



La politique touristique a été adoptée le 19 juin dernier. De gauche à droite: Éric Westram, préfet de la MRC de Thérèse-De Blainville et maire de Rosemère, Claude Desjardins, président de Tourisme Basses-Laurentides, Nancie Ferron, vice-présidente de Tourisme Basses-Laurentides, Pierre Charron, préfet de la MRC de Deux-Montagnes et maire de Saint-Eustache et Scott Pearce, préfet de la MRC d'Argenteuil et maire du canton de Gore.

Une nouvelle politique touristique pour les MRC d'ici

Publié le 30/06/2023



Alycia Gauthier

agauthier@groupejcl.ca

Tourisme Basses-Laurentides (TBL) annonce l'adoption à l'unanimité d'une politique touristique par 3 MRC qui composent le territoire des Basses-Laurentides, soient la MRC d'Argenteuil, la MRC de Deux-Montagnes et la MRC de Thérèse-De Blainville. Cette politique, bâtie et mûrie depuis plusieurs mois, est une grande fierté pour l'organisme touristique ainsi que ses partenaires.

La région des Basses-Laurentides est dotée d'un fort dynamisme et d'une offre touristique distincte (paysages agricoles, escapades uniques, saveurs du terroir, récréotourisme et lieux historiques) qui lui confèrent une popularité auprès de la « clientèle d'un jour ». Il était incontournable de rallier l'ensemble des territoires administratifs qui constituent les Basses-Laurentides, et ce, afin de renforcer et compléter la proposition d'agrotourisme, de plein air et d'offre culturelle.

La politique en question

En adoptant la nouvelle politique touristique en mars dernier, les MRC se sont engagées à l'utiliser comme outil de planification des actions et des projets à prioriser afin d'unir tous les efforts autour d'une même vision pour le développement de la région, avec chacune leurs priorités stratégiques leur étant propres. Les objectifs sont, par exemple, d'allonger la durée des séjours, de mettre en place des outils de référencement entre les attraits, de promouvoir la marque Basses-Laurentides l'achat local et surtout la qualité et l'abondance de l'offre, de préserver le patrimoine, d'assurer la cohabitation résidents et visiteurs et d'impliquer la communauté dans le développement de projets de grande envergure. L'immensité du territoire et l'étalement géographique des points d'intérêt est un des motifs de la création de ce plan de route pour améliorer la coopération entre les parties impliquées, afin de travailler dans une formule de synergie et de complémentarité, pour parler d'une seule voix et de renforcer l'identité territoriale. En effet, le « faire ensemble » est ce qui dicte les grandes lignes de cette politique touristique. Parmi les mesures qui la composent, on note le développement de l'axe est-ouest (A640 et A50), la volonté d'augmenter la fréquentation des installations, l'amélioration des infrastructures, des transports, de l'hébergement, des attractions et des services, la stimulation des commerces locaux, en plus de mettre en avant le patrimoine unique qui fait la fierté des habitants du territoire.

Miser sur le tourisme

Le tourisme est un moteur économique puissant pour la région, entraînant la création d'emplois, stimulant les activités commerciales locales et générant des revenus qui peuvent être réinvestis dans le développement économique des Basses-Laurentides. Cette politique touristique vise donc à maximiser les avantages économiques, sociaux et environnementaux du tourisme tout en minimisant les impacts négatifs.

MOTS-CLÉS

MRC DE DEUX-MONTAGNES

TOURISME

TOURISME BASSES-LAURENTIDES

COMMENTEZ