux à mettre de l'avant, tout comme les paysages et les points de vue.

La municipalité devrait également saisir les opportunités offertes dans le cadre de ses travaux d'immobilisation ou d'entretien pour intégrer la vision de Cœur villageois et ainsi accélérer l'acquisition des caractéristiques manquantes.

Il est important de rappeler qu'en augmentant l'attractivité du milieu et les possibilités d'activités, on prolonge la durée du séjour dans le milieu et donc les retombées économiques.

LÉGENDE

CARACTÉRISTIQUES ABSENTES

CARACTÉRISTIQUES À AMÉLIORER

Note : nous ajoutons cette légende en lien avec le bailleur de fonds de la démarche, le Fonds d'action québécois pour le développement durable (FAQDD).

FAQDD 1 : mesure de réduction des GES / adaptation aux changements climatiques

FAQDD 2 : mesure de mise en valeur des paysages et de la culture

Les caractéristique qui sont obligatoires dans le cadre du projet Cœurs villageois sont indiquées en gras dans le tableau. Celles en grasse maigre sont facultatives.

CARACTÉRISTIQUES

OBJECTIFS ET ACTIONS SUGGÉRÉS

| | | |
|--|---|---|
| <p>2. Espaces verts dans le cœur villageois</p> | <p>Objectif : Avoir des espaces verts dans le cœur villageois pour se promener, s'arrêter ou encore pique-niquer</p> <p>Enjeu : Quelques espaces verts dont l'aménagement et la visibilité</p> | <p>Leader : municipalité</p> <p>Échéance : 2023-2025</p> |
| <p>3. Accès aux caractéristiques distinctives pour la pratique d'activités</p> | <p>Objectif : Pouvoir profiter de ces atouts naturels</p> <p>Enjeu : Le comité a soulevé le besoin d'aménager plus de sentiers pédestres</p> <p>Action : Créer un circuit piétonnier avec des aménagements qui mettent en valeur les points d'intérêt FAQDD 1</p> | <p>Leader : municipalité</p> <p>Échéance : 2023-2025</p> |
| <p>4. Aménagement permettant une percée visuelle sur un panorama à proximité du cœur du village</p> | <p>Objectif : Permettre une percée visuelle sur le paysage distinctif</p> <p>Enjeu : Le relief du village permet d'avoir des points de vue sans besoin de tour d'observation; par contre, il faut penser d'autres aménagements, ainsi que la mise en valeur et des indications</p> <p>Actions :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Prévoir des aires aménagées dans différents endroits avec une interprétation des paysages; améliorer la halte du pont couvert FAQDD 2 2. Demander une étude de caractérisation des paysages pour prioriser les lieux à mettre en valeur | <p>Leader : municipalité</p> <p>Échéance : 2023-2025</p> |
| <p>5. Classification minimale de trois Fleurons du Québec</p> | <p>Objectif : Embellir la municipalité</p> | |
| <p>6. Adhésion à une politique de protection des paysages</p> | <p>Objectif : Se positionner, en tant que municipalité, sur la protection des paysages qui sont un attrait naturel pour les visiteurs</p> | |
| <p>8. L'entrée du CV marquée</p> | <p>Objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> → Permettre aux visiteurs de reconnaître facilement l'entrée du CV → Inviter les visiteurs à passer dans le village → Incarner le sens du lieu | |
| <p>9. Place publique ponctuelle ou permanente</p> | <p>Objectif : Avoir un lieu animé de rassemblement et de rencontre entre les citoyens et les visiteurs</p> <p>Actions :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revitaliser la cour de l'église FAQDD 2 2. Développer des événements tout au long de l'année : fin de semaine de la messe des sucriers; festival du paysage, symposium, programmation estivale (chanson, théâtre d'été, humour, contes et légendes, association avec des organismes locaux) | <p>Leader : municipalité</p> <p>Alliés : organismes locaux, Fabrique, comité Cœur villageois</p> <p>Échéance : 2023-2025</p> |
| <p>10. Mobilier urbain pour la détente</p> | <p>Objectif : Offrir aux visiteurs les conditions propices à une promenade agréable</p> | |
| <p>11. Éclairage d'ambiance</p> | <p>Objectif : Offrir aux visiteurs les conditions propices à une promenade agréable</p> | |
| <p>13. Bornes de recharge électrique publiques</p> | <p>Objectif : Pour les visiteurs, avoir la possibilité de recharger leur véhicule électrique</p> <p>Enjeux : Les bornes ne figurent pas sur la plateforme Circuit électrique, qui est très utilisée; il n'y a pas de borne pour vélo</p> | |

CARACTÉRISTIQUES

OBJECTIFS ET ACTIONS SUGGÉRÉS

14. Circulation piétonnière sécuritaire et sans obstacle

Objectif : Permettre une promenade sécuritaire dans le Cœur villageois
Enjeu : Pas de trottoir

18. Commerces de proximité

Objectif : Offrir différents services aux visiteurs sur place
Enjeu : Le comité indique qu'il manque un café/lieu de rencontre et des lieux pour sortir le soir (il y a un potentiel avec les infrastructures existantes)
Action : Rester à l'affût des projets régionaux et aides financières qui favorisent l'implantation de ces commerces

Leader :
municipalité
Alliés :
MRC et autres institutions de développement local

Échéance :
En continu

19. Commerces offrant des produits régionaux

Objectif : Mettre de l'avant les produits régionaux afin de maximiser les retombées économiques dans les commerces locaux et faire connaître son terroir
Enjeu : Continuer la mobilisation/sensibilisation à cet objectif
Actions :

1. Présenter les producteurs locaux (photos et descriptions) et les afficher dans différents lieux de la municipalité (restaurant, dépanneur, etc.); avoir une page qui leur est dédiée sur le site Internet de la municipalité
2. Créer un visuel pour identifier les produits locaux à l'épicerie; faire un lien avec Goûtez Lotbinière
3. Mettre sur pied des événements ponctuels avec aménagement thématique qui mettent de l'avant les produits locaux
4. Créer une section « Tourisme » dans le site Internet de la municipalité avec la mise en valeur des producteurs locaux

Leader :
municipalité
Alliés :
producteurs locaux
MAPAQ, UPA, table agroalimentaire locale

Échéance :
2023-2025

21, 22, 23. Hébergements, restaurants et cafés

Objectifs : → Permettre aux visiteurs d'avoir une expérience plus complète et prolonger leur séjour
→ Développer des conditions gagnantes favorisant l'émergence d'une villégiature à proximité
Enjeu : Il y a certains établissements, mais l'offre manque de diversité
Action : Rester à l'affût des projets régionaux et aides financières qui favorisent l'implantation de ces commerces

Leader :
municipalité
Alliés :
MRC et autres institutions de développement local

Échéance :
En continu

24. Politique culturelle municipale

Objectifs : → Se donner une vision et un cadre d'action précis en matière de culture
→ Favoriser la concertation et le travail synergique de plusieurs groupes
→ Avoir accès à des aides financières ministérielles supplémentaires

26. Circuit (patrimonial ou touristique)

Objectifs : → Mettre en valeur l'histoire de la ville
→ Créer un produit touristique unique mettant en valeur l'histoire de la municipalité
Enjeux : Des circuits régionaux prévoient un arrêt dans la municipalité, mais il n'existe pas de circuit qui favoriserait la découverte de tout le village et prolongerait la visite; les circuits existants ne sont pas promus ni utilisés comme levier de développement/d'attractivité

CARACTÉRISTIQUES

OBJECTIFS ET ACTIONS SUGGÉRÉS

| | | |
|---|--|---|
| 27. Événements et fêtes | <p>Objectif : Offrir un milieu animé aux visiteurs</p> <p>Enjeu : Quelques événements existent, mais sont surtout pour la population; ils pourraient être bonifiés et certains pourraient faire le lien avec le sens du lieu et d'autres attraits naturels ou culturels</p> <p>Actions :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Revitaliser la cour de l'église pour en faire une place publique animée FAQDD 22. Développer dans la place publique des événements tout au long de l'année : fin de semaine de la messe des sucriers; festival du paysage, symposium, programmation estivale (chanson, théâtre d'été, humour, contes et légendes, association avec des organismes locaux) | <p>Leader : municipalité</p> <p>Alliés : organismes locaux, Fabrique, comité Cœur villageois</p> <p>Échéance : 2023-2025</p> |
| 28. Activités culturelles de diffusion dans les lieux publics ou commerciaux | <p>Objectif : Animer le Cœur villageois et faire vivre le sens du lieu</p> <p>Enjeu : Quelques activités existent, mais sont à bonifier et à développer dans la partie « cœur villageois »</p> <p>Actions :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Revitaliser la cour de l'église pour en faire une place publique animée FAQDD 22. Développer dans la place publique des événements tout au long de l'année : fin de semaine de la messe des sucriers; festival du paysage, symposium, programmation estivale (chanson, théâtre d'été, humour, contes et légendes, association avec des organismes locaux) | <p>Leader : municipalité</p> <p>Alliés : organismes locaux, Fabrique, comité Cœur villageois</p> <p>Échéance : 2023-2025</p> |
| 29. Programmation culturelle (activités culturelles présentes) | <p>Objectif : Offrir un milieu culturellement vivant aux visiteurs et aux citoyens</p> | |
| 30. Ateliers d'artistes-artistes accessibles | <p>Objectifs : → Mettre en valeur les artisans et artistes → Permettre aux visiteurs de faire des découvertes artistiques</p> | |
| 31. Outils d'interprétation | <p>Objectifs : → Mettre en valeur l'histoire de la municipalité → Permettre aux visiteurs de découvrir cette histoire</p> <p>Enjeux : Des projets régionaux prévoient arrêt dans la municipalité, mais il n'existe pas de projet local avec plusieurs arrêts qui proposerait un circuit à faire dans la municipalité; les circuits existants ne sont pas promus ni utilisés comme levier de développement/d'attractivité</p> | |
| 32. Centre d'interprétation - musée | <p>Objectifs : → Mettre en valeur l'histoire de la municipalité → Permettre aux visiteurs de découvrir cette histoire</p> | |
| 34-35. Signalisation d'information et de direction | <p>Objectifs : → Identifier rapidement les lieux stratégiques et le chemin pour s'y rendre → Favoriser le déplacement et leur découverte des différents attraits</p> <p>Action : Installer des affiches directionnelles extérieures pour indiquer les différents attraits, avec la distance en kilomètres</p> | <p>Leader : municipalité</p> <p>Échéance : 2023-2025</p> |

CARACTÉRISTIQUES

OBJECTIFS ET ACTIONS SUGGÉRÉS

| | | |
|---|--|--|
| 36. Stratégie d'accueil | <p>Objectifs : → Offrir les conditions propices à une expérience touristique agréable → Augmenter la découvrabilité et l'attractivité du milieu</p> <p>Actions : 1. Informer les visiteurs par le biais d'applications comme Anekdote 2. Créer une carte-napperon touristique</p> | <p>Leader : municipalité</p> <p>Alliés : comité Cœur villageois Tourisme Lotbinière</p> <p>Échéance : 2023-2025</p> |
| 37. Wifi | <p>Objectif : Permettre aux visiteurs d'avoir un accès facile à Internet et de télécharger du contenu informatif sur la municipalité (carte, circuit, etc.)</p> | |
| 38. Site web promotionnel | <p>Objectifs : → Offrir les conditions propices à une expérience touristique agréable → Permettre aux visiteurs de trouver rapidement l'information qui les concerne → Augmenter la découvrabilité et l'attractivité du milieu</p> <p>Action : Créer une section « Tourisme » dans le site Internet de la municipalité</p> | <p>Leader : municipalité</p> <p>Allié : Tourisme Lotbinière</p> <p>Échéance : 2023-2025</p> |
| 39. Toilettes publiques et points d'eau potable accessibles | <p>Objectif : Offrir les conditions propices à une expérience touristique agréable</p> | |
| 40. Orientation municipale affichée à l'égard du tourisme | <p>Objectifs : → Démontrer la volonté municipale d'investir dans ce secteur → Intégrer les projets touristiques dans les actions municipales annuellement</p> <p>Actions : 1. Voter une résolution au conseil municipal en ce sens 2. Inscrire des actions de projets touristiques dans le plan d'action triennal 3. Affecter une ressource humaine en totalité ou en partie au tourisme</p> | |
| 43. Corridor de randonnée pédestre ou voies cyclables/moto/piste de quad ou motoneige | <p>Objectifs : → Se rattacher à des clientèles spécifiques et se connecter à d'autres municipalités → Profiter d'une clientèle qui gravite déjà autour du cœur villageois.</p> <p>Enjeu : Pas mis de l'avant ou utilisé comme levier par la municipalité</p> | |
| 44. Étape d'une route touristique signalisée ou étape d'un circuit reconnu par l'ATR ou la MRC | <p>Objectifs : → Se rattacher à des clientèles spécifiques et se connecter à d'autres municipalités → Profiter d'une clientèle qui gravite déjà autour du cœur villageois.</p> <p>Enjeu : Présence dans plusieurs circuits régionaux, mais pas mis de l'avant ou utilisé comme levier par la municipalité</p> | |
| 45. Aménagement pour des clientèles spécifiques | <p>Objectifs : → Offrir les conditions propices à une expérience touristique agréable → Bénéficier d'une clientèle qui fait ces activités</p> | |
| 46. Marquer le sens du lieu | <p>Objectifs : → Faire vivre aux visiteurs le sens du lieu lors de leur séjour → Marquer physiquement le milieu du sens du lieu</p> | |

