

En route pour une nouvelle stratégie





Comme un déjà
vu...

2019 – Le point de départ
d'un processus de
consultation autour de la
stratégie de développement
de l'ATR

Processus qui devait
culminer en mars 2020...

Grande ligne de la précédente stratégie

Les cinq grandes orientations (2021-2026)

1. Aménager, protéger, fréquenter, gérer

Gestion durable de la destination et du territoire

2. Patrimoine humain et qualité de vie

Valorisation du patrimoine social et culturel des Madelinots

3. Une destination sculptée par le climat et sensible au climat

Intégration des enjeux environnementaux et climatiques

4. Intelligence touristique

Observation, données et compréhension de l'évolution du tourisme

5. Tourisme de niche quatre saisons

Diversification de l'offre et allongement de la saison touristique

Grande ligne de la précédente stratégie

Centrée sur les enjeux du territoire

Ancrée dans la gouvernance territoriale et la résilience environnementale, plaçant le territoire au cœur du projet touristique.

Sensibilisée aux spécificités sociales et culturelles

Réconcilier développement touristique et cohésion sociale, en faisant des Madelinots les premiers bénéficiaires et gardiens de leur destination.

Portée par une volonté de mieux comprendre le tourisme dans le temps long

Apprentissage collectif et la gestion adaptative du tourisme, donc comprendre pour mieux orienter.



Les bons coups...

Stratégie d'accueil

Approche collaborative visant à renforcer la qualité de l'expérience des visiteurs tout en maintenant la qualité de vie des résidents.

Enquêtes de fin de séjour et enquêtes auprès des résidents

Mise en place d'outils d'écoute permettant de suivre l'évolution des perceptions, des attentes et des retombées du tourisme sur la population et la destination



Les bons coups ...

Guide des partenaires

Référence commune pour les entreprises et organismes afin d'harmoniser les pratiques responsables et les messages liés au développement durable.

Campagne “Aux Îles, on s’engage”

Plan d'action novateur pour encourager les visiteurs à adopter des comportements responsables.

Certification GreenStep

Programme d'accompagnement pour les entreprises touristiques afin d'évaluer leurs pratiques écologiques et planifier leur transition climatique. .



... et les écueils de la précédente stratégie

Toutefois, plusieurs orientations et recommandations excédaient les leviers d'action directs de l'ATR

L'ATR n'a ni pouvoir réglementaire, ni responsabilité en aménagement

Les enjeux de logement, de main-d'œuvre, d'accès au territoire ou de gestion des flux de visiteurs nécessitent des partenariats intersectoriels

La multiplicité des acteurs (municipalité, MTQ, MELCCFP, entreprises privées, organismes environnementaux, etc.) crée un environnement de gouvernance fragmenté pour le tourisme, où la coordination demande du temps et des ressources que l'ATR n'a pas nécessairement.

Un nouveau processus de réflexion stratégique

Actualiser la stratégie de tourisme durable des Îles-de-la-Madeleine afin de maintenir sa pertinence, d'intégrer les nouvelles dynamiques territoriales (CC, dynamique foncières, démographie etc.) et de consolider les acquis de la période 2021-2026.



Un nouveau processus de réflexion stratégique

Mise à jour

Actualiser les constats, les enjeux et les orientations à la lumière des changements sociaux, économiques, technologiques et climatiques récents.

Accompagnement

Soutenir l'ATR dans la coordination, la concertation et la formulation des actions stratégiques avec les partenaires clés.

Recadrage des orientations

Recentrer les axes de développement pour mieux refléter les priorités actuelles du territoire (rapport visiteurs/visités, préservation, saisonnalité, implication des résidents, etc.).

Un nouveau processus de réflexion stratégique

Mise en cohérence des initiatives existantes

Articuler les outils et démarches issus de la précédente stratégie et veiller à leur complémentarité et leur pertinence

Prévenir la surcharge d'information

Éviter la multiplication de documents, rapports et tableaux non harmonisés

Mettre en place une structure de suivi claire et avec partage (Ex. tableau de bord commun)

Thèmes pressentis

Recentrer la stratégie sur la dimension humaine du tourisme.

Cohabitation et aussi une réciprocité : la présence des visiteurs contribue à la qualité de vie des résidents, et inversement.

Comprendre les perceptions, les attentes et les interactions entre les deux groupes pour en faire un levier de cohésion sociale et identitaire.



Thèmes pressentis

Implication des résidents

Renforcer la participation citoyenne et la gouvernance partagée
les visités doivent être considérés non comme de simples ambassadeurs mais comme coresponsables de la trajectoire/expérience touristique.

Réfléchir comment impliquer les résidents dans la planification (processus participatif), la création d'expériences (médiation culturelle), gestion des impacts (logement, flux, environnement).

Thèmes pressentis

Contribution des visiteurs

Tourisme consommateur à un tourisme contributeur c'est à dire que les visiteurs sont appelés à devenir partenaires du développement durable du territoire par:

- Sensibilisation (campagne “Aux Îles, on s’engage”)
- Gestes concrets de responsabilité environnementale (mobilité, respect des espaces, réduction des déchets)
- Participation à des initiatives collectives (ex. fonds, bénévolat, projets écotouristiques).

Thèmes pressentis

Slow Tourism expérientiel et mobilité tempérée

Passer d'une adaptation du territoire au tourisme à une intégration du tourisme dans le mode de vie territorial.



Thèmes pressentis

Inspiré du concept de *la mobilité tempérée*, cette orientation invite à concevoir un tourisme au rythme du territoire, non plus fondé sur la vitesse, la consommation ou la performance, mais sur la présence, la lenteur et l'expérience vécue. Le tourisme devient une composante du mode de vie local...

Il s'agit d'un tourisme expérientiel, centré sur la rencontre, la culture du quotidien et la reconnaissance des saisons comme éléments identitaires.

La saisonnalité (hors-saison) n'est plus perçue comme un obstacle économique, mais comme une valeur temporelle ... celle d'un territoire

Ça implique...

Une acceptation du climat et du rythme insulaire comme partie intégrante de l'expérience,

La mise en avant d'un imaginaire du réel...celui d'un territoire habité, non scénarisé.



Principes transversaux

Adaptation aux changements climatiques et durabilité

Le tourisme doit devenir un levier d'adaptation territoriale, non un facteur de vulnérabilité

Qualité de vie (résidents- main-d'oeuvre)

Faire du tourisme un facteur d'équilibre social, pas de pression et donc, ça passe par la préservation du bien-être des Madelinots, la valorisation du patrimoine humain, l'accès au logement et la qualité des emplois.

Prospectif (vision d'avenir)

Observer, mesurer, anticiper et développer une culture de prospective territoriale pour guider les choix collectifs.

Quelques constats

Ces constats proviennent des documents de Tourisme Îles de la Madeleine

Une vision commune du tourisme souhaité

Un tourisme durable et équilibré

Un tourisme harmonieux avec le milieu

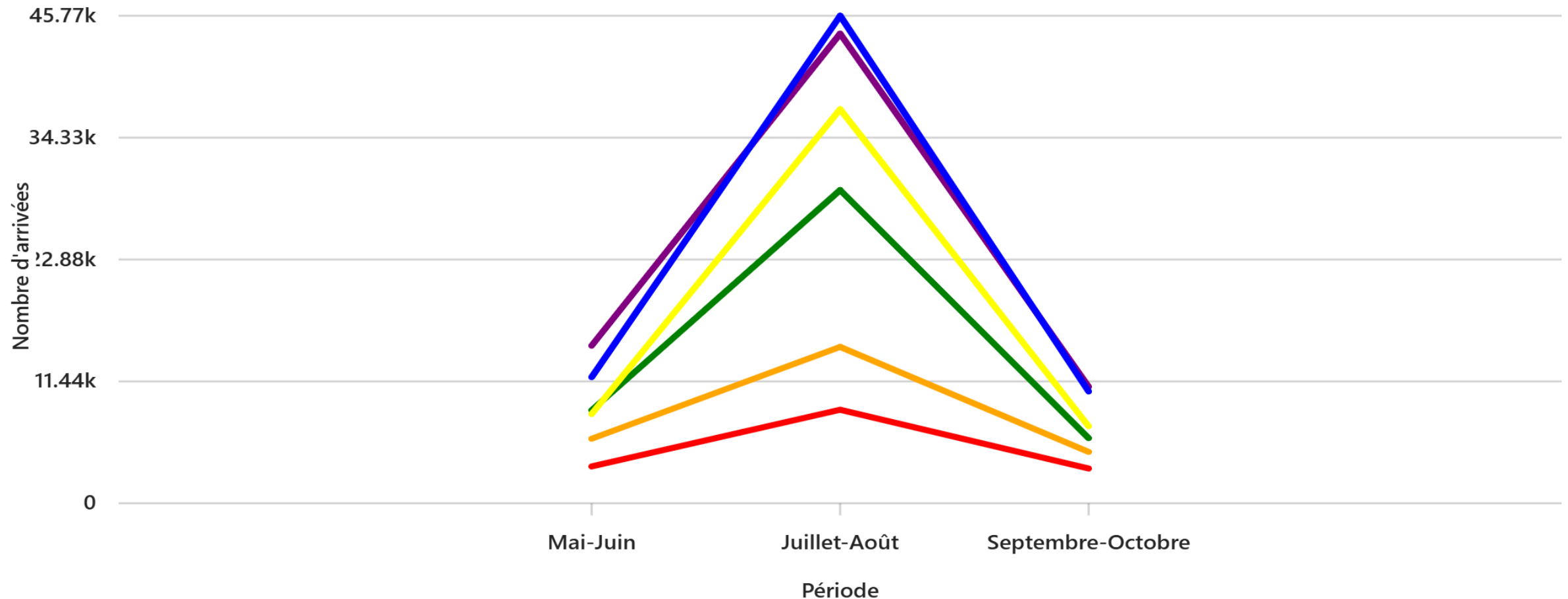
Un tourisme plus stable, une destination qui reste fiable, accueillante et cohérente

Quelques constats

Une sensibilité forte aux flux touristiques

- Le sentiment des Madelinots demeure étroitement lié à la pression ressentie sur le territoire.
- Des flux trop élevés menacent les équilibres environnementaux et sociaux et dégradent la perception locale du tourisme.
- À l'inverse, un tourisme soutenable, mesuré et participatif favorise un climat de confiance et d'adhésion.
- L'inclusion des habitants dans les décisions touristiques...leur donner voix, écoute et influence... reste un levier essentiel pour assurer une relation visiteurs/visités saine et durable.

Quelques constats : Comparaison des arrivées 2019-2025



■ Aérien 2019 ■ Aérien 2025 ■ Maritime 2019 ■ Maritime 2025 ■ Total 2019 ■ Total 2025

Prochaines étapes

- Cette semaine – séances de travail avec l'ATR
- En février – rencontres et ateliers avec les résidents
- En mars – Rencontres et ateliers avec les partenaires
- En mai - présentation des orientations
- En juin - adoption de la nouvelle stratégie

Et si on commençait le travail?

Un petit questionnaire



Questions? Commentaires?