

RAPPORT ANNUEL 2025

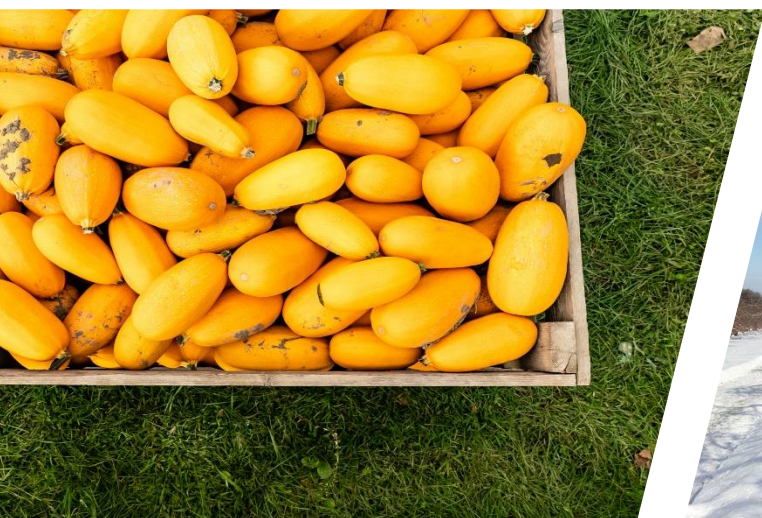
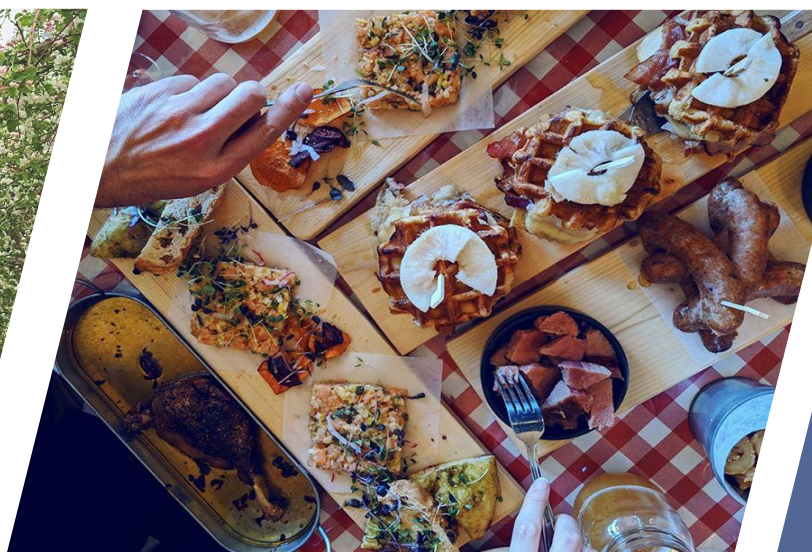


TABLE DES MATIÈRES

Mot de la présidente.....	3
À propos.....	5
Porte-parole : Mikaël Kingsbury.....	6
Réalisations marquantes de l'année 2025.....	7
Rapport d'activités.....	8
Adhésion des membres.....	8
Points de service (volet accueil).....	10
Guide touristique.....	11
Carte touristique.....	12
Points de service (volet numérique).....	12
Site web.....	13
Statistiques web et réseaux sociaux.....	14
Campagnes promotionnelles.....	15
Implication dans le milieu.....	17
Développement et mise en valeur de circuits touristiques.....	18
Organisation d'événements.....	21
Mandats externes.....	24
TBL remercie.....	25
Liste des membres 2025.....	26
Coordonnées et contact.....	32

Mot de la présidente

L'année 2025 s'est révélée à la fois dynamique, structurante et résolument tournée vers l'avenir pour Tourisme Basses Laurentides. Dans un contexte en constante évolution, notre organisme a poursuivi sa mission avec rigueur et créativité : promouvoir les attraits et les expériences de notre territoire, tout en continuant de valoriser une identité touristique forte et distinctive.

Tourisme Basses Laurentides (TBL) poursuit son rôle de rassembleur auprès des MRC Thérèse-De Blainville, Argenteuil et Deux Montagnes, de la Ville de Saint Eustache, du Parc national d'Oka et de plus de 140 entreprises membres. Ensemble, nous travaillons avec une vision commune : faire des Basses Laurentides une destination incontournable.

En 2025, plusieurs projets d'envergure ont permis de consolider notre présence, tant sur le terrain que dans l'environnement numérique. Parmi les réalisations marquantes de l'année, soulignons la mise en œuvre de projets en partenariat avec la Municipalité d'Oka, notamment le déploiement et la consolidation du réseau d'information touristique numérique et l'installation de panneaux d'interprétation de grande visibilité. La tournée médiatique automnale mettant en vedette l'agrotourisme a consolidé notre rapprochement tant espéré avec Tourisme Laurentides, un atout important pour les années à venir. Ces initiatives contribuent directement à améliorer l'expérience des visiteurs et à renforcer l'attractivité du territoire. Notons également que notre bureau d'accueil touristique s'est refait une beauté offrant maintenant un environnement modernisé et plus accueillant pour la clientèle.

Notre collaboration avec notre porte-parole, Mikaël Kingsbury, s'est également poursuivie avec succès. Le lancement et la diffusion des capsules vidéo « Oka, en mode plein air ! » ont permis de mettre en valeur nos attraits de façon dynamique et inspirante, en plus de générer d'importantes retombées en visibilité.

En 2025, nous avons également soutenu notre présence sur le territoire par l'organisation de marchés publics et d'événements rassembleurs, notamment par la tenue d'une conférence sur le tourisme urbain à Saint Eustache, ainsi que par la réalisation de mandats externes en développement touristique pour nos partenaires municipaux.

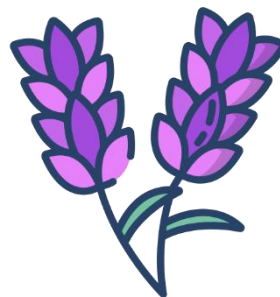
Tous ces accomplissements sont le fruit d'un engagement collectif remarquable. Je remercie chaleureusement notre équipe, les membres du conseil d'administration, nos partenaires et l'ensemble de nos membres pour leur confiance, leur créativité et leur énergie.

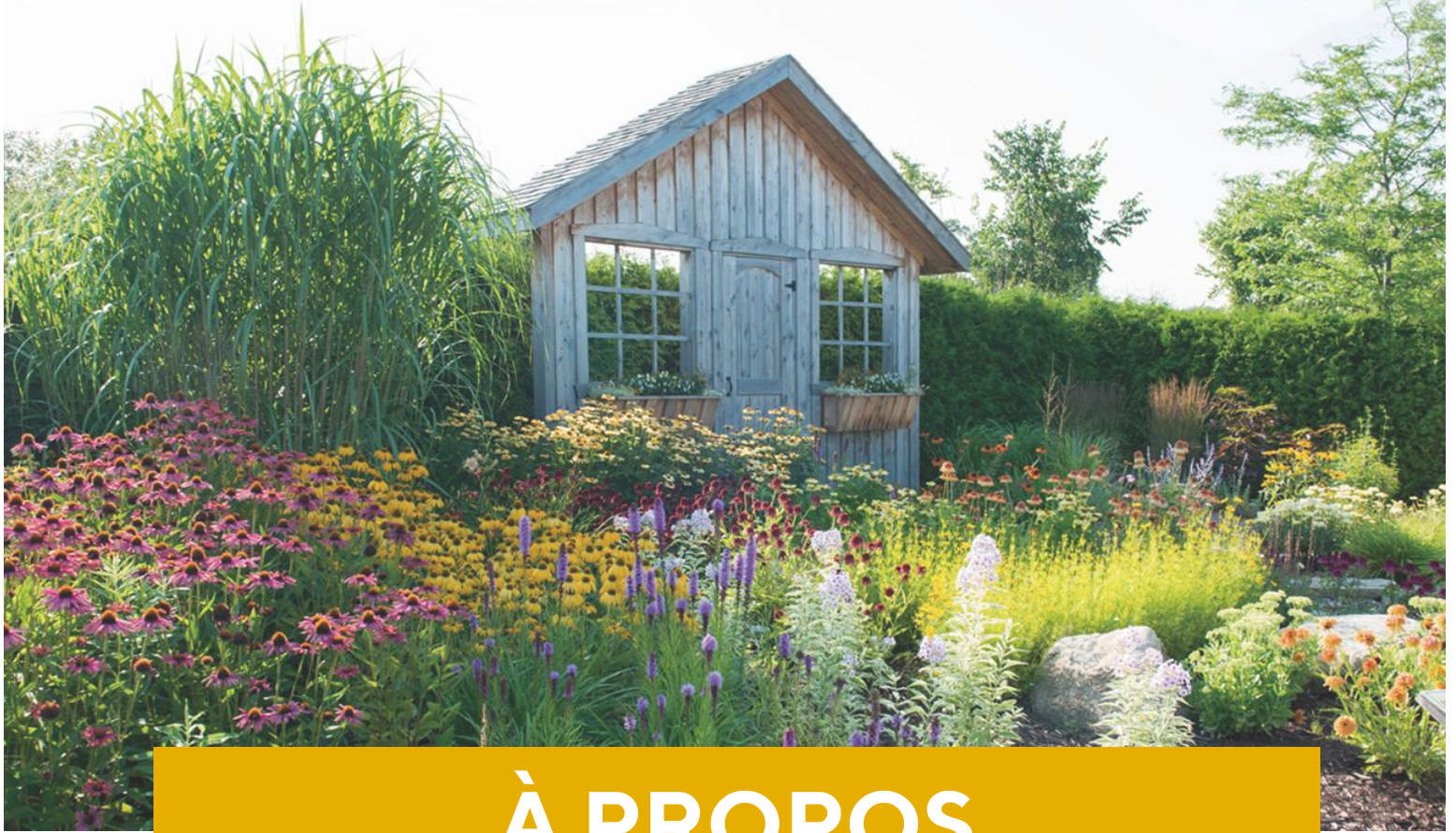
Après douze années d'implication au sein du conseil d'administration, dont plusieurs à titre de vice-présidente et maintenant deux années à la présidence, il est temps pour moi de céder ma place. Je suis fière du chemin parcouru par TBL et je sais que nous avons tout mis en place pour assurer la pérennité de l'organisme. Merci à vous tous pour votre implication et votre agréable compagnie. Un merci tout spécial à Claude, Marie-Claude et France pour leur confiance et les fous rires au fil des ans. Anne-Marie, tout le monde ici sera d'accord avec moi pour dire que nous savons que TBL est entre bonnes mains avec toi. Je me considère chanceuse d'avoir pu travailler en étroite collaboration avec toi.

L'avenir des Basses-Laurentides est prometteur, et je suis convaincue que les prochaines années nous permettront d'aller encore plus loin, avec audace, enthousiasme et fierté.

Je tiens à remercier toutes celles et ceux qui contribuent, de près ou de loin, à faire rayonner notre région comme une destination vivante, accueillante et distinctive.

Nancie Ferron, présidente





À PROPOS

Mot d'introduction

Le tourisme, secteur d'activité faisant partie intégrante de notre économie locale, est sans conteste un pôle de développement économique majeur pour les Basses-Laurentides. Dans la région, c'est à Tourisme Basses-Laurentides (TBL) que revient le rôle de rassembler les MRC de Thérèse-De Blainville, d'Argenteuil et de Deux-Montagnes autour d'objectifs communs pour favoriser l'attractivité touristique de la région. Ainsi, les trois MRC des Basses-Laurentides travaillent de concert afin de mettre en valeur les caractéristiques de nos territoires respectifs. S'ajoute aux nombres des partenaires la Ville de Saint-Eustache, le Parc national d'Oka et les membres, soient plus de 140 entreprises.

Mission

Assurer l'accueil et informer la clientèle touristique, promouvoir les attraits et les activités touristiques et développer des produits attractifs à caractère touristique, culturel, agricole, patrimonial et évènementiel pour la région des Basses-Laurentides.

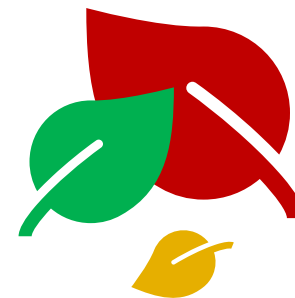


NOTRE PORTE-PAROLE MIKAËL KINGSBURY

En 2025, notre partenariat avec Mikaël Kingsbury a continué de générer des retombées positives, tant en visibilité qu'en rayonnement. Rappelons qu'en 2019, le médaillé olympique avait choisi de s'associer à Tourisme Basses-Laurentides afin de prêter sa voix et son image à la région. Cette collaboration, renouvelée une première fois pour la période 2022-2024, a de nouveau été reconduite pour trois années supplémentaires (2025-2027), témoignant de la solidité et du succès de ce partenariat.

Dans le cadre de cette entente, une vidéo ainsi que des **capsules de type REELS** ont été produites et diffusées afin de mettre de l'avant la Municipalité d'Oka sur les réseaux sociaux de Tourisme Basses-Laurentides, de la Municipalité d'Oka, ainsi que sur le site web municipal. De plus, une **conférence de presse** tenue lors de la soirée de développement économique de la Municipalité d'Oka a bénéficié de la **présence de Mikaël Kingsbury**, contribuant à renforcer l'impact médiatique et l'intérêt du public. Une **bannière en vinyle** à l'image de Mikaël Kingsbury a également été créée pour les événements extérieurs. Finalement, un **tournage photo** a également eu lieu afin de promouvoir les sorties culturelles; cette campagne sera déployée en 2026.

RÉALISATIONS MARQUANTES DE L'ANNÉE



Voici les projets majeurs (nouveautés) de 2025 :

- Campagne printanière sur les vergers en fleurs (capsule vidéo de type « REELS » sur Instagram et Facebook) ;
- Conférence sur le tourisme urbain à la bibliothèque de la Ville de Saint-Eustache ;
- Déploiement et consolidation du réseau d'information touristique numérique à Oka (présentoirs, campagne code QR, carte interactive et accueil touristique en ligne) ;
- Installation de panneaux touristiques 4' x 8' au Parc national d'Oka et au Magasin de l'Abbaye d'Oka ;
- Introduction du forfait numérique afin de proposer aux membres l'option de reconduire le forfait Bienvenue ;
- Lancement et diffusion des capsules vidéo touristiques « Oka, en mode plein-air ! » avec Mikaël Kingsbury et réalisation des différentes activations promotionnelles citées à la page précédente en lien avec le porte-parole ;
- Participation au 1er Forum national des marchés publics du Québec de l'Association des marchés publics du Québec (AMPQ) ;
- Projet-pilote de la grande tablée automnale (mandat de la SODESE) ;
- Rédaction d'articles de blogue sur les noyaux villageois des Basses-Laurentides ;
- Réaménagement et travaux de peinture au rez-de-chaussée du bureau d'accueil touristique au 600, rue Dubois, Saint-Eustache ;
- Tournée médiatique automnale mettant de l'avant l'agrotourisme en collaboration avec Tourisme Laurentides.



RAPPORT D'ACTIVITÉS

Adhésion des membres

FORFAITISATION

Nous avons révisé l'image de notre documentation d'adhésion en 2022 afin de la moderniser et d'en améliorer la compréhension. Un nouveau **kit média** a ainsi été développé, puis mis à jour et bonifié en 2025 pour soutenir continuellement le recrutement de membres.

Objectifs du kit média :

- Présenter l'organisme, sa mission et ses services ;
- Mettre en valeur les stratégies de promotion (web, réseaux sociaux, campagnes promotionnelles) ;
- Démontrer la performance et la portée auprès des clientèles cibles.

Offre de forfaits

Nous proposons une gamme de forfaits adaptée aux besoins des entreprises touristiques.

Le forfait « *Bienvenue* » est offert pour une première année. Par la suite, les entreprises doivent adhérer au minimum au forfait Numérique. Ce cheminement favorise la progression et l'engagement des membres

Forfait Bienvenue

- Offre d'entrée pour les nouvelles entreprises ;
- Visibilité uniquement numérique (site web, réseaux sociaux, outils promotionnels) ;
- Permet de découvrir les avantages du « *membership* » lors de la première année d'adhésion.

Forfaits réguliers (Bronze, Argent, Or)

- Fiches membres plus complètes ;
- Niveaux de visibilité progressifs ;
- Bonification de la présence sur le site web ;
- Accès élargi aux outils promotionnels imprimés et au réseau de présentoirs.

Forfait Numérique

- Visibilité équivalente au forfait Bienvenue ;
- Permet aux membres disposant d'un budget plus restreint de renouveler l'adhésion pour une deuxième année à moindre coût que les forfaits réguliers ;
- Présence dans nos outils numériques, sans inclusion dans les outils imprimés.

Forfaits Web et accompagnements réseaux sociaux

En plus de notre gamme de forfaits réguliers, nous offrons également aux membres d'autres services complémentaires et optionnels à leur adhésion.

Forfaits Web

Les forfaits Web permettent aux entreprises de bonifier leur visibilité sur le site de Tourisme Basses-Laurentides grâce à des vitrines en page d'accueil et à la publication de contenus sur le blogue.

Accompagnement réseaux sociaux

Le forfait d'accompagnement en réseaux sociaux offre un soutien personnalisé aux entreprises pour améliorer leur présence sur Facebook et Instagram, incluant la création de contenu, des conseils stratégiques et une intervention directe sur place.

Points de service (volet accueil)

BUREAU D'INFORMATION TOURISTIQUE

Accueil touristique : Gestion et opération d'un bureau d'information touristique.

Ouvert à l'année : maintien du service en personne au comptoir en continu.

Localisation : 600, rue Dubois, Saint-Eustache (sortie 14, autoroute 640).

Évolution du service : l'accueil touristique se transforme, ce qui exige de s'adapter et de se réinventer.

Canaux numériques : campagnes Web, site Internet performant et à jour, clavardage en ligne, Facebook, Instagram et LinkedIn.

Objectif : promouvoir les attraits et activités de la région.

Amélioration 2025 : réaménagement et travaux de peinture au rez-de-chaussée.

Achalandage 2025 :

- Près de **4222 visiteurs** accueillis au bureau ;
- **1724 actes d'informations touristiques** à l'extérieur du bureau (mobile).

Comparatif achalandage 2024* :

- Près de **4801 visiteurs** accueillis au bureau ;
- **1600 actes d'informations touristiques** à l'extérieur du bureau (mobile).
 - **Il y a eu des travaux majeurs à l'intersection de la 25^e Avenue et de l'autoroute 640 durant la saison estivale 2025, tout près du bureau d'information touristique, ce qui influence les résultats.**

Tendance : En considérant ces travaux, on peut affirmer que le nombre de visites au kiosque touristique est **constant**.

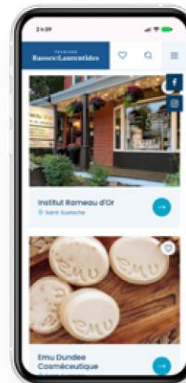
GUIDE TOURISTIQUE

Concept : **guide touristique** regroupant les attraits, activités et entreprises touristiques des Basses-Laurentides dans un document promotionnel complet.

Nombre de copies : impression de **30 000 exemplaires**.

Distribution : bureau touristique de Saint-Eustache, marchés publics, festivals, salons, événements et réseau de présentoirs de Tourisme Basses-Laurentides. Diffusion également à l'extérieur du territoire, notamment aux centres Infotouriste de Montréal, chez Tourisme Laurentides, auprès des participants des sorties de groupe, dans certaines municipalités, services communautaires (OBNL) ainsi que dans des hôtels, gîtes et campings. Le guide est également disponible en format PDF sur le site Web.

**Imprimé &
en ligne**



RÉSEAU DE PRÉSENTOIRS

Concept et entretien : Mise à jour saisonnière d'un réseau de douze présentoirs touristiques situés dans des lieux stratégiques et achalandés.

Distribution : plus de **40 000 dépliants** et outils promotionnels distribués annuellement (outils papier de Tourisme Basses-Laurentides et dépliants et cartes d'affaires des 140 membres de l'organisme.)

Objectif : accroître la visibilité des membres et des attraits des Basses-Laurentides.

Déploiement : réseau présent dans plusieurs points de service et lieux touristiques du territoire, tel que suit :

Auberge de l'Abbaye d'Oka	Moulin Légaré
Camping l'Escale de Pointe-Calumet	Magasin de l'Abbaye d'Oka
Complexe aquatique de Saint-Eustache	Marché aux puces Saint-Eustache
Halte routière (Pétrole Bélisle, aut 15 & 50) (2 endroits)	Parc du Domaine Vert
Intermiel	Parc national d'Oka
Laiterie Lait Charbonneau	Traverse d'Oka (côté Hudson)

CARTE TOURISTIQUE

Concept : carte touristique contenant le répertoire des membres regroupés dans un seul document illustré, recto-verso. Elle a été entièrement redessinée en 2024.

Nombre de copies : imprimée à plus de **20 000 exemplaires**.

Distribution : Distribuée aux mêmes emplacements que le guide touristique. Outil papier le plus demandé au bureau d'information touristique et dans les salons événementiels.

Affichage supplémentaire : Panneaux géants de la carte au format 72" x 48" installés au Magasin de l'Abbaye d'Oka et à La Maison Lavande. Panneaux additionnels au format 48" x 32" installés à la station pétrolière Bélisle et sur la façade du bureau d'information touristique afin de faciliter les déplacements des visiteurs et lorsque le bureau est fermé.

Points de service (accueil numérique)

CLAVARDAGE EN LIGNE

Historique : service mis en place en juin 2018.

Fonction : répondre en direct aux questions des internautes tout en recommandant des attraits, activités et services touristiques.

Soutien aux membres : gestion de multiples demandes d'information en remplacement des membres.

Expérience utilisateur : plusieurs internautes croient communiquer directement avec le membre.

Objectif : offrir un service rapide, accessible et personnalisé.

Statistiques 2025 :

- Près de **312 demandes de clavardage**.

Comparatif statistiques 2024 :

- Près de **553 demandes de clavardage**.

SITE WEB

Concept : basseslaurentides.com constitue le principal outil numérique de promotion et d'information touristique de l'organisme. Il vise à faire découvrir les attraits, activités, hébergements et offres à caractère touristique de la région tout en facilitant la planification du séjour des visiteurs grâce aux sections « *Quoi faire ?* », « *Où dormir ?* » et « *Où manger ?* ».

Fonctionnalités : section blogue, escapades, calendrier des événements, fiches détaillées des membres et attraits, portraits de propriétaires et horaires saisonniers, gestionnaire performant et optimisé pour les moteurs de recherche. Lien direct avec Instagram et mise en valeur du contenu quatre saisons.

Dernière refonte : modernisation complète amorcée en 2021 et mise en ligne à l'automne 2022.

RÉSEAUX SOCIAUX, VEILLE TOURISTIQUE ET RÉFÉRENCIEMENT ENTRE MEMBRES

Plateformes sociales utilisées : [Facebook](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#) & [YouTube](#).

Contenu : diffusion de campagnes promotionnelles, capsules vidéo, contenus saisonniers, événements, collaborations touristiques, affaires nouvelles des membres et veille en tourisme.

Objectif : accroître la visibilité du territoire, inspirer les visiteurs et rediriger les internautes vers le site Web touristique.

Statistiques 2025 : voir [section plus bas](#).

À noter que notre chaîne YouTube comporte **45 vidéos** à son actif.

Outil de mobilisation des membres : [Groupe privé Facebook des membres](#)

- Espace d'échange exclusif réservé aux membres ;
- Partage d'informations, d'opportunités et de contenus promotionnels ;
- Favorise le réseautage, la collaboration et le référencement entre entreprises ;
- Permet une communication rapide et ciblée avec les membres.

STATISTIQUES SITE WEB ET RÉSEAUX SOCIAUX

Nos performances sur le web et sur les médias sociaux



8 675
personnes

abonnées à la page facebook



50 % DES PUBLICATIONS obtiennent 30 à 50 clics sur le lien

15 % DES PUBLICATIONS obtiennent 130 à 400 clics sur le lien

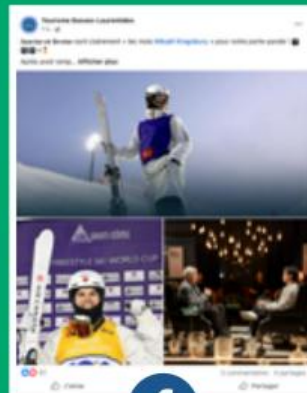
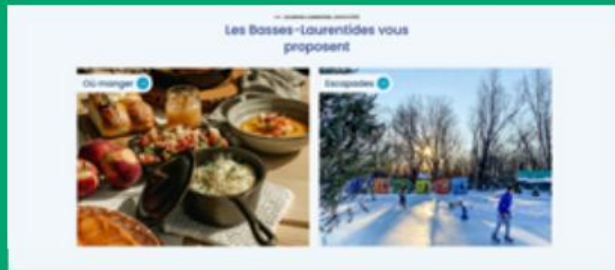
3 PUBLICATIONS /SEMAINE

900 à 10 000 PORTÉE ORGANIQUE

80 % FEMMES

20 % HOMMES

Notre audience provient d'un territoire très diversifié de la couronne Nord, Montréal et Laval.



BassesLaurentides



2 720
personnes

abonnées à la page Instagram



323 456
pages vues par années

142 122 UTILISATEURS

175 222 VISITES / SESSIONS

52 sec. DURÉE MOYENNE D'ENGAGEMENT

77 % FEMMES

23 % HOMMES

3 PUBLICATIONS /SEMAINE

10 à 15 STORIES EN CONTINU /JOUR

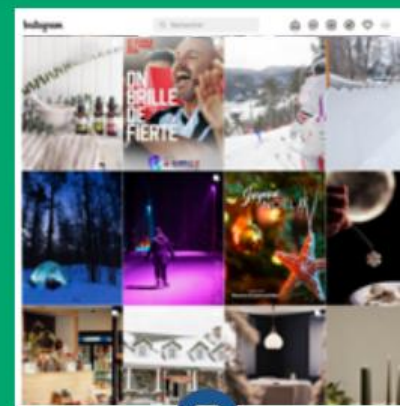
Notre audience est principalement active entre 9 h et 18 h.

Notre audience provient majoritairement de la couronne Nord et de Laval.

35,1 % ORDINATEUR **49 772**

60,4 % MOBILE **85 735**

3,9 % TABLETTE **5 598**



Campagnes promotionnelles

CAMPAGNES RÉALISÉES CHAQUE ANNÉE

Tourisme Basses-Laurentides privilégie le numérique comme principal levier de promotion, en misant sur son site web ainsi que sur les plateformes sociales pour rejoindre et inspirer les visiteurs. Ces outils permettent une diffusion continue et ciblée des contenus.

En complément, des supports imprimés tels que le guide touristique et la carte touristique sont utilisés afin de renforcer la visibilité sur le terrain et de rejoindre les visiteurs à différentes étapes de leur expérience.

CAMPAGNE D'ACHAT DE MOTS-CLÉS (GOOGLE ADWORDS)

Afin de maximiser la portée de ses actions numériques, Tourisme Basses-Laurentides s'appuie également sur des campagnes d'achat de mots-clés, notamment par le biais du programme **Google AdWords**, lui permettant d'accroître sa visibilité en ligne et d'attirer efficacement de nouvelles clientèles.

- Subvention équivalente à **330 \$ US/jour**, représentant un potentiel d'environ **120 000 \$ US par année**, à coût minimal);
- Optimisation continue des campagnes avec l'appui d'un expert;
- Bonification des performances grâce à l'ajout annuel nouvelles pages thématiques sur le site web.

INITIATIVES COMPLÉMENTAIRES

Ces actions regroupent les initiatives promotionnelles déployées ponctuellement ou en complément de nos campagnes principales, sur l'ensemble de nos plateformes :

- Carrousel d'images proposant des activités sur la page d'accueil du site Web par thématique et par saison;
- Section « À découvrir » mettant de l'avant des membres, des attraits, des activités, des articles de blogue, des escapades en primeur ou bien des actualités;
- Articles de blogue sur le site Web 4 saisons;
- Rédaction d'articles de blogue sur les noyaux villageois des Basses-Laurentides;
- Escapades sur le site Web 4 saisons incluant l'outil générateur de propositions d'escapades « *Découvrez votre escapade* »;
- Propositions d'activités extérieures et intérieures (selon la saisonnalité et en cas de pluie), via les escapades, articles de blogues du site Web ainsi que sur les réseaux sociaux;

- Une campagne hivernale mettant de l'avant les activités hivernales, sur le site Web et comprenant des publications sur les réseaux sociaux ;
- Mois de février sans alcool sur le site Web et sur les réseaux sociaux ;
- Une campagne printanière (saison des sucres) sur le site Web et comprenant des publications sur les réseaux sociaux présentant les érablières du territoire ;
- Une campagne printanière (floraison des vergers) sur le site Web et comprenant une capsule vidéo de type « REELS » sur les réseaux sociaux ;
- Une campagne estivale mettant de l'avant les activités à faire (au bord de l'eau, où se rafraîchir, petit fruits, magasinage) sur toutes nos plateformes numériques ;
- Une tournée médiatique automnale mettant de l'avant l'agrotourisme en collaboration avec Tourisme Laurentides ;
- Des campagnes visant à encourager l'achat local tout au long de l'année, notamment à l'occasion des grandes fêtes commerciales telles que la Saint-Valentin, Pâques, la fête des Mères, la fête des Pères, la saison estivale, l'Halloween, le temps des Fêtes et d'autres moments clés de consommation sur toutes nos plateformes numériques ;
- Positionnement du mot-clic #basseslaurentides en ligne ;
- Investissement en équipement vestimentaire à l'effigie de l'organisation (casquettes pour les événements extérieurs) et en affichage extérieur (bannière vinyle à l'image de Mikaël Kingsbury).



IMPLICATION DANS LE MILIEU

PRÉSENCE ET CONTRIBUTION AU SEIN DE L'ÉCOSYSTÈME TOURISTIQUE ET ÉCONOMIQUE

Tourisme Basses-Laurentides s'implique dans son milieu :

- Administrateur au sein de la CCI2M ;
- An 1 de l'entente renouvelée 2025-2027 avec Mikaël Kingsbury ;
- Comité de développement agricole de la Ville de Saint-Eustache ;
- Comité consultatif de la revitalisation du noyau villageois de la Ville de Lachute ;
- Commission du développement économique de la Ville de Saint-Eustache (SODESE) ;
- Comité consultatif du PDZA de la MRC d'Argenteuil ;
- Comité de mise en œuvre du PDZA de la MRC Thérèse-De Blainville ;
- Comité des partenaires économiques de la MRC de Deux-Montagnes (avec IDÉ Saint-Eustache, la CCI2M ainsi que Services Québec) ;
- Festival de la galette de Patrimoine culturel Vieux-Saint-Eustache ;
- Fêtes des semences de la Ville de Blainville ;
- Formation des employés saisonniers de Tourisme Basses-Laurentides et journée d'accueil Ça bouge dans les Laurentides! présentée par Tourisme Laurentides ;
- Formation des guides touristiques de la centrale de Carillon (Hydro-Québec) ;
- Kiosque à la journée d'accueil des nouveaux résidents de la MRC d'Argenteuil ;
- Mise en valeur continue de la politique touristique adoptée en 2023, utilisée comme fondation des actions et stratégies touristiques, tout en favorisant la concertation entre les MRC et instances du territoire ;
- Participation à un atelier de groupe portant sur la stratégie de développement économique des Laurentides de Connexion Laurentides ;
- Participation à l'AGA de Tourisme Laurentides ;
- Participation aux rencontres et à l'AGA de l'Association des marchés publics du Québec (AMPQ) ;
- Participation à une rencontre de travail avec l'équipe des Jeux du Québec d'hiver de la Ville de Blainville en vue des Jeux prévus à l'hiver 2026 ;
- Participation à une rencontre de travail avec l'équipe de la CCITB afin de mieux concerter nos actions ;
- Table de concertation en accueil de Tourisme Laurentides ;
- Salon du Carrefour Argenteuil ;
- Salon du Plein air de Montréal ;
- Soirée des entreprises d'Oka et d'autres conférences de presse de nos membres.

ACCUEIL DE STAGIAIRES

Collège Lionel-Groulx, gestion de commerces

Alexandre Drolet-Beaudet

Collège Montmorency, techniques de tourisme

Assiya Ajakan



DÉVELOPPEMENT ET MISE EN VALEUR DE CIRCUITS TOURISTIQUES

Expériences cyclables et itinéraires de randonnée

CIRCUITS VÉLOS

La pratique du vélo connaît une forte croissance au Québec et les Basses-Laurentides offrent aux cyclistes de la grande région métropolitaine un réseau très diversifié pour pratiquer le vélo.

Produits vélo de Tourisme Basses-Laurentides :

- **La Photogénique** : propose un circuit de photos sur **51 km** dans la magnifique zone rurale d'Argenteuil ;
- **Les petites Hirondelles** : propose un circuit en boucle de **8 km** à Saint-Eustache. Il a été conçu pour initier les jeunes aux bienfaits du vélo tout en découvrant les parcs, les jeux d'eau et le patrimoine dans le secteur du Vieux-Saint-Eustache ;
- **Vélo-popote** : un parcours de **46 km** qui propose des recettes à réaliser ainsi que des arrêts chez les producteurs et les transformateurs pour l'achat des produits du terroir qui les composent ;
- **La Grande Virée** : un parcours de **45 km** qui invite les cyclistes à visiter les vignobles, les cidreries et les producteurs d'alcool de la région ;
- **Le Parcours des traverses** : premier parcours thématique mis en place, il permet de découvrir les deux rives du lac des Deux-Montagnes en transitant par les traversiers d'Oka et de Carillon. En 2024, un travail de mise à jour du circuit a été amorcé, ainsi qu'un projet de forfaitisation avec hébergement en collaboration avec l'équipe de Développement Vaudreuil-Soulanges. La nouvelle offre, lancée pour la saison estivale 2025, propose un parcours d'environ **150 km**.

Sélection de circuits cyclables à découvrir

Nous proposons également plusieurs circuits sécuritaires principalement composés de pistes cyclables, dont **La Vagabonde**, la **Seigneurie des Plaines** et la **carte Vélo route d'Argenteuil**. Le réseau cyclable intermunicipal et la piste du parc linéaire, connectés à ces circuits ainsi qu'à la **Route verte** (vers Laval) et au **P'tit Train du Nord**, sont également mis en valeur et identifiés sur notre carte touristique afin d'encourager une utilisation sécuritaire.

LA MARCHÉ D'ALPHONSE (PÈLERINAGE)

La Marche d'Alphonse, lancée à l'été 2012, est un **circuit de randonnée** pédestre alliant milieux ruraux et urbains. D'une distance d'environ **70 kilomètres**, ce parcours se réalise sur trois jours et débute à Saint-Eustache. Il invite les marcheurs à traverser plusieurs municipalités des Basses-Laurentides, à la découverte de leur **histoire**, de leurs **lieux de recueillement** et de leur **patrimoine** distinctif.

La popularité de la Marche d'Alphonse se maintient et continue de susciter un intérêt soutenu, comme en témoignent les nombreuses demandes d'information reçues tout au long de l'année. Afin de faciliter la logistique des participants, deux nuitées sont désormais proposées au même endroit, soit à l'Auberge de l'Abbaye d'Oka. Cette année, **55 départs** ont été comptabilisés.



Partez à la DÉCOUVERTE des AMBASSADEURS d'Oka!

Oka Sépaq
Parc national d'Oka

CARTE NUMÉRIQUE :
+ de 150 commerces
à découvrir à Oka!

TOURISME
Basses-Laurentides

basseslaurentides.com 450 491-4444



ORGANISATION D'ÉVÉNEMENTS

Marchés publics et autres événements saisonniers

Tourisme Basses-Laurentides coordonne et réalise divers marchés publics et [événements](#) saisonniers grâce à des mandats confiés par différentes municipalités et organisations du territoire. Ces collaborations nous permettent de contribuer à l'animation du territoire et au rayonnement des producteurs, artisans et commerçants locaux.

MUNICIPALITÉ D'OKA

Marché public d'Oka

- Type d'événement : Marché public (artisanat, produits locaux)
- Saison : 11e édition
- Dates : Du 29 juin au 31 août 2025
- Nombre total de journées : 10 dimanches

Marché antique d'Oka

- Type d'événement : Marché d'antiquaires de qualité
- Saison : 3^e édition
- Date : 7 septembre 2025
- Nombre total de journées : 1 journée

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DE SAINT-EUSTACHE (VILLE DE SAINT-EUSTACHE)

Marché public du Vieux-Saint-Eustache

- Type d'événement : Marché public (produits locaux, artisanat)
- Saison : 17e édition
- Dates : Du 5 juillet au 27 septembre 2025
- Nombre total de journées : 13 samedis

Marché de Noël du Vieux-Saint-Eustache

- Type d'événement : Marché de Noël (produits locaux, cadeaux)
- Saison : 5e édition
- Dates : 28, 29 et 30 novembre ainsi que 5, 6 et 7 décembre 2025
- Nombre total de journées : 6 journées

La grande tablée du marché

- Type d'événement : Souper en plein air
- Édition : 4^e édition
- Dates : 11 juillet 2025
- Nombre total de journées : 1 journée (le vendredi)

La grande tablée automnale

- Type d'événement : Souper en plein air
- Édition : 1^{ère} édition (projet-pilote)
- Dates : 25 septembre 2025
- Nombre total de journées : 1 journée (le vendredi)

VILLE DE BLAINVILLE

Marché public de Blainville

- Type d'événement : Marché public (produits locaux, artisanat)
- Saison : 7^e édition
- Dates : Du 10 juillet au 11 septembre 2025
- Nombre total de journées : 10 jeudis

VILLE DE ROSEMÈRE

Marché public de Rosemère

- Type d'événement : Marché public
- Saison : 4^e édition
- Dates : Du 25 juin au 6 août 2025
- Nombre total de journées : 7 mercredis

MANDAT EXTERNES

Gestion de mandats externes en développement touristique

Prise en charge de mandats en développement touristique pour des partenaires municipaux, incluant la planification, la mise en œuvre et le suivi de projets structurants.

VILLE DE SAINT-EUSTACHE

Conférence sur le tourisme urbain / mobilité urbaine (« staycation »)

- Type d'événement : Conférence
- Sujet : Tourisme urbain, mobilité active et itinéraires locaux (à pied et à vélo)
- Date : 29 mai 2025
- Durée : 1 h 30 (19 h à 20 h 30)
- Lieu : Bibliothèque de Saint-Eustache



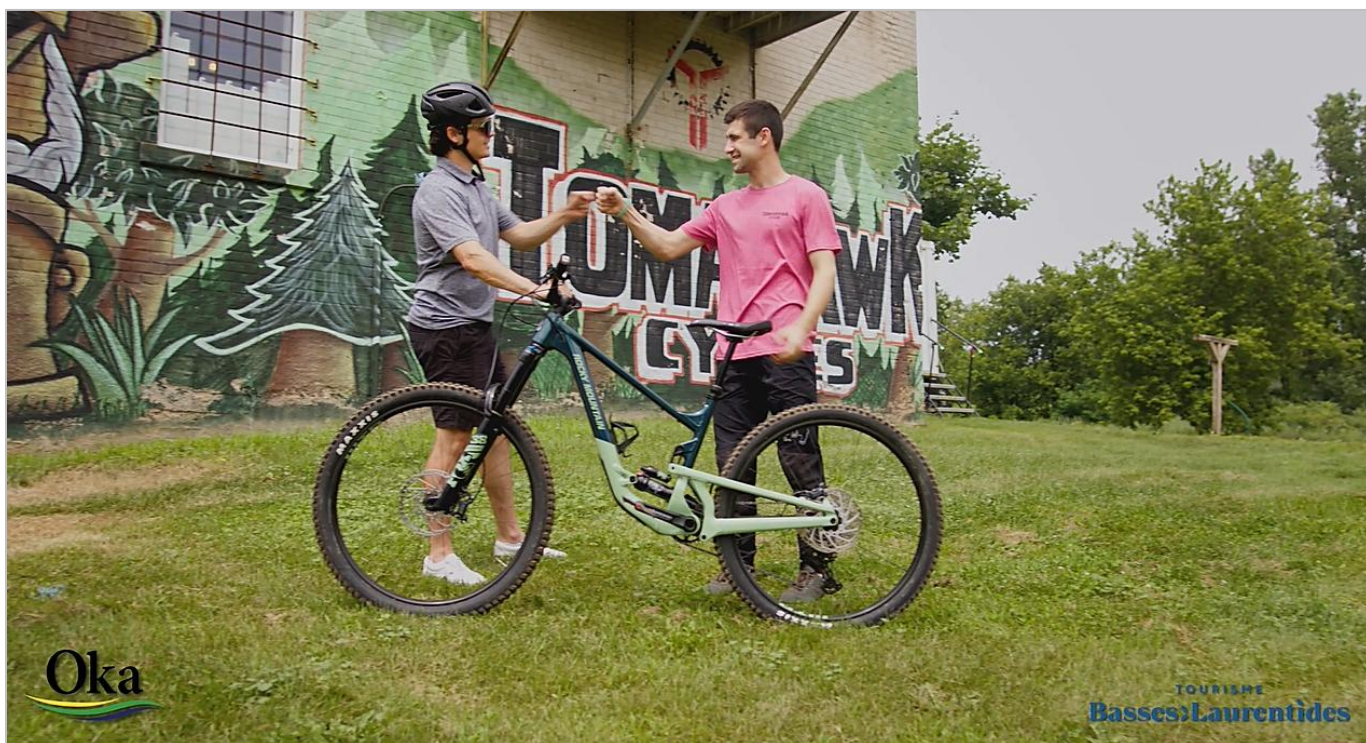
MUNICIPALITÉ D'OKA

Entente globale triennale – Projets touristiques 2025

- Type de mandat : Développement et promotion touristique
- Durée : Entente triennale 2024-2026
- Année visée : 2025 (avec suivis 2024 et projections 2026)

- **Volets principaux :**
 - Services d'information touristique (accueil, réseau de présentoirs, outils numériques)
 - Production de contenus vidéo promotionnels (thématiques annuelles)
 - Campagnes et projets touristiques (code QR, affichage, panneaux)

- **Actions 2025 marquantes :**
 - Déploiement et consolidation du réseau d'information touristique numérique à Oka (présentoirs, campagne code QR, carte interactive et accueil touristique en ligne) ;
 - Installation de panneaux touristiques 4' x 8' au Parc national d'Oka et au Magasin de l'Abbaye d'Oka ;
 - Lancement et diffusion des **capsules vidéo touristiques** « *Oka, en mode plein-air !* » avec Mikaël Kingsbury et conférence de presse lors de la soirée des entreprises (développement économique) de la Municipalité d'Oka.



TOURISME BASSES-LAURENTIDES

REMERCIE

Les membres de son conseil d'administration :

Présidente

Nancie Ferron – La Maison Lavande

Vice-président

Jean-François Brunet – camping, marina Brownsburg-Chatham

Secrétaire-trésorier

Bastien Morin – Ville de Saint-Eustache

Administrateur

Marc St-Pierre – MRC Deux-Montagnes

Administrateur

Nicolas Bourque – MRC Thérèse-De Blainville

Administrateur

Danny Bigras – MRC d'Argenteuil

Administratrice

Julie Ciavarella – Patrimoine culturel Vieux-Saint-Eustache

Administrateur

Alexandre Brousseau – Parc national d'Oka

Administratrice

Mihiko Roy – Restaurant Asteur

Observatrice

Véronique Vincent

Observateur

Claude Desjardins

Partenaires financiers 2025 :

MRC Deux-Montagnes

MRC d'Argenteuil

MRC Thérèse-De Blainville

Ville de Saint-Eustache

Parc national d'Oka

NOS MEMBRES 2025

MRC DEUX-MONTAGNES



À la croisée des pommes

À la croisée des petits pains

A. Bélisle et fils

Abbaye Ste-Marie Deux-Montagnes

Agrotours Hirond'Elles

Artisans en métiers d'arts St-Eustache

Atelier café arts et céramiques

Auberge de l'Abbaye d'Oka

Bistro la dent sucrée

Bistro le Sacré

Bistro VRDC

Brasserie Wilsy

Cabane à sucre Constantin

Cabane à pommes à l'érable de Labonté de la pomme

Cabane à sucre Lafrance

Calvaire d'Oka

Camping L'Escale

Centre d'interprétation de la courge

Cidrerie des générations

CCI2M

Chœur philharmonique du nouveau monde Basses-Laurentides

Cimetière de Saint-Eustache

Ciné-parc St-Eustache

Corporation Moulin Légaré

Domaine Lafrance

Domaine Pelchat Lemaître-Auger

Emeu Dundee

Espace muséal du manoir Globensky

Farsa cabane à sucre

Farsa traiteur

FAYS, Terroir chocolaté

Ferme Denis Lauzon

Ferme Roland Cloutier

Fondation de l'Église de Saint-Eustache

Fromagerie du Vieux-Saint-Joseph Bio
Idolem Saint-Eustache
Impéria Hôtel
Institut le Rameau d'Or
Jardins Kaizen
Les jardins Michel Corbeil
Jude pomme
Karting go kart dou dou
Labonté de la pomme, verger & miellerie
Ladouceur du terroir
Magasin de l'Abbaye d'Oka
La magie de la pomme
La maison lavande
Maison Chénier-Sauvé
Le Géraldine
Marché aux puces St-Eustache
Municipalité d'Oka
Municipalité Saint-Joseph-du-Lac
Municipalité Saint-Placide
Nid'Otruche
Noire et blanche microbrasserie
O'-Puces-Pocus, centre d'amusement
Parc national d'Oka
Pépinière Éco-Verdure
La petite église Cabaret Spectacle
Les produits d'antan, cabane à sucre Constantin
Restaurant Bistro Martini Grill
Resto Farsa-spécialiste
Route 8 Microbrasserie
Salle de quilles Place St-Eustache
Société des arts et culture Saint-Placide
Super aqua club
Tarterie du verger des musiques
Tomahawk Cycles
Torréfactorie
Tourisme Kanesatake
Traverse d'Oka
Verger et cidrerie Lacroix

Verger Fleuripom
Verger Joannette Bio
Verger Méli-Mélo
Verger Richard Legault
Verger Trottier
Vignoble les Vents d'Ange
Vignoble la Bullerie
Vignoble La Cantina
Vignoble Rivière du chêne
Ville de Deux-Montagnes
Ville de Saint-Eustache
Voile Sansoucy

BIENVENUE & NUMÉRIQUE MRC DEUX-MONTAGNES

NUMÉRIQUE :

Municipalité de Sainte-Marthe-sur-le-Lac

BIENVENUE :

Jeux d'Évasion D-Code

Fromagerie Victoria

Café Van Houtte Promenade Deux-Montagnes

MRC ARGENTEUIL



Abbaye orthodoxe de la protection de la mère de Dieu

Brasserie Sir John Brewing co.

Camping municipal et marina Brownsburg-Chatham

Centre commercial le Carrefour

Centre d'art Argenteuil

Centre musical CAMMAC

Centrale hydroélectrique de Carillon

Chambre de commerce et d'industrie Argenteuil

Harmonie gourmande – art de la table

Lachute aviation

Microtel Lachute

Municipalité Saint-André d'Argenteuil

Musée régional d'Argenteuil

Pétroles Bélisle et Bélisle

Rafting nouveau monde

Ranch Robert

Station 210

Traversier le Passeur

Ville Brownsburg-Chatham

Ville de Lachute

BIENVENUE & NUMÉRIQUE MRC ARGENTEUIL

BIENVENUE :

Salle de réception du Coteau

MRC THÉRÈSE DE-BLAINVILLE



CCITB

Fraisebec

Lait Charbonneau

Le Petit Théâtre du Nord

Megamaze Blainville, centre d'amusement

Micromusée du Plan-Bouchard

Odyscène

Place Rosemère

Restaurant Asteur

Tag E Karting et Amusement

Ville de Blainville

Ville de Boisbriand

Ville de Lorraine

Ville de Sainte-Anne-des-Plaines

Ville de Sainte-Thérèse

Ville de Rosemère

BIENVENUE & NUMÉRIQUE MRC THÉRÈSE-DE BLAINVILLE

BIENVENUE :

Cabane à sucre d'Amours

MRC MIRABEL



Alpagas Belarroyo
Au pays des petits fruits
Boucanerie Belle-Rivière
Chambre de commerce Mirabel
Club de Golf Bel-Air
Distillerie Côte des Saints
Domaine la noble chevauchée
Ferme Dausyl
Hébertisme Domaine Vert
Hydromellerie et distillerie Intermiel
Intermiel
Parc du domaine vert
Parc régional Bois de Belle-Rivière

BIENVENUE & NUMÉRIQUE MRC MIRABEL

BIENVENUE :

Cabane à sucre Au Pied de l'Érable

HORS RÉGION



Parc de la Rivière des Mille Îles (Laval)
Shawbridge microbrasserie et charcuteries
Le Saint Sau Pub Gourmand



POUR NOUS JOINDRE :



**450-491-4444
1-866-491-4449**



tourisme@basseslaurentides.com



basseslaurentides.com



**600, rue Dubois
Saint-Eustache, QC
J7P 5L2**

TOURISME
Basses Laurentides

