

Ville de Québec: La nature au coeur de la relance de l'industrie touristique par Marie-Josée Blanchet

Économie · publié le 20 octobre 2020 · 2 commentaires

La ville de Québec se positionne en tourisme comme la destination qui allie nature, histoire et culture. Toutefois, l'industrie touristique a été mise à rude épreuve, et Québec ne fait pas exception. En l'absence de touristes en provenance de l'extérieur de la province, elle doit trouver une manière de se rapprocher des Québécois et de répondre à leurs attentes.



Cet été, ce fut une évidence : les Québécois ont recherché la nature, les plans d'eau (lacs, fl euve et rivières) et les grands espaces. La couronne verte de Québec en a bien profité. Toutefois, la ville de Québec, qui a souffert énormément de l'annulation des festivals et de l'ouverture tardive des musées et attractions, n'a pas connu une saison touristique à la hauteur des attentes et de son pouvoir d'attraction.

Afin de **tirer son épingle du jeu** dans cette nouvelle réalité, elle devra miser sur l'aspect nature, investir et innover dans sa stratégie de développement touristique afin d'amener les Québécois de toutes les régions à redécouvrir leur capitale!

LA NATURE AU CENTRE-VILLE : UN CONCEPT À EXPLOITER

À l'approche de l'hiver, la ville peut encore sauver sa saison touristique en mettant à l'avant-plan son côté nature. La bonne nouvelle, c'est qu'elle possède une richesse inestimable au cœur même du centre-ville, l'un des plus prestigieux parcs urbains au monde et parmi les plus importants parcs historiques du Canada: le parc des Champs-de-Bataille et ses plaines d'Abraham!

Endroit prisé par les citoyens pour effectuer leurs activités quotidiennes, également connu par les touristes pour les grands événements qui y sont organisés, les **plaines d'Abraham** ne sont toutefois pas exploitées à leur plein potentiel. La Ville gagnerait à investir dans ce joyau afin de bonifier les activités actuelles et d'y attirer les Québécois cet hiver.

Pourquoi ne pas rehausser la qualité des pistes de **ski de fond** et de **raquette à neige** en étirant la saison – en la faisant commencer plus tôt et terminer plus tard – grâce à l'ajout de neige artificielle, dynamiser les activités liées à l'anneau de glace des Plaines, aménager le territoire de manière à y promouvoir la **marche sportive** et, pourquoi pas, le **traîneau à chien** et les **sports de glisse**?

UN LEVIER POUR L'INDUSTRIE HÔTELIÈRE ET LES COMMERCES ENVIRONNANTS

Si Québec propose des activités sportives en nature et aménage des espaces chaleureux et festifs à l'extérieur des hôtels, restaurants et commerces environnants, tout le monde en profitera!

On peut déjà imaginer un touriste québécois qui part de son hôtel en skis de fond pour rejoindre des pistes sur les Plaines, ou une famille qui termine sa sortie en raquettes par une boisson chaude devant un foyer sur la terrasse d'un restaurant de la Grande Allée.

Ainsi, on garde nos gens dehors, en sécurité, mais on les fait bouger et on fait bouger l'économie.

Le capital naturel de la ville est riche, mais peu consolidé pour soutenir son attractivité. Il y a les Plaines, certes, mais aussi des atouts méconnus tels que la promenade Samuel-De Champlain, le parc linéaire de la Rivière-Saint-Charles, le Domaine de Maizerets ou encore la base de plein air de Sainte-Foy.

Avec les règles de distanciation qui seront maintenues encore un moment, il serait stratégique de consolider ou d'enrichir la programmation et la commercialisation (à l'aide de forfaits) de ces attractions, comme une **expérience client globale** se déclinant sur quatre saisons. Il faut encourager et prioriser l'innovation et l'ajout d'un volet animation/événement dans les grands espaces.

Par ailleurs, si la région demeure en zone rouge et que les touristes ne sont pas au rendez-vous au début de l'hiver, les Québécois auront besoin de sortir et de prendre l'air sans nécessairement s'éloigner de chez eux ou se mêler à d'autres personnes. Ce sera ainsi une occasion de faire vivre la **destination nature-hiver** de Québec à ses citoyens, de faire parler de la région sur les réseaux sociaux à travers l'expérience des Québécois... et peut-être même d'un youtubeur d'ici! Nous ne devons pas hiberner, mais plutôt saisir l'occasion de **montrer cette magnifique ville sous ses plus beaux attraits**.

Pourquoi ne pas envisager que des exploitants de **sites de plein air** se mobilisent avec les hôteliers afin de déployer une offensive pour maximiser le développement de l'expérience touristique de la ville? Pourquoi ne pas créer une **table d'experts** pour lancer l'idée, innover et propulser le mouvement?

La Ville de Québec et ses ressources de l'industrie du tourisme doivent saisir l'occasion d'investir dans un projet innovant d'offre touristique liée à la nature.



Marie-Josée Blanchet MBA I Directrice principale - Conseil en management Co-leader de la pratique Tourisme – Loisirs – Culture

Raymond Chabot Grant Thornton