

BILAN DU PLAN D'ACTION agrotourisme et tourisme gourmand en Mauricie

2013
2015

- 2 guides-qualité.
- 9 entreprises participantes à une cohorte « coaching » pour l'élaboration de leur stratégie marketing.
- Carte agrotouristique 2014.
- 3 formations : kiosque attirant, étiquette gagnante et marketing spécialisé en agroalimentaire.
- 4 événements réseautage.
- 6 parutions d'une infolettre pour le secteur.
- Campagne Mauricie Gourmande 2015.

2
guides-
qualité

6
blogueurs

4
événements
réseautage

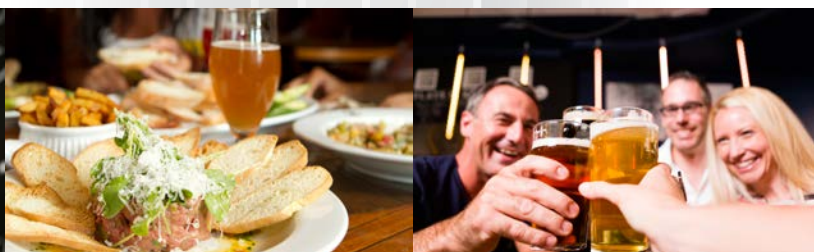
36
entreprises
participantes

3
formations

73%
ont connu une
augmentation

6
parutions
d'infolettre

- Brochure Mauricie Gourmande distribuée dans les 36 entreprises participantes et dans les bureaux d'information touristique régionaux.
- Représentation dans plusieurs événements (délices d'automne, portes ouvertes de l'UPA).
- Collaboration avec 6 blogueurs.
- Plusieurs placements publicitaires réalisés et à venir (magazines, web).
- 73% des répondants ayant participé au sondage sur la Mauricie Gourmande ont dit avoir connu une augmentation de leur performance au niveau de l'achalandage.



PLAN D'ACTION

l'agrotourisme et le tourisme gourmand en Mauricie

2015
2017

4
orientations

promouvoir, consolider, développer et concerter le secteur

12
actions

- 1 Poursuivre la campagne Mauricie gourmande jusqu'en 2016 et lancer une nouvelle campagne (été 2017).
- 2 Publier l'infolettre 3 fois par année.
- 3 Organiser un atelier pratique répondant aux besoins que les producteurs auront identifiés par voie de sondage (automne 2016).
- 4 Évaluer les besoins d'une deuxième cohorte marketing (janvier 2016).
- 5 Organiser un événement réseautage entre producteurs et restaurateurs (hiver 2016).
- 6 Organiser un événement réseautage entre producteurs sur le site d'une entreprise (hiver 2016).
- 7 Développer un outil d'aide au référencement (été 2016).
- 8 Assurer la mise à jour des guides-qualité annuellement.
- 9 Organiser une démarche de client-mystère (été 2016).
- 10 Concevoir un outil web d'aide au démarrage (printemps 2017).
- 11 Assurer la présence du secteur dans l'offre événementielle régionale ou provinciale (2017).
- 12 Initier un projet d'intervention dans la communauté (PICOM) en collaboration avec l'Université du Québec à Trois-Rivières sur une problématique relative au secteur ATG (automne 2017).

PRÉSENTATION DU COMITÉ

Le comité régional en agrotourisme et tourisme gourmand (ATG) de la Mauricie est composé de partenaires du milieu, d'entreprises qui font de l'agrotourisme et de restaurateurs qui privilégient les produits locaux et régionaux. Son mandat est :

- d'assurer un rôle de vigie du secteur, de documenter et de contribuer à son développement, en se dotant d'une vision commune et d'un plan d'action afin d'orienter le développement de l'agrotourisme et du tourisme gourmand en Mauricie.
- d'échanger sur les bonnes pratiques afin de favoriser la concertation et le développement de projets collectifs.
- d'agir comme partenaire dans le développement de l'agrotourisme et du tourisme gourmand et participer à la réalisation du plan d'action.
- de faire une veille stratégique et de diffuser l'information aux entreprises du secteur.

Membres du comité : PDAAM, MAPAQ, Fédération de l'UPA de la Mauricie, MRC de Maskinongé, MRC Des Chenaux, Tourisme Shawinigan, Innovation et Développement économique Trois-Rivières, Tourisme Mauricie, Filière mycologique, SADC Maskinongé, Réseau Agriconseils Mauricie, Marché public de Shawinigan, Ferme Éthier, Passion Lavande, Miels des 3 Rivières et Le Temps d'une Pinte.

