



TOURISCOPE.CA

Plan montagnes de la Montérégie

Diagnostic et recommandations

21 mars 2023

En partenariat avec



TOURISME
MONTÉRÉGIE





TABLE DES MATIÈRES

1. MISE EN CONTEXTE	3		
1.1. La Montérégie et ses montagnes	4		
1.2. Une vision concertée du développement	5		
1.3. Les pressions subies	6		
2. MÉTHODOLOGIE	7		
3. PORTRAIT DE L'ÉCOSYSTÈME DES MONTAGNES	8		
3.1. Faits saillants	9		
3.2. Mont Saint-Bruno	14		
3.2. Mont Saint-Hilaire	22		
3.3. Mont Rougemont	31		
3.4. Mont Saint-Grégoire	39		
3.5. Mont Yamaska	47		
3.6. Mont Rigaud	53		
3.7. Initiatives en transition durable	60		
4. ANALYSE DES CHANGEMENTS CLIMATIQUES	64		
4.1. Les défis de la nouvelle réalité climatique	65		
4.2. Projections climatiques pour la Montérégie	66		
4.3. Impacts sectoriels	68		
5. ATTENTES ET COMPORTEMENTS DES CLIENTÈLES	71		
5.1. Attentes et comportements des visiteurs en Montérégie	72		
5.2. Attentes des voyageurs en regard du développement durable	76		
6. BONNES PRATIQUES	82		
6.1. L'intelligence collective au service de la transition	83		
6.2. Un réseau pour favoriser la mobilité douce	84		
6.3. Une marque à l'échelle d'un réseau	85		
6.4. Les produits locaux au cœur du territoire	87		
6.5. La collaboration pour une offre intégrée	88		
7. RÉFLEXION STRATÉGIQUE	89		
7.1. Tenir compte du besoin de conservation et de protection des montagnes	90		
7.2. Améliorer l'accès à la nature	91		
7.3. Faire vivre l'expérience de la montagne au sein du territoire élargi	92		
7.4. Encourager l'offre de produits agroalimentaires locaux chez les opérateurs touristiques	93		
7.5. Développer les options de mobilité durable vers les montagnes et sur le site	94		
7.6. Faciliter l'adaptation aux changements climatiques	95		
7.7. Encourager l'adoption de pratiques durables par les opérateurs	96		
8. RECOMMANDATIONS	97		
8.1. Une offre nature viable dans le contexte climatique de demain	99		
8.2. Un réseau de pôles montagnoux accessibles et cohérents	101		
8.3. Des pratiques durables chez les opérateurs, ancrés dans leur territoire	103		
9. ANNEXE	105		



1. MISE EN CONTEXTE

Dans le cadre d'une démarche du ministère du Tourisme du Québec, Tourisme Montérégie a entrepris de développer et mettre en œuvre, avec les acteurs clés, un Plan montagnes sur son territoire. L'objectif visé est d'appuyer la transition vers un tourisme plus responsable et durable ainsi que de renforcer la vitalité de ses communautés.

Son Plan montagnes misera avant tout sur :

- le développement ou la consolidation d'une offre touristique quatre saisons;
- le renforcement des chaînes d'approvisionnement local et la mise en valeur des produits du Québec;
- la concertation de tous les acteurs territoriaux et
- l'adoption de pratiques responsables et durables par les entreprises.

Afin de pouvoir élaborer son Plan montagnes, Tourisme Montérégie a mandaté TouriScope pour réaliser un diagnostic des six montagnes à l'étude :

- Mont Saint-Bruno
- Mont Saint-Hilaire
- Mont Rougemont
- Mont Saint-Grégoire
- Mont Yamaska
- Mont Rigaud

Ces montagnes sont situées sur un territoire agricole qui subit de grandes pressions d'urbanisation dues à sa

proximité avec d'importants bassins de population. Ces milieux naturels boisés, de petite superficie, isolés et fragmentés, ont une haute valeur écologique et sociale pour la population locale. Selon la Coalition des Montérégiennes, « on ne peut pas faire du développement touristique dans un milieu naturel à haute valeur écologique comme ailleurs ».

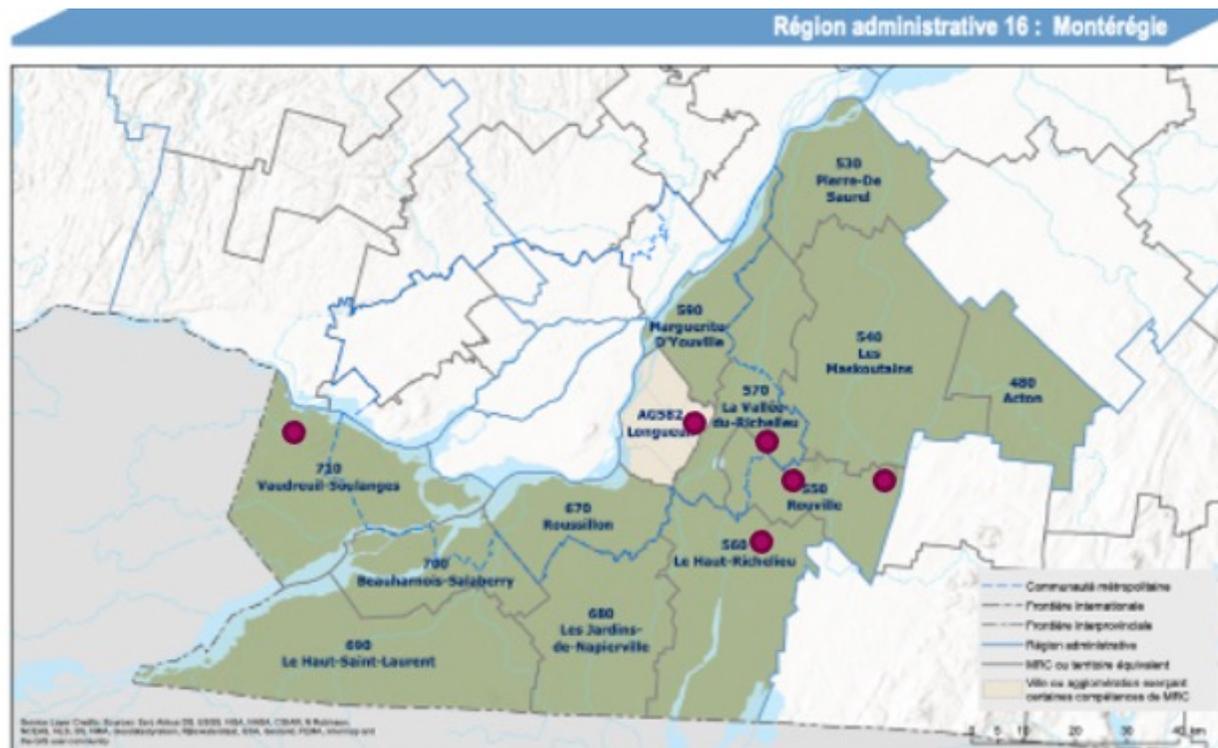
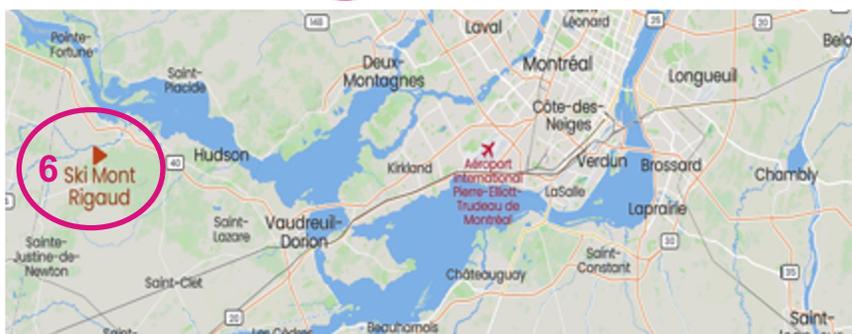
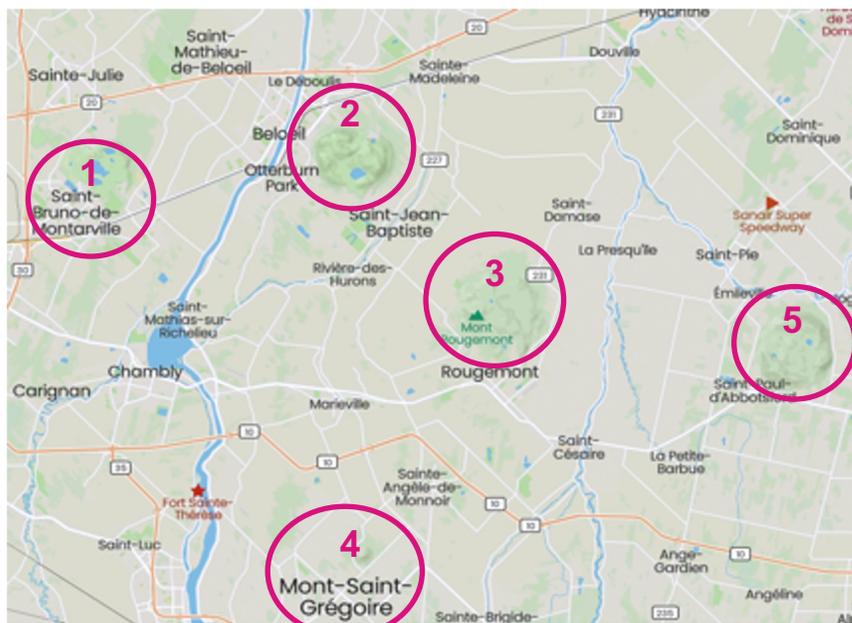
Face à une hausse marquée de l'achalandage dans les sentiers ainsi que des changements dans les comportements des visiteurs, et considérant les bienfaits de la nature sur la santé, un développement de l'offre touristique respectueux du milieu peut être envisagé.

Chose certaine, chacune de ces montagnes a une identité touristique distincte, qui s'exprime à travers des activités, attraits, villes et villages uniques situés directement sur ces monts et au pourtour. Ces caractéristiques en font des destinations attractives et dynamiques, avec une offre trois ou quatre saisons. La Montérégie possède plusieurs atouts qui lui permettront de s'engager dans la voie du tourisme de montagne durable, et ce, de façon résiliente afin de faire face aux défis des changements climatiques.



1.1. La Montérégie et ses montagnes

La région tient son nom des Collines Montérégiennes, au nombre de sept sur son territoire administratif. Sa localisation, son passé riche et son activité agroalimentaire en font une destination touristique de choix. Le mont Rigaud, dans la MRC de Vaudreuil-Soulanges, n'est cependant pas considéré comme une Colline Montérégienne. Dans le cas de cette étude, les six montagnes suivantes ont été analysées.



Source: ministère des Affaires municipales et de l'Habitation

1: mont Saint-Bruno; 2: mont Saint-Hilaire; 3: Rougemont; 4: mont Saint-Grégoire; 5: mont Yamaska; 6: mont Rigaud.



1.2. Une vision concertée du développement

Depuis 2003, une démarche d'envergure est en cours afin de protéger les Collines Montérégiennes, d'une grande importance écologique et sociale, contre différentes pressions (présentées en page suivante). Cette démarche est réalisée par la CRÉ Montérégie Est en collaboration avec ses partenaires de la Communauté Métropolitaine de Montréal, du ministère du Conseil exécutif (MCE), de la CRÉ de l'agglomération de Longueuil, de la CRÉ Montréal et de la CRÉ de l'Estrie.

Ces travaux ont été pris en considération afin de dresser le présent portrait de l'écosystème de montagne.

► Une vision commune du territoire a déjà été adoptée

Il convient, pour l'industrie touristique, d'adopter la vision commune définie par cette démarche. La voici :

En 2025, la **population est sensibilisée** à l'importance de protéger les Montérégiennes et reconnaît la **valeur identitaire de ce patrimoine collectif**. **L'ensemble des Montérégiennes est protégé et mis en valeur** par un aménagement intégré du territoire réalisé dans le respect du patrimoine naturel, historique, culturel et paysager. [...] Les acteurs politiques et socio-économiques partagent une vision commune de la protection et de la mise en valeur des Montérégiennes dans le respect des spécificités de chacune des collines.

LES Montérégiennes éléments du patrimoine du Québec



Diagnostic et identification de enjeux relatifs
à la protection et à la mise en valeur
des collines montérégiennes



CRÉ Montérégie Est. 2012. Les Montérégiennes : éléments du patrimoine du Québec. Diagnostic et identification des enjeux relatifs à la protection et à la mise en valeur des collines montérégiennes. McMasterville, Québec. 100p.



1.3. Les pressions subies

Les montagnes montérégiennes font face à de multiples pressions qui peuvent nuire à leur protection et leur mise en valeur. Plus particulièrement :

- au paysage ;
- aux éléments de l'environnement naturel ;
- aux activités économiques et de mise en valeur telles que le tourisme, l'agriculture, etc. ;
- au patrimoine culturel, historique et bâti.

Dans le rapport diagnostic réalisé en 2012, le Conseil régional de l'environnement de la Montérégie et la Communauté métropolitaine de Montréal ont étudié l'ampleur globale des pressions sur chacune, basée sur la sévérité, l'étendue géographique et l'irréversibilité du dommage.

C'est sans surprise que ces pressions figurent parmi les préoccupations prioritaires de plusieurs des parties prenantes interrogées dans le cadre de la présente démarche.

Légende

★	Très élevée	La pression détruit ou élimine des enjeux justifiant la protection ou la mise en valeur.
■	Élevée	La pression dégrade des enjeux justifiant la protection ou la mise en valeur.
⬡	Modérée	La pression dégrade de façon modérée des enjeux justifiant la protection ou la mise en valeur.
●	Faible	La pression n'affecte que légèrement des enjeux justifiant la protection ou la mise en valeur.
△	Nulle	Pression non présente sur cette colline

Pressions	Mont Royal	Mont Saint-Bruno	Mont Saint-Hilaire	Mont Rougemont	Mont Saint-Grégoire	Mont Yamaska	Mont Shefford	Mont Brome	Mont Mégantic	Ensemble des Montérégiennes
1. Développement résidentiel, commercial et touristique	⬡	★	■	⬡	●	⬡	★	★	⬡	★
2. Agriculture et acériculture	△	●	⬡	●	●	●	●	●	●	●
3. Production d'énergie et extraction (carrières, gaz, éoliennes)	△	■	■	■	●	■	⬡	●	●	■
4. Corridors de transport et services (routes et lignes de services)	■	■	⬡	⬡	●	●	■	■	⬡	■
5. Utilisation des ressources biologiques (chasse, cueillette, récolte de bois, etc.)	●	●	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	⬡	●	⬡
6. Activités récréatives non harmonisées avec le milieu	■	■	■	⬡	●	⬡	●	■	●	■
7. Modification des systèmes naturels (feux, barrages, etc.)	●	⬡	■	●	●	●	⬡	●	●	⬡
8. Espèces envahissantes (espèces exotiques et indigènes problématiques)	■	■	■	⬡	●	⬡	⬡	●	●	■
9. Pollution (atmosphérique, hydrologique, sonore, etc.)	⬡	⬡	⬡	●	●	●	⬡	●	●	⬡
10. Événements géologiques (glissement de terrain, avalanches, séismes)	●	●	⬡	△	●	△	●	●	△	●
11. Changements climatiques	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
12. Conversion des usages fonciers (tout changement d'administration, de zonage ou d'occupation du sol)	■	■	■	■	△	●	●	●	△	■
13. Considérations administratives (divergence de visions et d'application réglementaire)	★	★	⬡	■	●	■	●	⬡	●	★

N. B. Ne faisant pas partie des collines Montérégiennes, le mont Rigaud n'a pas été étudié ci-dessous.



2. MÉTHODOLOGIE

Voici les étapes de la méthodologie utilisée pour mener à bien cette étude :

1. Analyse de la documentation pertinente

De nombreuses sources documentaires provenant des diverses parties prenantes sur le territoire ont été analysées: planifications stratégiques, plans d'action, portrait de l'industrie touristique et de ses acteurs, liste des attraits, sondages, etc. Elles proviennent de Tourisme Montérégie et de nos recherches.

2. Écoute des parties prenantes

Dix-neuf entrevues individuelles et une table de discussion avec le comité de la CAR ont été organisées afin de comprendre les enjeux et besoins territoriaux, les projets mis en place, les opportunités à saisir, etc.

3. Portrait de l'écosystème des montagnes

Les attraits sur et au pourtour des montagnes ont été identifiés et cartographiés, à partir de la liste des membres de Tourisme Montérégie et de recherches en ligne. En complément, les parties prenantes impliquées sur chaque montagne ont été présentées, incluant leur champ d'intervention principal.

4. Recherche de données secondaires

Des données secondaires provenant de sources multiples ont

permis de dresser un portrait des :

- changements climatiques en Montérégie et leurs impacts sur le tourisme;
- comportements et attentes des visiteurs en ce qui concerne le développement durable;
- initiatives inspirantes mises en place par des régions montagneuses.

5. Réflexion stratégique

Une convergence des étapes précédentes a permis d'identifier les champs d'action possibles pour Tourisme Montérégie. Il s'agit des principales priorités pour répondre aux enjeux et saisir les opportunités afin d'atteindre les objectifs du Plan montagnes.

6. Atelier de réflexion

Un atelier d'une demie journée a eu lieu en janvier dernier, réunissant 28 personnes représentant des organisations impliquées sur ces montagnes. Cela a permis d'identifier des opportunités et de prioriser les champs d'action.

7. Recommandations

Trois grandes recommandations ont été émises afin de guider Tourisme Montérégie dans l'atteinte des objectifs du Plan montagnes.



3. PORTRAIT DE L'ÉCOSYSTÈME DES MONTAGNES

Cette étape a pour objectif de dresser un portrait de la région et de ses montagnes. En réalisant le portrait de l'écosystème de chaque montagne, une vision claire de l'offre, des acteurs et des enjeux se détachera et permettra de bien comprendre le contexte actuel.

Lors des consultations, des enjeux communs à la région ainsi qu'à l'ensemble des montagnes ont été relevés et sont présentés au début de cette section.

D'autre part, les éléments suivants sont présentés pour chacune des montagnes:

1. Les attraits sur, au pourtour et en périphérie de la montagne*;
2. Les principaux acteurs ayant des actions impactant la montagne;
3. Les principaux constats et enjeux spécifiques à la montagne.

* L'offre de restauration au pourtour de la montagne ne tient compte que de celle des membres de Tourisme Montérégie.





3.1. Faits saillants

Tableau comparatif résumé

L'analyse de l'offre touristique sur et au pourtour des montagnes, ainsi que les consultations auprès des parties prenantes, ont permis de brosser un portrait comparatif global de ces montagnes. Il présente leurs caractéristiques qui pourraient faciliter l'atteinte des objectifs du plan Montagnes. Il s'agit de leurs principales caractéristiques et non d'un portrait exhaustif.

Caractéristiques	Mont Saint-Bruno	Mont Saint-Hilaire	Mont Rougemont	Mont Saint-Grégoire	Mont Yamaska	Mont Rigaud
Protection actuelle du territoire	50%	45%	8%	25%	moins de 1%	7% (estimation)
Volonté de protéger davantage		✓	✓	✓	✓	✓
Grand nombre de propriétés privées		✓	✓		✓	✓
Accès public important à la montagne	✓	✓		✓		✓
Grand nombre d'attrait <u>sur</u> la montagne				✓		✓
Volonté de développement touristique	✓		✓	✓		✓
Concentration d'activités agrotouristiques		✓	✓	✓		
Offre actuelle 4 saisons	✓	✓		✓		✓

3.2. Entrevues auprès des parties prenantes – Constats généraux

► Les montagnes sont des milieux naturels rares en Montérégie et doivent être protégées

- Les montagnes sont de très petits territoires isolés et fragmentés dont l'importance écologique est cruciale pour la biodiversité.
 - 25% du territoire est protégé légalement (entre 0,5% à 74% selon la montagne).¹
- La connectivité entre les milieux naturels doit être améliorée pour permettre à la faune et à la flore de s'adapter aux changements climatiques.
- Les montagnes, situées en territoire périurbain, sont soumises à une forte pression d'urbanisation en raison de la croissance démographique: développement résidentiel, commercial, touristique et récréatif.
- Des espèces exotiques envahissantes sont présentes et aucun acteur ne s'occupe de la sensibilisation des adeptes de plein air, etc.
- Du travail demeure en matière de sensibilisation aux bons comportements à en nature, car il y aura toujours de nouveaux utilisateurs.

► L'accès à la nature dans la région est insuffisant, considérant ses bienfaits sociaux

- L'accès à la nature est très recherché, car il contribue à la santé et à la qualité de vie. Il est important que les

individus puissent passer du temps en nature pour l'apprécier et la valoriser.

- La fréquentation touristique sur les montagnes a augmenté avec la pandémie et démontre un besoin grandissant d'accès à la nature.
- La demande excède la capacité des infrastructures et du milieu naturel à certains moments. Cela se manifeste à travers le manque de places de stationnement qui amène les gestionnaires à adopter différentes stratégies de gestion des flux.
- Selon les montagnes, l'achalandage n'est pas concentré de la même manière au cours des saisons et il existe une volonté de la part des acteurs de mieux répartir les flux de visiteurs.

► La population locale perçoit parfois négativement le développement touristique

- Le tourisme et le développement de sentiers souffrent parfois d'une perception négative de la part des résidents surtout s'il y a peu de retombées locales attendues et quelques nuisances anticipées (circulation, stationnement).
- Il existe une pression financière sur les citoyens des territoires où il n'y a pas d'autres types d'industries (capacité de payer).

¹ CRÉ Montérégie Est. 2012. Les Montérégiennes : éléments du patrimoine du Québec. Diagnostic et identification des enjeux relatifs à la protection et à la mise en valeur des collines montérégiennes. McMasterville, Québec. 100p.

➤ **Il est nécessaire de s'adapter aux changements climatiques**

- Les changements climatiques affectent les saisons (raccourcissement, baisse de la qualité de la neige, agrotourisme), ce qui en retour affecte les opérations des entreprises touristiques (ex : location de crampons au lieu de raquettes).
- L'augmentation des coûts pour les opérateurs est à prendre en considération face aux changements climatiques (entretien des infrastructures, aménagements, etc.).
- L'impact des changements climatiques sur la pratique du ski se fait sentir dans le sud du Québec.

➤ **La mobilisation des acteurs touristiques pour la transition est un défi**

- Les entreprises et autres opérateurs manquent de connaissances sur le développement durable et les possibilités d'actions. Ils manquent de connaissances techniques pour mettre en place certains projets.
- La pénurie de main-d'œuvre impose des limites sur le rythme de transition des opérateurs : manque de temps et de personnel (essoufflement).
- Certains opérateurs davantage préoccupés par la rentabilité sont plus difficiles à mobiliser surtout s'ils

n'ont pas accès ou ne connaissent pas les possibilités de financement.

- L'approvisionnement local n'est pas généralisé aujourd'hui malgré l'abondance de producteurs locaux en Montérégie.
- Les stations de ski ont des besoins d'investissements majeurs.

➤ **L'empreinte environnementale du transport est importante**

- Le transport compte pour la majorité de l'empreinte environnementale des montagnes, car la majorité des visiteurs s'y rendent en voiture individuelle.
- Cela s'explique par leur éloignement des centres urbains et un manque d'offre en matière de transport actif et collectif depuis les bassins de population.

➤ **Des enjeux de gestion du territoire sont présents**

- Chaque montagne a une réalité différente au niveau de la propriété (en majorité privée ou publique) et de la gestion ce qui a un impact sur les possibilités d'action.

► **Clientèle et main-d'œuvre**

- La proximité d'un bassin de clientèle potentielle conséquent (Montréal et environs).
- Un achalandage régional déjà réparti sur 4 saisons.
- Un fort sentiment d'appartenance des locaux à « leur montagne » à cultiver et à mobiliser.
- La main-d'œuvre en tourisme est jeune et plus conscientisée à la transition durable, elle démontre une grande volonté de s'engager.
- La population en Montérégie est plus jeune qu'ailleurs au Québec.

► **Infrastructures et territoire**

- Les MRC et les municipalités priorisent de plus en plus les enjeux de développement durable dans leurs plans, stratégies et projets.
- La Montérégie peut compter sur la proximité géographique d'un vaste bassin de producteurs locaux, notamment au niveau agroalimentaire.
- L'accroissement démographique pourrait favoriser le développement du transport.
- La Montérégie a le plus grand réseau cyclable au Québec (en nombre de kilomètres asphaltés).

► **La collaboration à l'échelle régionale**

- Un organisme voué à la protection et à la mise en valeur est en place pour chacune des montagnes. D'autres organismes en environnement œuvrent dans la région. Tous collaborent.
- Une vision de plus en plus collaborative à l'échelle régionale.
- Un mouvement québécois positif à l'échelle de la prise de conscience de la nécessité de l'action, spécifiquement de l'action climatique (86 % croient à la nécessité d'agir).

► **Développement de compétences et soutien**

- La nécessité d'outiller les acteurs touristiques des montagnes et le personnel d'accueil.
- Cela passe notamment par la « démystification » du développement durable et des possibilités d'agir de chacun.
- Des initiatives comme la sensibilisation au développement durable en lien avec le plein air ou des exemples de pratiques adaptables dans les entreprises ou des parcours d'accompagnement avec des experts sont jugées comme pertinentes.
- Les acteurs de la montagne pourraient bénéficier de soutien en lien avec la gestion des flux de personnes.

► **Concertation et leadership**

- Une organisation devrait prendre le lead à l'échelle de la région.
- La concertation est au cœur de la transition.
- La collaboration doit être assurée pour favoriser l'accès à la nature, notamment des jeunes.
- Un maillage entre les attraits est attendu.

► **Accès et aide au financement**

- Les besoins en financement ressortent grandement comme nécessité pour assurer la transition durable.
- Notamment des financements pour des projets en développement durable, l'adaptation aux changements climatiques, des plans de conservation ou l'acquisition de terrain.
- Outre l'accès au financement, la récurrence de ceux-ci est également un besoin important.
- Écoconditionnalité : des critères de durabilité devraient être mis en place dans les programmes de financement.



3.2. Mont Saint-Bruno

MRC :

- Agglomération de Longueuil
- Vallée-du-Richelieu
- Marguerite-D'Youville

Ville sur la montagne :

- Saint-Bruno-de-Montarville

Villes à proximité :

- Saint-Basile-le-Grand
- Sainte-Julie



Sommet: 218 m – territoire protégé : 50 %

- Le parc national du Mont-Saint-Bruno couvre une grande partie de la colline (8.9km²) avec 27 km de sentiers pédestres. Il accueille plus de 1,4 M de randonneurs, skieurs ou cyclistes par année.
- Quelque 200 espèces d'oiseaux, 500 espèces de plantes herbacées, 37 espèces d'arbres et une trentaine d'espèces de mammifères sont répertoriées dans le parc seulement.
- On y retrouve cinq lacs et un moulin du 18e siècle, une ancienne carrière située sur le flanc ouest devenue un grand lac et une tourbière exceptionnelle à proximité.
- Le grand nombre de visiteurs, la surpopulation de cerfs de Virginie ainsi que le développement urbain sur les flancs de la colline font partie des facteurs qui contribuent à fragiliser la biodiversité des milieux naturels de cette colline.

Source: <https://coalitionmonteregiennes.ca/>

► **Constats**

- La montagne est située dans une zone périurbaine et 50 % de son territoire est protégé. Plusieurs paliers gouvernementaux sont propriétaires des terrains.
- Présence de deux acteurs touristiques majeurs : Ski Mont-Saint-Bruno et la Sépaq offrent une grande diversité d'activités récréotouristiques et engendrent une pression sur les milieux naturels.
- Il s'agit de la seule montagne à offrir des expériences nautiques.
- La station de ski offre des activités sur 3 saisons (rien au printemps) et le parc national sur 4 saisons.
- Clientèle de nouveaux arrivants (de Montréal ou locaux)

► **Vision**

- La station de ski a une vision de croissance :
 - Souhaite attirer davantage de skieurs en soirée;
 - Souhaite développer son offre estivale par le vélo de montagne, les événements sportifs et par d'autres projets.
- Le parc national de la Sépaq a pour mission la conservation, l'éducation et l'accès au plein air. Il œuvre actuellement à améliorer l'accessibilité à la montagne.
- La MRC Vallée-du-Richelieu va orienter son prochain schéma d'aménagement sur la protection des milieux naturels.

► **Enjeux**

- Le Mont Saint-Bruno est la montagne située la plus près de Montréal et la pression de développement aux alentours est particulièrement forte.
- L'achalandage est très élevé, le Parc national du Mont-Saint-Bruno est le plus fréquenté du réseau de la Sépaq.
- L'enjeu de l'accessibilité et de l'offre de mobilité durable est très important pour le parc national, la MRC et de plus en plus pour la station de ski. Plusieurs initiatives sont mises en place, dont Skibus, de nouvelles dessertes en transport en commun, etc.
- La bonne gestion des matières résiduelles fait partie des priorités de pratiques durables pour la station de ski et le parc national.
- La rétention de la main-d'œuvre est une préoccupation, et il y a une volonté de pérenniser les emplois à l'année à travers le développement d'une offre 4 saisons.
- L'impact des changements climatiques sur la pratique du ski se fait sentir dans le sud du Québec. Le Mont Saint-Bruno n'y échappe pas et aura besoin d'investissements pour diversifier ses activités.
- L'approvisionnement local est bien implanté dans le parc national, mais pas à la station de ski.



- À l'échelle locale, les acteurs agissent dans tous les champs d'intervention à l'exception du soutien au développement.
- Ces acteurs sont plus nombreux à agir en planification et réglementation, et ce, tant au niveau local, régional que provincial et national.

Mont-Saint-Bruno

Les principaux acteurs territoriaux

et leur relation avec la montagne





Attraits présents sur le Mont Saint-Bruno

Il y a seulement quatre attraits sur le Mont Saint-Bruno. Cependant, les trois premiers sont d'importants lieux touristiques reconnus en tant que produits d'appel pour la région de la Montérégie. L'offre se concentre sur des activités de plein air : randonnée, ski de fond, ski alpin, raquettes, fatbike, etc. Une offre de bien-être et de cyclotourisme complète les activités.

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
PARC NATIONAL DU MONT-SAINT-BRUNO	Attrait offrant une expérience naturelle et historique à la fois en raison de son moulin historique, son verger, sa faune et flore ainsi que ses cinq lacs. Activités possibles pour les groupes scolaires et corporatifs ainsi que les familles, sur les 4 saisons. Endroit idéal pour faire des activités de plein air : randonnées pédestres, cueillette, ski de fond, fatbike, etc.	Nature et plein air
SKI SAINT-BRUNO	Attrait offrant des activités hivernales, estivales et automnales, dont le ski et des randonnées dans le feuillage coloré du Québec. Le centre de ski offre différents services de loisirs et a un restaurant. Idéal pour les familles et les groupes d'amis.	Nature et plein air
SPA FÔRENA	Cité thermale offrant une diversité d'expériences telles que bains thermaux, massages et soins esthétiques. On y propose également des mets culinaires inspirés par l'Islande, l'Allemagne et la Russie. Endroit idéal pour réaliser une expérience de ces trois cultures.	Bien-être et nature
SENTIER CYCLABLE OKA-MONT-ST-HILAIRE	Ce sentier de 143 km relie les trois parcs nationaux de la CMM (Oka, îles de Boucherville et Mont-Saint-Bruno) ainsi que le Centre de la Nature Mont Saint-Hilaire. Il assure également une connectivité avec les réseaux cyclables locaux, régionaux et nationaux.	Cyclotourisme

Attraits présents sur le pourtour du Mont Saint-Bruno

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
CENTRE ÉQUESTRE MONT-BRUNO	Propose différentes activités afin de permettre à la clientèle de pratiquer l'équitation dans un environnement sécuritaire et enchanteur au pied du Mont Saint-Bruno.	Nature et plein air/Loisirs
DOMAINE SAINT-BASILE - LOUIS LURTON & FILS	Issus d'une famille très reconnue dans le monde vinicole français, les propriétaires de ce vignoble situé à Saint-Basile-le-Grand cultivent des cépages locaux et y élaborent des vins québécois qui montrent tout leur savoir-faire et l'importance qu'ils accordent à la qualité et au caractère unique de leurs produits.	Agrotourisme
MARCHÉ PUBLIC DE SAINT-BRUNO	Situé Place du Village, le marché se tient toute l'année, sauf exception : les samedis de juin à octobre, une fois en novembre, ainsi qu'une nouvelle édition mensuelle après les fêtes, de février à mai. Producteurs, commerçants et artisans locaux (une trentaine d'exposants) y offrent une variété de produits frais et de qualité, au fil des saisons. Les visiteurs peuvent aussi faire des découvertes chaque semaine avec les différentes thématiques dynamiques qui permettent de mettre en valeur les produits, les artisans, les producteurs et les commerçants du marché.	Agrotourisme



Géolocalisation des attraits présents sur et au pourtour du Mont Saint-Bruno



[Visualiser la carte en détail](#)

-  Aventure et plein air
-  Agrotourisme et saveurs régionales
-  Spa et soins de santé

Note: Le sentier cyclable n'est pas représenté.

Attraits situés en périphérie, membres de Tourisme Montérégie (1/2)

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
ÉLECTRIUM (HYDRO-QUÉBEC)	Centre d'interprétation permettant aux groupes scolaires et familles de découvrir le phénomène de l'électricité dans la nature, mais également dans le corps humain. L'attrait est ouvert à l'année longue et les visites sont gratuites!	Activités diverses
DISTRICT 1 LASERTAG	Attrait offrant du lasertag pour les activités corporatives, familiales, scolaires et les camps de jour. Il y a également un mur d'escalade augmenté et des ravitaillements pour tous les âges. Différents forfaits sont disponibles pour les groupes et il est possible de participer à des événements.	Activités de divertissement
RÉCRÉOFUN SAINT-BRUNO	Endroit idéal pour faire des fêtes d'enfants et pour les activités familiales. Il y a différents jeux, dont une arène de balles mousse, des trampolines bungee et plus encore. Une zone arcade est également disponible en plus d'un casse-croûte, mais aussi possible d'apporter un lunch.	Activités de divertissement
CLUB DE GOLF DE LA VALLÉE DU RICHELIEU	Club de golf privé familial et chaleureux offrant un complexe de golf prestigieux imbriqué dans la nature. Deux parcours de golf, niveau championnat, sont disponibles en plus d'une aire de pratique multifonctionnelle idéale pour l'entraînement. Le lieu offre également des services en restaurations, des soirées thématiques ainsi que des activités corporatives (p. ex. banquets, tournois de golf, etc.).	Nature et plein air/Loisirs
COMPLEXE JULIE-QUILLES	Attrait offrant l'activité des quilles pour tous les groupes d'âge. Il y a la possibilité du jeu libre, de tenir des anniversaires et des activités de groupe. Un restaurant est également disponible sur place.	Loisirs

Attraits situés en périphérie, membres de Tourisme Montérégie (2/2)

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
ESPACE TONIK	Attrait offrant l'intégration dans une forêt aménagée favorisant différents activités et projets en plus du ressourcement tout en étant actif. Les activités comprennent divers types de cardio, de méditation guidée, d'un club de lecture et encore plus. Il est également possible de tenir des événements privés et corporatifs. Partie intégrante des projets Quartier Lumicité et Vilamo à Sainte-Julie.	Nature et plein air/Bien-être
LABYRINTHE GALAXIE	Attrait offrant une activité familiale ou scolaire permettant d'amener son pique-nique et de réaliser un parcours dans un labyrinthe. Idéal pour les familles, l'attrait offre la possibilité de s'immerger dans l'univers du Minotaure. Différents événements sont organisés, dont l'autocueillette de citrouilles, des balades en soirée et même une rencontre avec le Minotaure en personne.	Activités diverses
SPA DI'ORO	Centre de santé médico-esthétique offrant la possibilité de réaliser des expériences thermales, des soins esthétiques et des massages. Une variété de traitements est disponible!	Bien-être
SPARTANFIT	Endroit pour réaliser des activités d'entraînements intensifs. Possibilité de réaliser des cours de groupe et des parcours d'obstacles. Différents circuits adaptés à tous ayant pour objectif le dépassement de soi.	Activités diverses
CF PROMENADES ST-BRUNO	Centre d'achat offrant une variété de boutiques pour tout genre. En plus, l'attrait offre une diversité de restaurants, de produits frais ainsi que de délices culinaires grâce à son nouveau marché.	Activités diverses



3.3. Mont Saint-Hilaire

MRC :

- Vallée-du-Richelieu

Ville sur la montagne :

- Mont-Saint-Hilaire

Municipalités limitrophes :

- McMasterville
- Saint-Jean-Baptiste
- Otterburn Park
- Saint-Marc-sur-Richelieu
- Beloeil
- Saint-Mathias-sur-Richelieu
- Saint-Charles-sur-Richelieu
- Sainte-Marie-Madeleine

Sommet: 411 m - territoire protégé : 45 %

- Il fait partie de la Réserve de la biosphère du mont Saint-Hilaire reconnue par l'UNESCO; celle-ci est la plus vieille Réserve de biosphère du Canada.
- Le mont Saint-Hilaire comprend la Réserve naturelle Gault de l'Université-McGill qui est accessible au public et qui protège près de 1 000 hectares de milieux naturels.
- C'est environ 1 000 espèces de plantes, 800 espèces de papillons et 200 espèces d'oiseaux qui sont présentes dans la Réserve de la biosphère.
- Des espèces vulnérables telles que le martinet ramoneur et la tortue serpentine y sont recensées.

Source: <https://coalitionmonteregiennes.ca/>



Photo : Connexion Nature

► **Constats**

- La gestion de cette montagne implique quelques grands acteurs. Elle a un statut de conservation particulier très restrictif. C'est une Réserve de la biosphère de l'UNESCO et elle abrite des activités de recherche scientifique de l'Université McGill. 45 % du territoire est protégé.
- Il y a déjà une offre d'activités et une fréquentation 4 saisons.
- Il y a une grande production agricole compatible avec l'agrotourisme à proximité.
- La MRC de la Vallée-du-Richelieu prévoit d'orienter son prochain schéma d'aménagement sur la protection des milieux naturels.
- Les gestionnaires ont mis en place un système de réservation obligatoire pour la visite, qui a eu plusieurs bénéfices : augmentation de la fréquentation globale tout en ayant une meilleure répartition des flux, réduction des tensions avec le voisinage.

► **Vision**

- Les acteurs de la montagne ont une vision de préservation et ne souhaitent pas aller vers le développement de nouvelles activités. Certains acteurs aimeraient aller vers la décroissance.
- Le développement touristique pourrait néanmoins se faire dans le «piedmont» (sentier autour de la

montagne). Cela nécessiterait l'acquisition de terrains ou la négociation de droits de passage.

► **Enjeux**

- Surfréquentation exerçant une pression sur le milieu naturel ainsi qu'une dégradation de l'expérience de visite.
- La capacité des infrastructures et surtout du stationnement est insuffisante par rapport à la demande.
- Des tensions entre le voisinage et les visiteurs sont dues au trafic qui se forme lorsque le stationnement est plein.
- Il y a un manque de concertation entre les propriétaires de terrains sur la montagne et dans le piedmont, et les opérateurs touristiques.

► **Adaptation**

- Nécessité d'investir annuellement pour s'adapter:
 - Apparition de changements au niveau des besoins de location d'équipement (crampons au lieu des raquettes).
 - Augmentation des frais d'entretien (déglacage, espèces envahissantes, etc.)
- Développement de protocoles d'urgence pour assurer la sécurité des usagers.

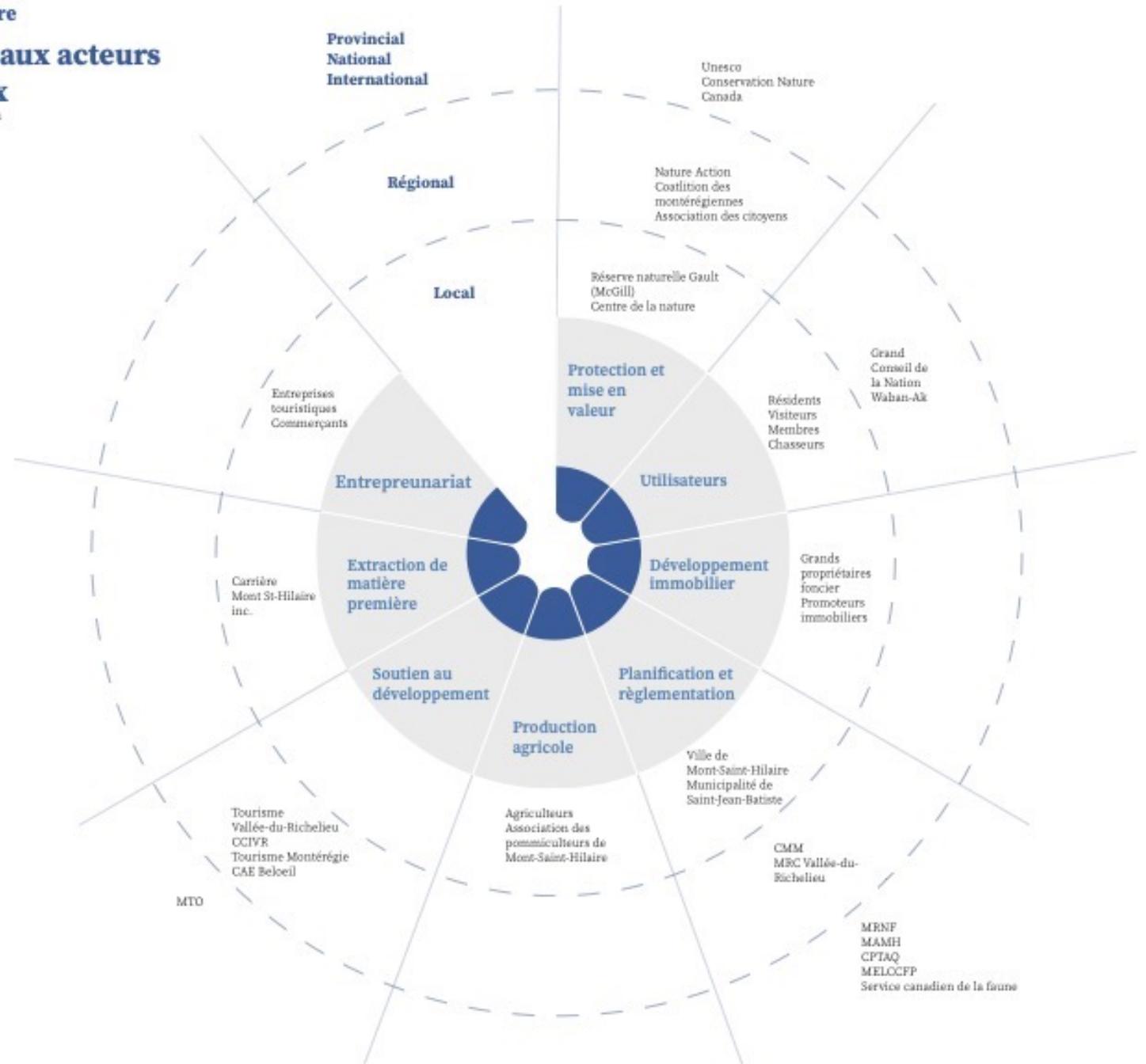


Mont-Saint-Hilaire

Les principaux acteurs territoriaux

et leur relation avec la montagne

- À l'échelle locale, les acteurs agissent dans tous les champs d'intervention à l'exception du soutien au développement.
- Ces acteurs sont plus nombreux à agir en planification et réglementation, et ce, tant au niveau local, régional que provincial et national.
- Un grand nombre d'acteurs agissent pour la protection et la mise en valeur.





Attraités présents sur le Mont Saint-Hilaire

Il y a cinq attraités sur le Mont Saint-Hilaire. Les quatre premiers ont la caractéristique de se marier avec la nature environnante, reflétant l'importance accordée à la protection de ce lieu. Ainsi, on retrouve une réserve naturelle, un spa, un vignoble de petite taille et un verger biologique. Un élément de transport actif, le sentier cyclable Oka-Mont-Saint-Hilaire, vient compléter le tableau.

ATTRAITÉS	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
RÉSERVE NATURELLE GAULT DE L'UNIVERSITÉ MCGILL	Laboratoire vivant à découvrir offrant des sentiers pédestres et étant sujet à des activités de recherche et d'enseignement. La réserve naturelle est ouverte à l'année longue. Possibilité de faire de la randonnée, d'observer les oiseaux et même de suivre des visites autoguidées.	Nature et plein air
STROM SPA NORDIQUE	Attrait construit en plein cœur de la réserve naturelle Gault offrant différentes activités de détente telles que des expériences thermales, des traitements thérapeutiques et des soins esthétiques. Le tout, étant intégrés complètement dans la nature. Restauration également disponible sur place.	Bien-être/Nature
VIGNOBLE LES MURMURES	Voisine de la réserve Gault, cette entreprise de petite taille, en opération depuis 20 ans, mise surtout sur l'accueil et la rencontre avec les gens.	Agrotourisme
DOMAINE DE CAVEL VERGER BIOLOGIQUE/ CIDRERIE & DISTILLERIE	Verger certifié biologique depuis 1999 situé sur le flanc sud de la montagne. Cidrerie, distillerie et terrasse avec service de restauration. Cueillette de pommes possible en saison.	Agrotourisme
SENTIER CYCLABLE OKA-MONT-ST-HILAIRE	Ce sentier de 143 km relie les trois parcs nationaux de la CMM (Oka, îles de Boucherville et Mont-Saint-Bruno) ainsi que le Centre de la Nature Mont Saint-Hilaire. Il assure également une connectivité avec les réseaux cyclables locaux, régionaux et nationaux.	Cyclotourisme



Attraits présents sur le pourtour du Mont Saint-Hilaire (1/2)

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
FLANC NORD, VERGER ET CIDRERIE	Attrait réputé pour ses pâtisseries, cidres et accueil. Le milieu est facile d'accès et offre différentes activités telles que des ballades en tracteur, des aires de pique-nique, des animaux et encore plus. L'endroit offre la possibilité de faire de la cueillette.	Agrotourisme
VERGERS PETIT & FILS	Attrait offrant l'autocueillette comme principale activité. D'autres activités sont possibles telles que la mini-ferme, un labyrinthe géant, des promenades en tracteur, des dégustations de cidre et encore plus. Il y a également une crêperie et une boutique sur place.	Agrotourisme
VERGER LA VIEILLE CAVE	Attrait offrant l'autocueillette de prunes, poires et pommes. Possibilité de se procurer une multitude de produits transformés à la boutique du verger. Terrain de jeux disponible sur place et possibilité de faire des pique-niques.	Agrotourisme
VERGER SULLIVAN-RAYMOND	Attrait permettant l'autocueillette, la vente de produits maison de la pomme, du maïs sucré cuit sur place, un comptoir gourmand et plus encore. Événements privés et corporatifs disponibles, mais sur demande.	Agrotourisme
LES 7 FRUITS DU CHÂTEAU	Dans un environnement champêtre et tranquille, il est possible d'y profiter des bienfaits de la nature. Sur place : jus de pomme fraîchement pressé, musique, grande variété de pommes et de fruits, tels que cerises, abricots, prunes, poires. Vente de produits dérivés.	Agrotourisme
DOMAINE DU FLANC-SUD	Le Domaine du Flanc Sud est spécialisé dans la production de cerises griottes, de bleuets et de pommes en autocueillette.	Agrotourisme
CHOCOLATERIE LA CABOSSE D'OR	Endroit offrant des produits chocolatiers, de crème glacée et de pâtisseries. Des activités sont également disponibles sur place telles qu'un mini-golf, un salon de thé et un musée.	Saveurs régionales
ALPAGAS DU DOMAINE POISSANT	Attrait offrant des activités de la ferme ayant pour objectif de se recentrer sur les autres êtres vivants et sur soi. Il est possible de faire des balades avec alpagas, du yoga avec les alpagas ou une visite guidée de la ferme. Possibilité d'acheter des produits d'alpagas à la boutique du domaine.	Nature et plein air



Attraits présents sur le pourtour du Mont Saint-Hilaire (2/2)

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
LA MAISON DES PEUPLES AUTOCHTONES	Musée offrant un lieu de partage, de rapprochement et d'échanges sur les peuples autochtones. Des activités muséales, environnementales et gastronomiques sont disponibles sur place.	Culture et patrimoine
DOMAINE DE ROUVILLE	Possibilité de faire du camping et diverses activités comme le golf ou de la glissade d'eau à l'aquaparc. Des spectacles sont également offerts sur place. Sentiers non officiels dans la montagne.	Activités diverses
MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONT-SAINT-HILAIRE	Attrait offrant des expositions et des activités en présentiel, mais également en virtuel liées à l'art ou à des artistes connus comme Ozias Leduc et Paul-Émile Borduas. Idéal pour les activités jeunesse, scolaires, familiales et même pour les adultes.	Art, culture et patrimoine
DOMAINE OZIAS-LEDUC	Appartenant au Musée des beaux-arts de Mont-Saint-Hilaire, cet endroit est un centre d'interprétation destiné à faire connaître l'œuvre et la pensée de ce maître, affectueusement nommé «le sage de la montagne» par ses contemporains.	Art, culture et patrimoine



Géolocalisation des attraits présents sur et au pourtour du Mont Saint-Hilaire



[Visualiser la carte en détail](#)

-  Hébergement
-  Agrotourisme et saveurs régionales
-  Aventure et plein air
-  Culture
-  Spa et soins de santé



Attraités situés en périphérie, membres de Tourisme Montérégie (1/2)

ATTRAITÉS	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
BRASSEURS DU MOULIN	Attrait offrant des bières artisanales, des cocktails et de la cuisine simple. Le tout, dans un cadre décontracté sur terrasse.	Saveurs régionales
ET CAETERA	Restaurant offrant la cuisine méditerranéenne avec concept « apportez votre vin ». Idéal pour les activités entre amis, en couple ou en groupe. S'inspire de diverses cultures grecque, latine, arabe et Moyen-Orientale.	Gastronomie
QUARTIER GÉNÉRAL VIEUX-BELOEIL	Produits de restauration issus d'artisans locaux ou de proximité, dont des cafés de microtorréfaction, des pâtisseries maison, etc.. Les produits sont travaillés de manière prioritaire avec les communautés locales.	Saveurs régionales
COLECTIVO CAFÉ BOULANGERIE PRODUITS FUMÉS INC.	Attrait offrant une gamme de produits de haute qualité et faits de façon artisanale. Les produits incluent du café, des pâtisseries, des produits de boulangerie, du BBQ et produits fumés et encore plus.	Saveurs régionales/Gastronomie
CAFÉ DU PASSEUR	Camion de cuisine de rue proposant à la population un concept novateur, centré sur une expérience de convivialité et de retrouvailles.	Gastronomie
VOITURES ANCIENNES DU QUÉBEC INC.	Il s'agit d'un club de voitures anciennes du Québec où différentes expositions estivales de véhicules d'époque sont disponibles.	Culture et patrimoine/Festival et événements
ROUTE DES ARTS DU RICHELIEU	Attrait permettant de visiter des ateliers d'art. Offre un circuit créatif lié à l'art dans la région de la Vallée-du-Richelieu et possibilité d'acheter des objets d'art et d'artisanat.	Art et culture



Attraités situés en périphérie, membres de Tourisme Montérégie (2/2)

ATTRAITÉS	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
HÔTEL RIVE GAUCHE REFUGE GOURMAND	Attrait idéal pour des séjours corporatifs ou des réunions d'affaires et juste à 20 minutes de Montréal. Offre une expérience culinaire idéale pour les œnophiles et épicuriens. Un service d'autopartage 100% écologique et unique est offert à tous les clients. Endroit idéal pour des réceptions et d'autres types d'événements comme les mariages.	Hébergement / Événementiel
CAMPING TERRASSE SAINT-MARC	Situé à proximité des rives de la rivière Richelieu, ce camping chaleureux, familial et paisible offre plus de 382 emplacements. Il dispose d'installations de loisirs variées et propose des activités pour tous les goûts et besoins des campeurs, quel que soit leur âge.	Hébergement
MAURICE JEANNOTTE ÉRABLIÈRE	Attrait offrant un menu de cabane à sucre à l'année ainsi que des mets pour emporter. Comprend également une salle de réception pour réunion ou congrès.	Saveurs régionales/ Gastronomie/Événementiel
MOUTON VILLAGE	Lieu pour réaliser des mariages ou des événements corporatifs.	Événementiel
DOMAINE VINÉTERA	Attrait offrant l'autocueillette de citrouilles, de raisins et de tournesols, des produits de l'érable et des dégustations de vins, fromages et charcuteries. Possibilité de suivre des visites guidées sur place et de faire des pique-niques.	Agrotourisme
MAGIE DE L'AIR	Magie de l'air permet de réaliser des envolées (excursions aériennes) au-dessus du Richelieu. En plus, il est possible de découvrir le fonctionnement des montgolfières en participant au gonflement ainsi qu'à l'assemblage de celles-ci. Bien pour les activités corporatives.	Activités diverses



3.4. Mont Rougemont

MRC :

- Vallée-du-Richelieu
- Les Maskoutains
- De Rouville

Municipalité sur la montagne :

- Rougemont

Municipalités sur le pourtour :

- Saint-Jean-Baptiste
- Saint-Damase

Villes limitrophes :

- Marieville
- Saint-Césaire

Sommet: 390 m - territoire protégé : 8 %

- Le mont Rougemont s'étend sur une superficie de 30 km².
- Cette colline est reconnue entre autres pour ses vergers et ses vignobles qui se sont développés autour de la colline dès les années 1870-1880.
- Elle abrite près de 800 espèces végétales et plus de 200 espèces animales, dont une quarantaine d'espèces très rares. On y retrouve des arbres matures avec des cavités naturelles qui sont indispensables à la survie de la chouette, du canard branchu et du grand pic.
- Partagée par 300 propriétaires, cette colline est entièrement de tenue privée et l'accès public y est limité, outre le club de raquettes et ski de fond.

Source: <https://coalitionmonteregiennes.ca/>



Photo : Municipalité de Rougemont

► **Constats**

- La protection des milieux naturels humides et boisés est une priorité locale malgré le fait que seulement 8 % du territoire aient un statut de protection.
- Les activités agricoles, notamment l'acériculture, et forestière, sont encore bien présentes.
- La MRC de la Vallée-du-Richelieu va orienter son prochain schéma d'aménagement sur la protection des milieux naturels.

► **Enjeux**

- Il y a peu d'accès public à la montagne.
- Il y a une majorité de petits propriétaires privés réticents à accorder des droits de passage pour le développement de sentiers.
- Il y a quelques activités récréatives dans le piedmont visant davantage une clientèle locale : campings, un réseau de ski de fond et raquette et quelques opérateurs en agrotourisme (cidrerie, érablière).
- Présence d'un réseau de sentiers illégaux ou non officiels fréquentés par des gens qui sortent des sentiers . Cela présente certaines répercussions sur le milieu naturel et cause des conflits d'usage entre les utilisateurs (VTT, chasseurs, propriétaires privés).

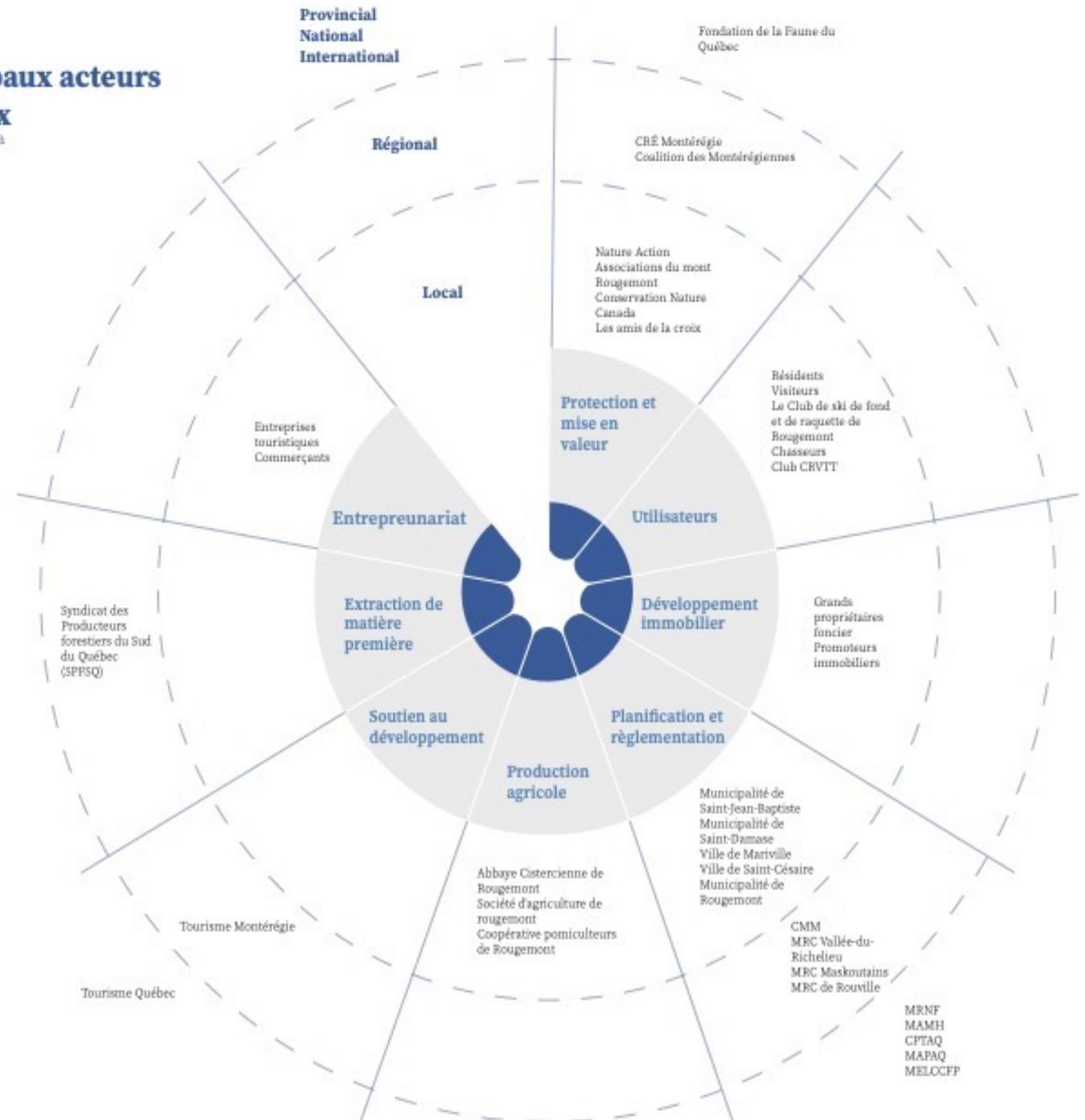


Rougemont

Les principaux acteurs territoriaux

et leur relation avec la montagne

- À l'échelle locale, aucun n'acteur n'est recensé pour le soutien au développement et l'extraction de matière première.
- Toujours localement, cinq acteurs agissent envers la protection et la mise en valeur.
- Le territoire touche un grand nombre d'acteurs liés à la planification et la réglementation.





Attraités présents sur le Mont Rougemont

Il y a cinq attraités sur le Mont Rougemont. L'un de ceux-ci, la cidrerie, est un lieu touristique reconnu en tant que produit d'appel pour la région de la Montérégie. L'offre se concentre sur des activités de plein air : randonnée, ski de fond, camping et sur la vente de produits à saveur régionale.

ATTRAITÉS	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
CIDRERIE MICHEL JODOIN	Cidrerie certifiée « Aliments du Québec », celle-ci offre différentes activités telles que des dégustations ou des combos randonnée-dégustation. Des formules 5 à 7, avec dégustation de cidre, sont disponibles pour les adultes ainsi que les groupes corporatifs. Elle vend également des produits à sa boutique.	Agrotourisme/ Événementiel/Nature et plein air
SENTIERS JEAN-BAPTISTE-JODOIN	4,6 km de sentiers dans la montagne sont accessibles par la cidrerie Michel Jodoin entre 9h et 15h tous les jours. Le parcours vous conduit à un belvédère d'où vous pourrez admirer les vergers en toutes saisons. Il est recommandé de porter des souliers de randonnée ou des raquettes en hiver et d'avoir une bouteille d'eau afin de s'assurer d'une randonnée agréable.	Nature et plein air
CLUB SKI DE FOND ET RAQUETTE DE ROUGEMONT	Le club propose 20km de sentiers balisés et entretenus, situés sur les terrains de propriétaires privés sur le mont Rougemont. Il y a un pavillon d'accueil au public. Ouvert de la mi-décembre à la mi-mars. Payant.	Nature et plein air
POTAGER MONT-ROUGE HALTE GOURMANDE	Attraité offrant l'autocueillette de fruits et légumes ainsi que des activités à la ferme. Les activités liées à l'agroalimentaire sont de mises avec une trampoline géante à l'extérieur, un labyrinthe de maïs, des balades en tracteurs, etc. Une boutique est également disponible pour acheter des produits de la ferme.	Agrotourisme
CAMPING AU PIED DU MONT	Situé au pied du Mont Rougemont, la conservation de son état naturel en fait un site unique pour le plein air. Le Mont Rougemont est idéal pour la randonnée en montagne et la localisation du camping est parfaite pour des vacances en famille.	Hébergement

Attraits présents sur le pourtour du Mont Rougemont (1/2)

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
ABBAYE CISTERCIENNE	L'Abbaye propose différents services tels que visite de l'église, hôtellerie (retraite personnelle ou prêchée), cueillette de pommes et de poires en saison, vente de produits alimentaires faits sur place.	Patrimoine, hébergement, gastronomie et saveurs régionales
AUBERGE LE FRUIT DÉFENDU	Attrait permettant de s'intégrer à la nature avec la possibilité de dormir dans un milieu tranquille auprès d'une maison ancestrale. Service personnalisé en restauration et hôtellerie parfaits pour un séjour de repos.	Hébergement/Nature/ Gastronomie
VIGNOLE ET CIDRERIE COTEAU ROUGEMONT	Attrait offrant l'expérience en escapade du domaine, des événements ou réceptions ainsi que des dégustations de vins et de cidres. Possibilité d'acheter des produits en ligne ou de déguster sur une terrasse sur place.	Saveurs régionales/Événements
DOMAINE CARTIER-POTELLE	Domaine offrant une variété d'activités telles que des vendanges, des dégustations de vins et de cidres, des paniers pique-nique, de l'autocueillette de pommes, des visites audioguidées ainsi qu'une boutique pour découvrir différents produits. Endroit également idéal pour réaliser des 5@7 et des visites guidées de groupes.	Saveurs régionales/Événements
DOMAINE DE LAVOIE	Possibilité de déguster des vins ou des cidres ainsi que d'effectuer des visites guidées permettant de découvrir le monde viticole et cidricole. Boutique disponible en ligne et sur place.	Saveurs régionales

Attraits présents sur le pourtour du Mont Rougemont (2/2)

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
ÉRABLIÈRE MONT-ROUGE	Attrait intéressant pour se procurer des produits érabliers ou pour réaliser des activités festives entre famille ou amis à la cabane à sucre. Possibilité d'avoir un feu de camp privé et de faire des activités extérieures comme des balades en cheveux et autres activités extérieures. Projet de sentiers sur la montagne sur leur terrain.	Agrotourisme / Plein air
LES QUATRE FEUILLES	Lieu de restauration offrant l'expérience cabane à sucre, mais peut être aussi réservé pour des mariages ou autres événements familiaux et des événements corporatifs.	Agrotourisme / Événementiel
ROUTE DES VINS DE LA MONTÉRÉGIE	18 producteurs répartis sur 414 km en Montérégie, dont 2 se trouvent sur le pourtour du Mont Rougemont	Agrotourisme
LA ROUTE DES CHAMPS Piste cyclable	Piste cyclable reliant Chambly à Granby, en passant près du Mont Rougemont et du Mont Yamaska. Itinéraire champêtre asphalté à 90%, parsemé de quelques hébergements certifiés Bienvenue Cyclistes. Halte officielle à Rougemont.	Nature et plein air



Géolocalisation des attraits présents sur et au pourtour du Mont Rougemont



[Visualiser la carte en détail](#)

-  Hébergement
-  Agrotourisme
-  Aventure et plein air
-  Restauration
-  Histoire et culture religieuse

Note: La piste cyclable et la route des vins ne sont pas représentées.

Attraits situés en périphérie, membres de Tourisme Montérégie

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
LA RÔTISSERIT	Restaurant témoignant du passé puisque bâti sur une vieille fondation de pierre et ayant un fumoir rotatif, qualifié d'exceptionnel dans le milieu de la restaurant. Les viandes sont cuisinées selon un style texan. Endroit idéal pour les amis, les groupes ainsi que les familles.	Gastronomie/Culture et patrimoine
BISTRO SAINT-FRANÇOIS	Restaurant gastronomique ayant 3 à 4 services et étant situé au Golf Saint-Césaire.	Gastronomie
LE MILLENOTRE-DAME/BURTON	Restaurant offrant la possibilité d'apporter son propre vin. Le chef est un Français, originaire d'Alsace ayant reçu sa formation en France.	Gastronomie
MANOIR RAMEZAY	Attrait offrant une intrigue historique comme c'est le premier presbytère-chapelle de la région (1801). Le manoir offre un service d'hôtellerie, de restauration et de spa urbain. Idéal pour relaxer en toute intimité et en ressourcement.	Hébergement/Restauration/ Bien-être
LA CHAMPENOISE	Milieu offrant des forfaits clé en main pour des mariages, des événements corporatifs et des réceptions. Produits du terroir offerts.	Événementiel/ Saveurs régionales
CHEMIN DES SEPT Verger biologique et cidrerie	Le verger propose l'autocueillette en saison. La cidrerie est située à Saint-Jean-Baptiste est ouverte au public durant la saison des pommes. Achat de cidres, dégustation et pique-nique dans le verger.	Agrotourisme
VERGER DU MOULIN	En automne, autocueillette de pommes. Il est aussi possible de profiter des produits de nos récoltes : cidres et jus de pomme, frais et 100% naturel.	Agrotourisme
MARCHÉ DE NOËL DE MARIEVILLE	Événement réunissant plusieurs producteurs et artisans. L'événement se déroule près du temps des Fêtes. Intéressant pour réaliser des activités en famille telles que des tours de train, de l'animation, etc.	Activités diverses/ Événements



3.5. Mont Saint-Grégoire

MRC :

- Haut-Richelieu

Municipalité sur la montagne :

- Mont-Saint-Grégoire

Ville limitrophe :

- Sainte-Brigide-d'Iberville



Sommet: 251 m - territoire protégé : 25%

- Bien que ce soit la plus petite en superficie des Montérégiennes, ce n'est pas la moins haute. Son sommet dépasse ceux du Mont Royal et du Mont Saint-Bruno.
- Les randonneurs peuvent profiter des sentiers aménagés par l'organisme CIME-Haut Richelieu pour découvrir les attraits naturels du mont Saint-Grégoire et accéder au sommet.
- La montagne est reconnue pour ses nombreuses érablières et supporte entre autres trois écosystèmes forestiers exceptionnels (EFE).
- Ses falaises offrent un habitat propice à la nidification du faucon pèlerin.

Source: <https://coalitionmonteregiennes.ca/>

► **Constats**

- Le Mont Saint-Grégoire est le plus petit des six monts à l'étude.
- CIME est propriétaire de la majorité des terrains et gère un court sentier pédestre payant d'une durée d'environ 1h – accessible à l'année.
- L'acériculture demeure la principale exploitation de cette colline.

► **Vision**

- La priorité est à la conservation.
- La capacité de support de la montagne est déjà atteinte pour la majorité de l'année. Certaines périodes comme la saison hivernale ou les jours de semaine pourraient accueillir encore un peu de visiteurs.
- Le développement de nouveaux sentiers est exclu.
- CIME souhaite augmenter son achalandage en semaine en adaptant son offre à de nouvelles clientèles, grâce à de meilleures infrastructures : CPE, personnes âgées, petits groupes d'affaires.
- L'allongement de la durée de séjour autour de la montagne constitue une voie de développement qui pourrait être intéressante.

► **Enjeux**

- Il existe peu d'entreprises touristiques autour de la montagne. L'achalandage généré par la montagne a peu de retombées économiques sur le territoire.
- Absence de transport en commun et d'accès sécuritaire à vélo depuis la municipalité. La MRC aurait cependant un projet sur la mobilité durable.
- Surachalandage.
- Absence de vitrine pour les produits locaux (ne sont pas dans les marchés publics par exemple) .

► **Adaptation**

- Le maintien des infrastructures en place engendre des coûts, notamment pour l'entretien des sentiers en vue de s'adapter à l'augmentation des précipitations et à l'érosion.

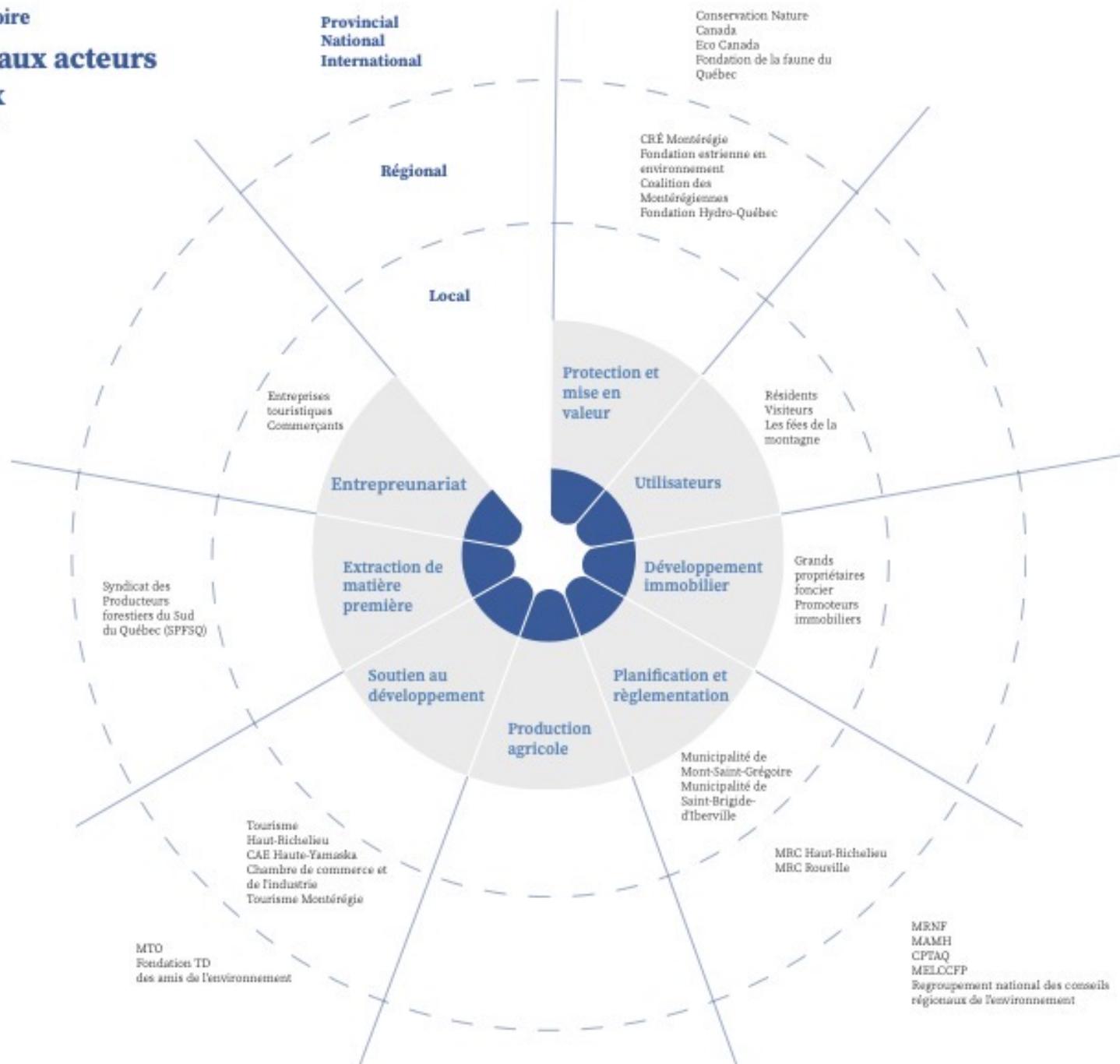


- Aucun acteur n'agit à l'échelle locale pour la protection et la mise en valeur.
- Le territoire peut compter sur plusieurs acteurs œuvrant pour le soutien au développement à l'échelle régionale.

Mont-Saint-Grégoire

Les principaux acteurs territoriaux

et leur relation avec la montagne





Attraités présents sur le Mont Saint-Grégoire

Le mont Saint-Grégoire est connu pour ses érablières que l'on retrouve sur la montagne et son pourtour. Sur la montagne, on retrouve également des activités de plein air à caractère familial et éducatif ainsi que des vergers ouverts à l'autocueillette, un autre produit d'appel de la région. Pour compléter, il est possible de voir la montagne sous un autre angle, soit du haut des airs, en montgolfière, une activité qui est annuellement célébrée lors de l'International des Montgolfières.

ATTRAITÉS	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
CIME HAUT-RICHELIEU	Le centre d'interprétation du milieu écologique du Haut-Richelieu est une réserve naturelle reconnue offrant la possibilité de suivre des sentiers de randonnée donnant accès au mont Saint-Grégoire. Il y a également des services éducatifs en sciences de la nature, autant pour adultes qu'enfants. Tout ceci, dans l'esprit de la conservation!	Nature et plein air
VERGERS, CIDRERIE ET ÉRABLIÈRE DENIS CHARBONNEAU	Cet attrait propose la cueillette d'une grande variété de pommes et autres fruits. On y retrouve également une boutique où l'on peut se procurer une grande quantité de produits, pour la plupart provenant de leurs vergers, cidrerie ou érablière. Il est aussi possible de savourer des crêpes bretonnes traditionnelles à leur crêperie ou de s'approvisionner à la cidrerie.	Agrotourisme/Saveurs régionales/Événementiel
ST-GREG AVENTURES (ARBRASKA)	Cet attrait offre la possibilité de faire plusieurs activités de plein air en étant complètement intégré dans un milieu naturel : UPLÀ, parcours dans les arbres (nuit et jour), des rallyes ainsi que des randonnées pédestres. L'endroit permet de réaliser des activités de familles, mais également des activités pour les groupes corporatifs.	Nature et plein air
LES DOMAINES ROKA	Verger biologique proposant l'autocueillette ainsi que des produits dérivés de la pomme et du miel	Agrotourisme
BALAD'AIR	Balad'Air permet de réaliser des envolées (excursions aériennes) au-dessus du Richelieu. En plus, il est possible de découvrir le fonctionnement des montgolfières en participant au gonflement ainsi qu'à l'assemblage de celles-ci.	Activités diverses

Attraits présents sur le pourtour du Mont Saint-Grégoire (1/2)

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
ÉRABLIÈRE AU SOUS-BOIS	Érablière offrant plusieurs activités, dont manger des produits érabliers, des sentiers de randonnée, une ferme, des balades avec chevaux, la démonstration de la fabrication du produit érable. Il s'agit d'une cabane à sucre classique accompagnée d'une boutique vendant des produits érabliers.	Agrotourisme
ÉRABLIÈRE LA GOUDRELLE	Érablière offrant la dégustation de produits érabliers. Il est possible de faire des activités, dont la danse, un parc d'animaux, des jeux intérieurs et extérieurs (parcours d'hébertisme), des balades motorisées ou tirées par des chevaux ainsi que des randonnées comme il y a des sentiers pédestres à proximité.	Agrotourisme / Plein air
ÉRABLIÈRE AU TOIT ROUGE	Érablière offrant un repas de cabane à sucre ainsi que de nombreuses activités	Agrotourisme
ÉRABLIÈRE À LA FEUILLE D'ÉRABLE	On vous invite à redécouvrir la tradition du temps des sucres grâce à un repas de cabane à sucre traditionnel, dans un décor chaleureux au charme d'antan et une atmosphère conviviale et familiale.	Agrotourisme
MARATHON DES ÉRABLES	Plus gros happening gourmand du printemps proposant plusieurs distances en plein cœur des magnifiques érablières du Mont-Saint-Grégoire. Le Marathon est certifié par Athlétisme Canada et est un qualificatif pour le Marathon de Boston.	Festivals et événements

Attraits présents sur le pourtour du Mont Saint-Grégoire (2/2)

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
CIDRERIE LÉO BOUTIN	Attrait offrant la possibilité de cueillir des pommes et de participer à des événements. Cidrerie sur place et possibilité de manger des crêpes bretonnes.	Agrotourisme/Événementiel
VERGER DE LA MONTAGNE	Situé à flanc de montagne, sur le versant nord du Mont-Saint-Grégoire. Entreprise familiale exploitée par une troisième génération de Duchesne. La production de pommes y est en continuelle évolution; le mini-musée en témoigne d'ailleurs.	Agrotourisme
AUBERGE L'INSENSÉ	À la fois gîte et restaurant, cet établissement s'est donné comme objectif de collaborer avec le plus de producteurs locaux possible.	Hébergement/Gastronomie
LES SOINS CORPORELS L'HERBIER	Entreprise offrant une boutique écologique avec divers produits pour le corps et cheveux, le visage ainsi que des produits professionnels. Une grande variété de produits naturels et purs sont disponibles pour les spas, les centres de santé et d'autres types de centres de soins spécialisés. L'objectif de l'entreprise est d'offrir des produits écoresponsables.	Magasinage



Géolocalisation des attraits présents sur et au pourtour du Mont Saint-Grégoire



[Visualiser la carte en détail](#)

- Hébergement
- Agrotourisme
- Aventure et plein air
- Boutique spécialisée
- Divertissement

Note: Le Marathon des érables n'apparaît pas sur la carte.

Attraits situés en périphérie, membres de Tourisme Montérégie (1/2)

ATTRAI TS	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
PARC ÉCOPÊCHE	Environnement écologique permettant de participer à des activités de pêche. Activités à réaliser en famille.	Nature et plein air
FERME CADET ROUSSEL	Première terre agricole biologique protégée à perpétuité au Québec. Ferme biodynamique et partenaire du Réseau de fermiers de famille dans le projet des fermiers de famille. Certifiée bio par Écocert Canada et biodynamique par Demeter. Cet établissement possède également une boutique.	Saveurs régionales
CLUB QUAD LE RIVERAIN	Le Club Riverain VTT est un club d'hiver qui s'occupe des sentiers de la région de Mont-Saint-Grégoire.	Nature et plein air
JARDINS DE VERSAILLES	Ferme proposant des produits frais et transformés. Autocueillette de bleuets en saison.	Agrotourisme
VERGER PIERRE TREMBLAY ET FILS INC.	Vergers proposant de l'autocueillette et de nombreuses activités pour amuser toute la famille.	Agrotourisme/Activités diverses
ÉRABLIÈRE AU PALAIS SUCRÉ	Possibilité de déguster un succulent repas traditionnel de cabane à sucre dans une atmosphère familiale et chaleureuse. De plus, une salle de réception complètement rénovée est disponible pour divers événements.	Agrotourisme/Événementiel
AU SAUCISSON VAUDOIS	Établissement proposant des charcuteries et des fromages du Québec, de la Suisse et d'autres pays européens.	Saveurs régionales
GÎTE COLIBRIS	Un Gîte couette et café (Style Bed & Breakfast).	Hébergement
RODÉO DE STE BRIGIDE	Festival annuel se tenant au début du mois d'août.	Festivals et événements



3.6. Mont Yamaska

MRC :

- De Rouville

Municipalité sur la montagne :

- Saint-Paul-d'Abottsford

Ville limitrophe :

- Sainte-Pie

Sommet: 416 m - territoire protégé : moins de 1 %

- Le mont Yamaska est reconnu pour ses vergers, ses vignobles ainsi que pour ses cabanes à sucre.
- C'est l'une des Montérégiennes les mieux conservées dû à son faible achalandage touristique. On y a recensé 23 espèces à statut précaire et des efforts particuliers sont produits pour connecter ce massif avec les autres milieux naturels de la Haute-Yamaska.
- Cette colline est entièrement de tenue privée et l'accès public y est limité.

Source: <https://coalitionmonteregiennes.ca/>



Photo : Nature Action Québec

► **Constats**

- Il n'existe pas d'accès public sur la montagne actuellement.
- Il y a une majorité de petits propriétaires privés. Des opérateurs touristiques (vignoble, érablière) ont aménagé des sentiers sur leur terrain.
- La MRC a mentionné que la municipalité de Saint-Paul-d'Abbotsford aurait un projet de développement d'un sentier public pour la randonnée pédestre.
- Les activités agricoles (acériculture et autres) et forestières dominent sur cette montagne, dont très peu de la superficie est protégée (1 %).

► **Enjeux**

- Les propriétaires privés sont généralement réticents à accorder des droits de passage pour développer des sentiers.



Mont Yamaska Les principaux acteurs territoriaux et leur relation avec la montagne

- Les acteurs du territoire agissent localement dans toutes les sphères à l'exception de l'extraction de matière première et du soutien au développement
- Le territoire ne compte aucun acteur lié à la protection et la mise en valeur à l'échelle nationale.





Attraités présents sur le Mont Yamaska

Il y a trois érablières ouvertes au public sur le Mont Yamaska, ainsi qu'un vignoble. Le mont est également un lieu de départ de parapente et de deltaplane. L'endroit est très réputé au Québec chez les adeptes de vol libre.

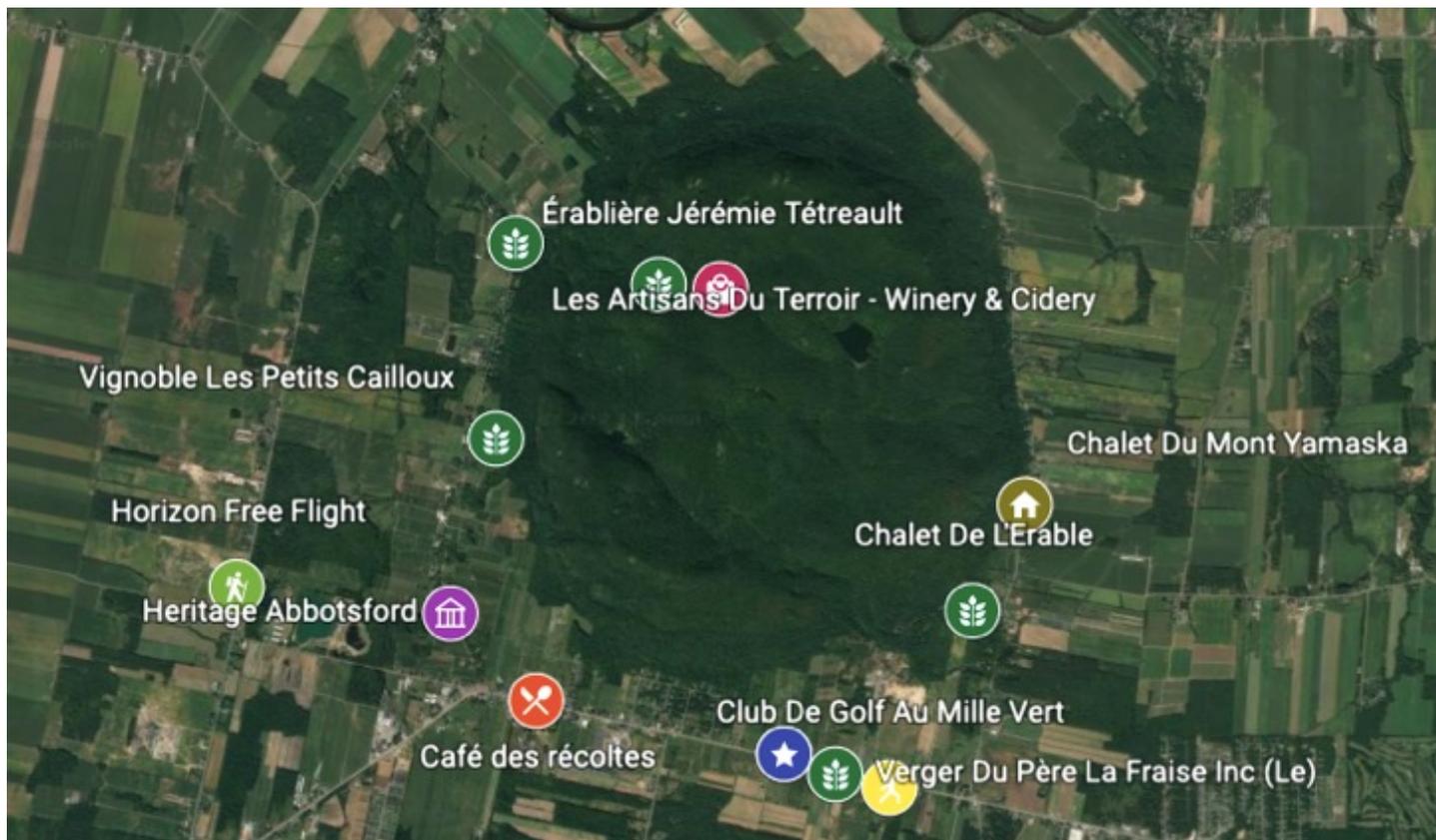
ATTRAITÉS	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
VIGNOBLE LES PETITS CAILLOUX	Attrait offrant différentes expériences telles que des visites guidées, des sentiers dans une érablière et sur le mont Yamaska, une réservation de soirées ainsi que des couchers du soleil exceptionnels. Il est possible de déguster des vins tout en profitant d'un gazebo sur place. Endroit intéressant pour des événements privés ou corporatifs également. Seul accès public autorisé à la montagne.	Agrotourisme
ÉRABLIÈRE LE MONTAGNARD	Érablière de plus petite taille proposant des repas traditionnels de cabane à sucre, en saison.	Agrotourisme
CHALET DE L'ÉRABLE	Cabane à sucre, boutique des produits de l'érable et restaurant ouvert à l'année	Agrotourisme
ÉRABLIÈRE J. TÉTRAULT	Érablière avec boutique de produits d'érable	Boutique spécialisée
HORIZON VOL LIBRE	Le mont Yamaska est un des principaux sites au Québec pour le deltaplane et le parapente. N.b. Un accident a eu lieu en 2021 et l'école de vol libre avait fermé. Cependant elle a repris ses activités depuis.	Nature et plein air



Attraits présents sur le pourtour du Mont Yamaska

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
HÉRITAGE ABBOTSFORD	Attrait patrimonial rassemblant deux églises protestantes environnées par des vergers de fleurs. Il se distingue par son ancienneté et son intégrité tout en étant dans un paysage exceptionnel. Reconnu, en 2004, par le gouvernement du Québec comme un trésor patrimonial.	Culture et patrimoine
VIGNOLE LES ARTISANS DU TERROIR	Attrait intéressant, car offre des assemblages de raisins hybrides. Possibilité de déguster des vins, de faire des pique-niques, d'acheter des fruits frais du verger, et de visiter le vignoble tout court.	Agrotourisme
VIGNOLE COTEAU ST-PAUL	Endroit offrant l'autocueillette de pommes et de raisons en étant dans un paysage naturel. Il y a des aires de pique-nique ainsi que des espaces privés en plus de pouvoir commander des assiettes gourmandes. Idéal pour les épicuriens, et donc, la dégustation de vins. Le milieu offre également la possibilité de réaliser des événements.	Agrotourisme / Événementiel
VERGER DU PÈRE LAFRAISE	Cueillette libre de fraises et de framboises. Point de vente de fruits et légumes directement à la ferme.	Agrotourisme
CAFÉ DES RÉCOLTES	Petit café situé au cœur du village de Saint-Paul-d'Abbotsford offrant un lieu de détente, de travail parfois et même de rencontre. Attrait chaleureux et offre de la cuisine maison.	Saveurs régionales
GÎTE LE CHALET MONT YAMASKA	Maison de style suisse faite de pierre et de bois et située sur une réserve naturelle. L'architecture du chalet est quelque chose qui attire les visiteurs. L'attrait est à proximité d'autres attraits intéressants.	Hébergement
CLUB DE GOLF AU MILLE VERT	Club de golf 9 trous. Salle de réception avec une capacité d'environ 80 personnes.	Divertissement
ROUTE DES VINS DE LA MONTÉRÉGIE	18 producteurs répartis sur 414 km en Montérégie, dont 3 se trouvent sur ou au pourtour du Mont Yamaska	Saveurs régionales
LA ROUTE DES CHAMPS Piste cyclable	Piste cyclable reliant Chambly à Granby, en passant près du Mont Rougemont et du Mont Yamaska. Itinéraire champêtre asphalté à 90%, parsemé de quelques hébergements certifiés Bienvenue Cyclistes.	Nature et plein air

Géolocalisation des attraits présents sur et au pourtour du Mont Yamaska



[Visualiser la carte en détail](#)

-  Hébergement
-  Agrotourisme
-  Aventure et plein air
-  Restauration
-  Histoire et culture religieuse
-  Boutique spécialisée
-  Divertissement



3.7. Mont Rigaud

MRC :

- Vaudreuil-Soulanges

Villes sur la montagne :

- Rigaud
- Sainte-Marthe
- Très-Saint-Rédempteur

Sommet: 221 m - territoire protégé : 7 % (estimations)

- Cette montagne est populaire pour la pratique d'activités de plein air tel que la randonnée pédestre, le ski et le vélo de montagne.
- Elle compte plus de 200 hectares de milieux naturels protégés.
- Elle est le "poumon vert" de la région de Vaudreuil-Soulanges.

Source: <https://coalitionmonteregiennes.ca/>



► **Constats**

- La montagne est située en territoire périurbain et jouit d'une grande proximité avec Montréal et Ottawa.
- Il y a déjà une offre et une fréquentation 4 saisons, mais l'été est moins achalandé que l'automne et l'hiver.
- La diversification des activités est nécessaire pour l'adaptation aux CC de la station de ski.
- Le mont Rigaud n'est pas inclus dans le plan d'action de la CMM pour les Collines montérégiennes.
- Pas de problème de surfréquentation actuellement.

► **Vision**

- Volonté de faciliter l'accès à la montagne aux citoyens.
- Désir de bien encadrer le développement, de prioriser la conservation du couvert forestier et respecter l'environnement :
 - Certaines périodes comme l'été peuvent recevoir plus de visiteurs.
 - Des terrains nouvellement acquis pourraient voir de nouvelles activités.
 - Préférence pour la bonification de l'offre actuelle sans nouvelles infrastructures.
 - Besoin de créer des maillages entre les attraits et développer la synergie.

► **Enjeux**

- La notoriété et l'attractivité de la destination sont à construire.

- Difficulté à retenir les skieurs dans la région.
- L'offre commerciale complémentaire à proximité est insuffisante (manque d'hébergement et de commerces sur la rue principale) ; manque de collaboration.
- Stationnement insuffisant.
- Les différents réseaux de sentiers ne sont pas bien connectés.
- La pression d'urbanisation est forte et le territoire est peu protégé. L'activité minière possible est source d'inquiétude.
- Les visiteurs veulent un plus grand accès à la nature et les résidents sont réticents, ils s'inquiètent notamment du respect de la propriété privée.
- L'impact des changements climatiques sur le ski se fait sentir dans le sud du Québec. Le Mont Rigaud aura besoin d'investissements pour diversifier ses activités.

► **Accessibilité et mobilité**

- Nécessité d'améliorer l'accès et la mobilité par le développement de navettes par exemple. Utilisation possible de stationnements déjà existants dans les centres commerciaux.
- Intérêt de développer le transport en commun entre Rigaud et les villes.



- À l'échelle régionale, le soutien au développement est assuré par quatre acteurs et trois à l'échelle nationale.
- Le territoire compte un nombre important d'acteurs œuvrant pour la protection et la mise en valeur.

Mont Rigaud

Les principaux acteurs territoriaux

et leur relation avec la montagne





Attraités présents sur le Mont Rigaud (1/2)

La plupart des attraités touristiques répertoriés au Mont Rigaud sont situés sur la montagne. L'offre se concentre dans cinq catégories : activités de plein air (4 saisons), lieu de pèlerinage, hébergement, sucreries et festival.

ATTRAITÉS	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
MONT RIGAUD SKI – VÉLO DE MONTAGNE	Offre du vélo de montagne et de la randonnée de la fin avril au début de la période de ski. On y propose donc également du ski comme activité hivernale. Un parcours à obstacle est également disponible, idéal pour les familles. Bref, endroit naturel parfait pour des activités de plein air.	Nature et plein air
ALTIPARC, INC. (ARBRASKA)	Cet attrait offre la possibilité de faire plusieurs activités de plein air en étant complètement intégré dans un milieu naturel : village arbre-en-ciel, parcours dans les arbres (nuit et jour), mais aussi extrêmes, mégatyroliennes ainsi que des randonnées pédestres. L'endroit permet de réaliser des activités pour tous les goûts.	Nature et plein air
SENTIERS DE L'ESCAPE	Attrait formant un réseau récréatif de 27 km où il est possible de réaliser des activités l'été comme la randonnée et l'observation de la flore et la faune, mais également l'hiver pour faire de la randonnée en raquettes et du ski de fond.	Nature et plein air
SANCTUAIRE NOTRE-DAME-DE-LOURDES DE RIGAUD	Lieu de pèlerinage offrant des activités au sanctuaire tel que des célébrations, des sacrements et il y a une boutique sur place.	Culture et patrimoine
AUBERGE DES GALLANT	Domaine combinant haute gastronomie, hébergement et nature. Possibilité de séjourner en amis, en amoureux ou même en affaires. Possibilité de prévoir des événements corporatifs ou de famille.	Hébergement/Nature/ Gastronomie/Événementiel

Attraits présents sur le Mont Rigaud (2/2)

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
AUBERGE DU MONT-RIGAUD	Située sur un site champêtre enchanteur à flanc de montagne à quelques minutes du cœur de la ville de Rigaud. Possède une piscine extérieure.	Hébergement
SUCRERIE DE LA MONTAGNE	Cabane à sucre ouverte à l'année offrant différentes activités telles que le temps des sucres (alimentation), l'hébergement (maisonnettes d'antan) ainsi que des événements de type corporatifs, pour écoliers ou de mariage. Endroit particulier permettant de réaliser un séjour en plein bois, et ce, à longueur d'année.	Agrotourisme/Activités diverses
ÉRABLIÈRE DES ROY	Depuis cinq générations, la famille Roy exploite son entreprise acéricole de Sainte-Marthe. Cet « or jaune » est ensuite transformé en une grande variété de délicieux produits de l'érable. Située sur le versant sud du Mont Rigaud, l'érablière et sa boutique sont ouvertes aux visiteurs lors du temps des sucres.	Agrotourisme
AU FIN DÉLICE	Autocueillette de bleuets biologiques et boutiques de produits de l'érable. Elle possède un sentier pédestre et équestre qui traverse la propriété.	Agrotourisme et boutique spécialisée
CORPORATION DU FESTIVAL DES COULEURS DE RIGAUD	Événement offrant des activités et des spectacles au sein d'un environnement où les couleurs de l'automne sont présentes. Les types d'activités présentes sont le « tea time », de l'animation, Yan Solo et plus encore. Événement intéressant pour les activités de famille.	Festival

Attraits présents sur le pourtour du Mont Rigaud

ATTRAIT	DESCRIPTION DE L'ATTRAIT	SECTEUR D'ACTIVITÉS
CAMPING CHOISY	Endroit idéal pour les passionnés de nature et de camping. Le camping s'inscrit dans un virage écologique et a reçu une classification de cinq étoiles. Le site offre également différentes activités tout au long de l'année pour les jeunes enfants et les familles qui hébergent sur les lieux en plus d'installations intéressantes (piscines, spa).	Hébergement/ Nature et plein air
PARADISOS SPA	Attrait offrant la proximité avec la nature ainsi que des soins variés tel que les massages, des expériences thermales et des soins esthétiques. Possibilité de faire des événements ainsi que des activités corporatives.	Nature/Bien-être
SUCRERIE DES GALLANT	Produits érabliers offerts à l'année longue. Possibilité de déguster un repas à l'érable pour tous types de groupes allant des amis aux groupes organisés. La sucrerie offre l'achat des produits érabliers sur place.	Agrotourisme
PETIT BRÛLÉ	Ferme écologique ouverte au public. Boutique de produits de la ferme.	Agrotourisme



Géolocalisation des attraits présents sur et au pourtour du Mont Rigaud



[Visualiser la carte en détail](#)

-  Hébergement
-  Agrotourisme
-  Aventure et plein air
-  Histoire et culture religieuse
-  Divertissement
-  Festival et événement
-  Spa et soins de santé



3.8. Initiatives et projets des acteurs en transition durable

Les consultations et la documentation disponible ont permis de recenser des initiatives et projets qui peuvent soutenir l'atteinte des objectifs du Plan montagnes.

Catégorie	Porteur du projet ou de l'initiative	Description	Montagnes concernées
Mobilité	Circuit Électrique Aventure Écotourisme Québec	Réseau de bornes de recharge pour véhicules électriques présents partout au Québec et notamment sur ou à proximité des sites de plein air. AEQ répertorie les sites qui ont des bornes.	Rigaud Saint-Bruno Saint-Hilaire
Mobilité	La Navette Nature (NANA)	Transport collectif vers les sites de plein air.	Saint-Bruno Yamaska
Mobilité	Autorité régionale de transport métropolitain	Projet de service de mobilité intégrée dont « l'objectif est d'accroître l'usage du transport collectif et des modes alternatifs ainsi que de contribuer à la réduction de l'utilisation du véhicule privé et de nos émissions de GES ». L'ensemble des réseaux de transport sera regroupé dans un guichet unique (plateforme de réservation intégrant tous les modes de transport).	Toutes les montagnes
Mobilité	Ministère des Transports	Le Programme d'aide financière au développement de l'offre de vélos en libre-service dont Alo Richelieu et MRC de la Vallée-du-Richelieu ont bénéficié pour déployer un réseau de vélos à assistance électrique en libre-service.	Mont Saint-Hilaire Mont Rougement Mont Saint-Bruno
Mobilité	Connexion Nature MRC de la Vallée-du-Richelieu	Plan de mobilité active – vélo. Les deux organismes travaillent ensemble en vue de relier les milieux naturels d'intérêts avec les cœurs villageois. Volonté de mise en valeur des paysages ruraux par la mise en place de parcours cyclables à vocation récréotouristiques. Rédaction du plan de mobilité régionale à l'automne 2022.	Mont Saint-Hilaire
Mobilité	MRC de la Vallée-du-Richelieu	Plan directeur régional de mobilité active en cours d'élaboration (proposition de circuits cyclables sur route et en site propre permettant, entre autres, de relier les monts Saint-Hilaire, Rougement et Saint-Bruno.	Mont Saint-Hilaire Mont Rougement Mont Saint-Bruno



Catégorie	Porteur du projet ou de l'initiative	Description	Montagnes concernées
Formation Accompagnement	Réseau des CAE / SADC	<p>Programme depuis mars 2022 : Rôle de soutien des projets. Fournir aux entreprises des expertises spécialisées : mettre en relation et aider à payer les honoraires</p> <p>Doit rester dans leur cadre d'action défini: Améliorer la performance économique par le développement durable (réduction des coûts: ex sur l'énergie, écoconception).</p> <p>Peut aussi offrir des formations à des groupes d'entreprises.</p>	Toutes les montagnes
Formation Accompagnement	Conseil Régional de l'Environnement de Montérégie	<p>Changements climatiques: CRE peut organiser des formations, et une certaine forme d'accompagnement.</p> <p>Économie circulaire: le CRE travaille avec l'industrie agroalimentaire pour créer des symbioses industrielles (pertes de l'un devient matière première de l'autre) qui a manifesté le désir de se rapprocher de l'industrie touristique.</p> <p>Stationnements écoresponsables : la CRE offre des services d'évaluation et accompagnement relatifs aux meilleures pratiques pour les stationnements (végétalisation, gestion eau de pluie, sécurité des piétons, etc.)</p>	Toutes les montagnes
Formation Accompagnement Approvisionnement local	Société du réseau Économusées (SRÉ)	La SRÉ propose un accompagnement auprès des artisans-entrepreneurs au démarrage ou lors d'une transition pour l'implantation du concept d'Économusée, d'un espace patrimoine ou culinaire, d'un atelier ou encore d'une boutique. Il collabore également avec les destinations pour des projets à l'échelle du territoire.	Toutes les montagnes



Catégorie	Porteur du projet ou de l'initiative	Description	Montagnes concernées
Conservation Stratégie et plan d'action Accompagnement	Coalition des Montérégiennes	Plan de conservation en cours d'élaboration pour chacune des montagnes Besoin de financement pour des projets en lien avec l'éducation par exemple, accompagner les propriétaires pour une transition écologique. Ils ont la connaissance et l'expertise, connaissent les enjeux. Besoin de financement pour des projets de protection de territoires	Toutes
Stratégie et plan d'action	Association des Stations de Ski du Québec	Projet d'accompagnement de 10 stations de ski pour la réalisation d'un plan d'action de développement durable (formation et coaching) via le fond Ecoleader. Ski Mont Rigaud fait partie des stations qui seront accompagnées.	Mont Rigaud
Stratégie et plan d'action	Fiducie du Mont Rigaud	En cours de création d'un plan directeur sur 10 ans. Recherche de financement pour le plan directeur, les études biologiques et la formation terrain.	Mont Rigaud
Stratégie et plan d'action	Ski Mont Saint-Bruno	Plan de développement durable : ils sont à la recherche d'accompagnement professionnel. Ils ont rencontré 4 firmes-conseils en développement durable pour leur faire des études des GES et un plan de DD structuré. En attente du financement du fond Écoleader.	Mont Saint-Bruno
Aménagement Développement de l'offre Accès à la nature	Connexion Nature	Volonté de développement de sentiers dans le piedmont qui fasse le tour de la montagne. Acquisition de terrains ou obtention de droits de servitude.	Mont Saint-Hilaire
Aménagement Développement de l'offre Accès à la nature	Fiducie du Mont Rigaud	Projet de développer le réseau de sentiers pédestres et multiusages, connecté avec différentes entreprises touristiques, notamment la station de ski et le Sanctuaire Notre-Dame de Lourdes. Recherche de financement pour des démarches d'acquisition de terrain en cours. Le Sanctuaire est en réflexion sur son avenir. Une première analyse stratégique a été faite avec RCGT.	Mont Rigaud



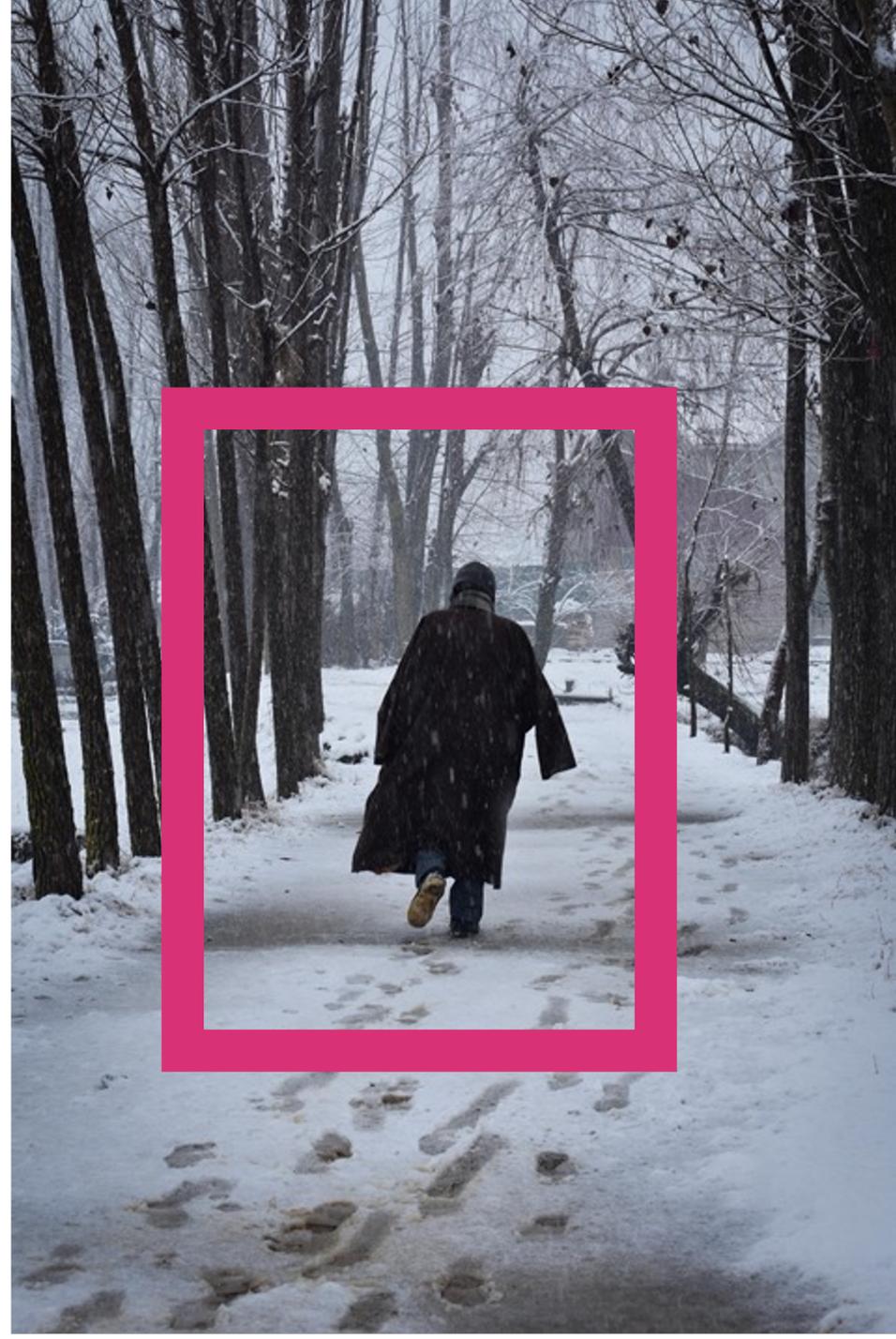
Catégorie	Porteur du projet ou de l'initiative	Description	Montagnes concernées
Aménagement Développement de l'offre Accès à la nature	Ski Mont Saint-Bruno	Acquisition d'un terrain devant la station. En attente de changement de droit d'usage. Développement du vélo de montagne: vision de créer un centre d'apprentissage gratuit pour le sport et permettre à tous d'essayer le sport	Mont Saint-Bruno
Aménagement Développement de l'offre Accès à la nature	MRC de la Vallée-du-Richelieu	Projet de parc régional avec les propriétés que la MRC et Nature Action Québec possèdent (étape embryonnaire). Objectif à long terme, car il existe beaucoup de freins actuellement.	Mont Rougemont
Conservation Accès à la nature	Réserve Naturelle Gault	Volonté de développement de la formation Sans Traces pour le personnel sur le terrain. Volonté de développement d'une offre éducative en lien avec le plein air pour les milieux sociaux défavorisés.	Mont Saint-Hilaire
Mobilité durable Accès aux produits locaux	Tourisme Haut-Richelieu	Étude sur les circuits courts en agroalimentaire pour augmenter la présence de produits locaux + projet de circuit agrotouristique international Étude sur la possibilité d'avoir des vélos en libre-service électrique (avec MRC) Réflexion sur une navette pendant le temps des pommes (avec NaNa)	Mont-Saint-Grégoire
Approvisionnement local	Association de l'Agrotourisme et du Tourisme Gourmand du Québec Association des Stations de Ski du Québec	Travail avec les stations de ski sur différents volets: - l'intégration des produits du terroir dans l'offre de restauration et l'offre des vins et alcools des stations de ski ; - l'ajout d'activités visant la bonification de l'expérience client, en relation avec le terroir, pouvant être développées en station ; - le développement de maillages d'affaires avec les producteurs & artisans-transformateurs ; - le développement de forfaits et d'activités chez les producteurs & artisans-transformateurs adressés spécifiquement aux skieurs	Mont Rigaud Mont Saint-Bruno



4. ANALYSE DES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Le Plan montagnes vise à aider les régions montagneuses à diversifier leur offre touristique sur 4 saisons afin d'augmenter leur résilience face aux changements climatiques. Afin de proposer des recommandations viables à long terme, il est important de comprendre les risques, les opportunités ainsi que toutes les pistes d'adaptation requises.

De plus, afin de dresser un portrait complet de l'incidence de ces changements sur l'industrie touristique, il est pertinent de s'intéresser à la façon dont les modifications dans le climat risquent d'affecter l'achalandage et les comportements des visiteurs.





4.1 Les défis de la nouvelle réalité climatique

Risques et mesures d'adaptation pour les organisations touristiques

MODIFICATION DU COMPORTEMENT DES VISITEURS

- Influence du climat et de la météo sur la demande



- Anticipation des nouveaux besoins et des nouvelles attentes

IMPACT SUR L'EXPÉRIENCE CLIENT ET LA SÉCURITÉ

- Qualité de l'expérience client affectée
- Confort et sécurité des clients et employés compromis



- Adaptation de l'offre et des infrastructures
- Préparation de plans d'urgence en cas d'événements climatiques majeurs

PERTE DE REVENUS

- Influence de la météo sur l'achalandage
- Impossibilité de tenir certaines activités en raison de facteurs climatiques



- Intégration de ces risques dans la planification stratégique et financière.
- Diversification de l'offre sur 4 saisons et adaptée à la météo variable

HAUSSE DES COÛTS

- Coûts d'opération et d'entretiens
- Réparation des dommages suite à des aléas climatiques



- Intégration de ces risques dans la planification stratégique et financière





4.2. Projections climatiques pour la Montérégie

Indicateur	1981 à 2010 Historique climatique	2041 à 2070 Projections climatiques * horizon 2050
MOYENNE ANNUELLE DES TEMPÉRATURES	6,5 °C	8,9 (8,0 - 9,6)
MOYENNE ESTIVALE ANNUELLE	19,6 °C	21,8 (20,7 – 22,5)
NOMBRE DE JOUR AU DESSUS DE 30°C	10 jours	27 (18 – 36)
NOMBRE DE JOUR AU DESSUS DE 0°C EN AUTOMNE	63,6 jours	74,2 (69 – 77,5)
NOMBRE DE JOUR AU DESSUS DE 0°C AU PRINTEMPS	51,5 jours	61,3 (57,8 – 64,5)
NOMBRE DE JOUR AU DESSUS DE 0°C EN HIVER	4,6 jours	9 (6,9 – 13,1)
NOMBRE DE JOUR EN DESSOUS DE -25°C EN HIVER	6,7 jours	1,7 (1,1 – 2,9)
NOMBRE D'ÉVÉNEMENTS DE GEL-DÉGEL ANNUELS	79 jours	67 (64 – 75)
PRÉCIPITATIONS SOLIDES ANNUELLES – incluant l'automne et le printemps (1 cm de neige équivaut environ à 1 mm d'eau de neige fondue)	192 mm	165 (138 – 193)
PRÉCIPITATIONS SOLIDES HIVERNALES (1 cm de neige équivaut environ à 1 mm d'eau de neige fondue)	144 mm	135 (115 – 148)
PRÉCIPITATIONS LIQUIDES HIVERNALES	79 mm	119 (85 – 148)
PRÉCIPITATIONS LIQUIDES ANNUELLES	847 mm	926 (863 – 964)

*Médianes et intervalles de confiance selon un scénario modéré, correspondant à une stabilisation des émissions de GES d'ici 2100.

Attention ! Il ne faut pas oublier que d'une année à l'autre, des variations normales surviendront.

Presqu'autant de pluie que de neige !



EN RÉSUMÉ

PRINTEMPS :



- Hausse des températures (moins de gel-dégel)
- Crue printanière hâtive et vulnérabilité des zones inondables
- Hausse des précipitations totales (moins de neige, plus de pluie)

Inondations, érosion

ÉTÉ :

- Hausse des températures
- Chaleurs extrêmes (fréquence, durée, intensité)
- Pluies extrêmes (fréquence, intensité), vents violents, orages
- Étiages – bas niveau d'eau (durée, sévérité)



Impacts sur la santé et la sécurité

AUTOMNE :



- Hausse des températures (moins de gel-dégel)
- Pluies extrêmes (fréquence et intensité)
- Étiages – bas niveau d'eau (durée, sévérité)

Risques de dommages aux infrastructures liés aux épisodes de pluies extrêmes, érosion

HIVER :

- Hausse des températures
- Diminution des épisodes de froids extrêmes (fréquence, durée, intensité)
- Hausse des précipitations totales (moins de neige, plus de pluie)
- Hausse des épisodes de gel-dégel / redoux



Diminution du couvert neigeux, saison écourtée



4.3. Impacts sectoriels

Plein air et tourisme d'aventure

PRINTEMPS-ÉTÉ-AUTOMNE

- + **Allongement de la saison** favorable aux parcs, camping, golfs, etc.
- **Canicules et pluies intenses** plus fréquentes : besoin d'abris, de fontaines d'eau, d'activités appropriées, etc.
- **Érosion** accrue des sentiers, sites de camping, et rives des cours d'eau : besoin d'aménagements adaptés ou de relocaliser pour éviter des fermetures.

HIVER

- + Diminution des épisodes de grands froids : conditions plus confortables
- **Augmentation des épisodes de redoux et de pluie** : impact sur la qualité des pistes et sentiers.
- **Diminution du couvert de neige** (il en tombe moins, elle fond davantage)
- **Raccourcissement de la saison** de ski alpin, ski de fond, motoneige, etc.
- **Achalandage plus incertain** notamment dans les périodes importantes comme Noël et la semaine de relâche.
- **Augmentation des coûts d'entretiens.**

Attention : diminution des revenus hivernaux à prévoir

Ouranos (2019), Trousse d'informations du programme Tourisme, <https://www.ouranos.ca/programmes/trousse/>





Agrotourisme et tourisme gourmand

- + **Allongement de la saison de culture** favorable aux vergers, vignobles, cidreries et érablières.
- **Décalage saisonnier** des récoltes et des périodes d'autocueillette, notamment de 2 à 3 semaines plus tôt pour la coulée des érables.
- **Variation du rendement et de la qualité des produits** en raison du climat plus chaud.
- **Coups de chaleur** pouvant compromettre la sécurité de la clientèle, l'achalandage et la tenue des activités.
- **Nécessité de transformer les récoltes endommagées** en nouveaux produits.
- + **Potentiel d'activités d'interprétation** et de sensibilisation aux impacts des changements climatiques.

Le Domaine Labranche à Saint-Isidore-de-Laprairie se distingue pour sa stratégie d'adaptation qui mise sur la diversification de ses activités pour compenser les pertes agricoles: il possède un verger, un vignoble et une érablière puis mise sur les activités agrotouristiques permettant d'accueillir les visiteurs sur 3 saisons.

Ouranos (2019), Trousse d'informations du programme Tourisme, <https://www.ouranos.ca/programmes/trousse/>



Tourisme événementiel

- **Hausse des températures plus prononcées en hiver**, mettant à risque les activités et événements hivernaux.
- **Planification affectée par le décalage des saisons** : nécessité de réviser le calendrier ou de relocaliser des événements.
- **Annulations partielles ou complètes d'activités plus fréquentes** en raison des conditions climatiques imprévisibles.
- **Risques pour la santé et sécurité de la clientèle** en cas de conditions climatiques extrêmes (chaleur, froid, vent, pluie, verglas, etc.) : nécessité de limiter les inconforts (design du site, abri, halte fraîcheur) et de coordonner les mesures d'urgence.
- **Pression sur les écosystèmes des événements situés en nature**, notamment pour l'accessibilité en eau, le piétinement, l'érosion.

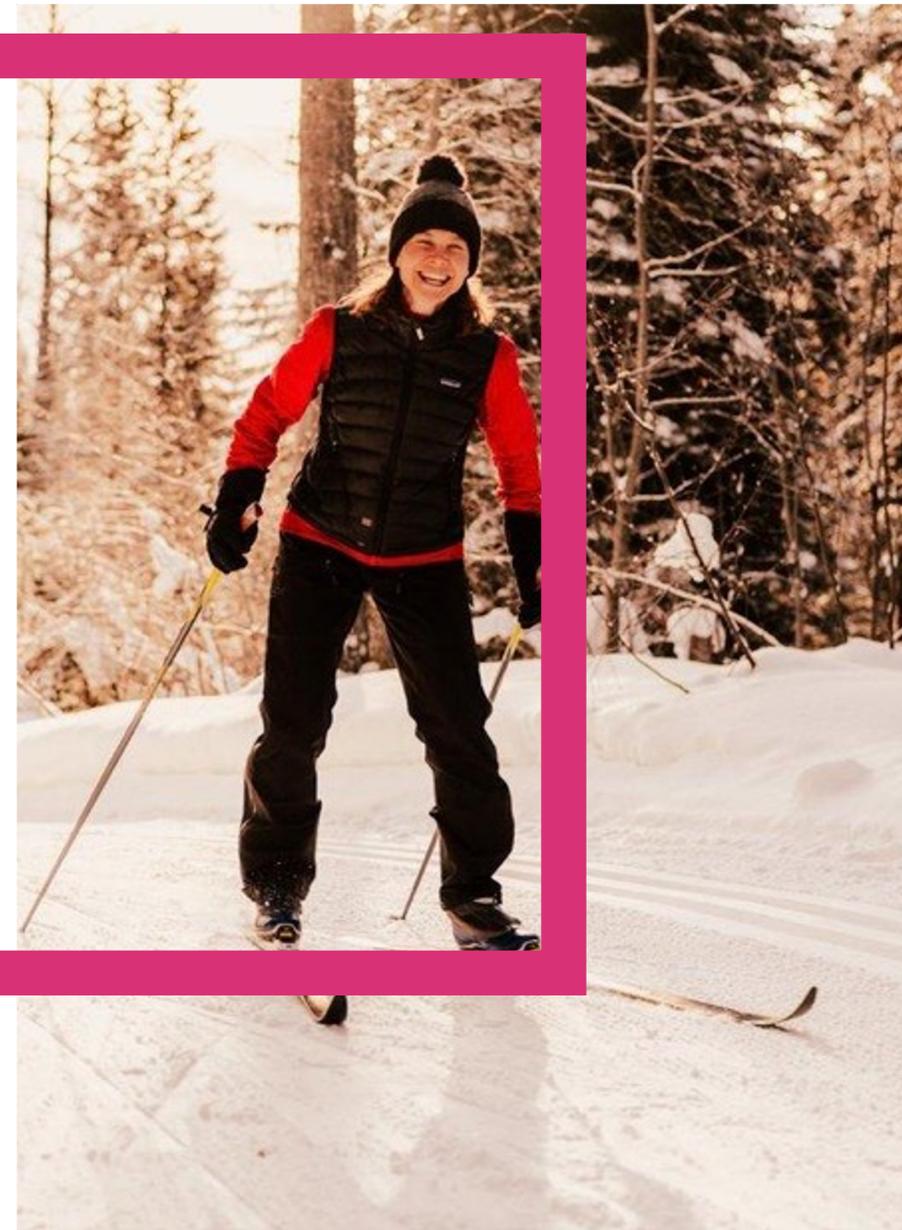
Ouranos (2019), Trousse d'informations du programme Tourisme, <https://www.ouranos.ca/programmes/trousse/>





5. ATTENTES ET COMPORTEMENTS DES CLIENTÈLES

La clientèle est une partie prenante importante à considérer dans la démarche. Voici des données sur ses attentes et ses comportements afin d'alimenter les réflexions au niveau des priorités et possibilités d'intervention.





5.1. Attentes et comportements des visiteurs en Montérégie

Comprendre la perception de la Montérégie par les Québécois ainsi que connaître la clientèle qui fréquente la destination et quelles sont les activités pratiquées, s'avère primordial pour déterminer le type de développement à prioriser.



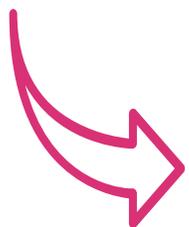


La perception des Québécois

Voici quelques données intéressantes à garder en tête pour l'analyse des comportements des clientèles en lien avec le Plan Montagne, tirées de l'étude sur la notoriété de la Montérégie auprès des Québécois.



- 91 % des Québécois ayant visité la Montérégie au cours des 5 dernières années ont jugé que **l'offre était plutôt bonne ou excellente**.
- Les résidents de l'extérieur à la région planifieraient surtout de **courts séjours** d'1 ou 2 nuitées (49 %) ou des **excursions d'une journée** (25 %).
- 42 % des résidents de la région planifieraient de courts séjours, et 44 % des excursions à la journée.
- La proximité avec Montréal est un atout selon 42 % des Québécois.
- **6 %** des Québécois associent spontanément **les mots monts / montagnes** à la Montérégie. 3 % mentionnent le vélo, et 3 % mentionnent la randonnée.



Léger (2021) Rapport – Notoriété et perception de la destination Montérégie – Étude sur le marché québécois

L'attractivité de la destination repose sur...



Le terroir et l'expérience gourmande

Les paysages et les activités en nature

Entre autres le vélo et l'aventure douce



Les festivals et événements
Surtout auprès des résidents

N.b. Selon la planification stratégique de TM, l'agrotourisme, le cyclotourisme, le tourisme nautique et le tourisme d'affaires sont les produits d'appel.



La clientèle actuelle et les activités pratiquées

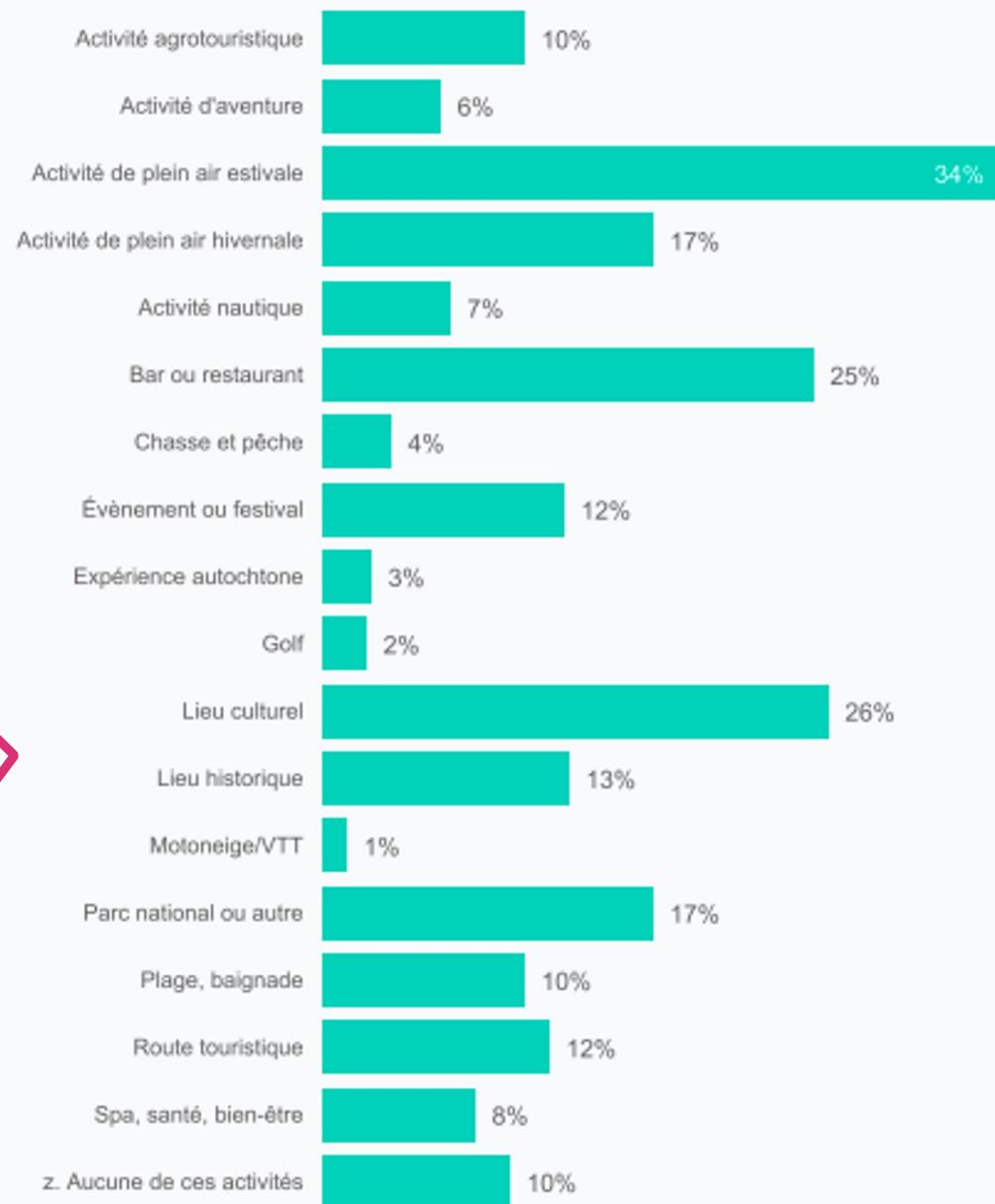
Voici quelques données permettant de connaître la clientèle qui a fréquenté la région à l'été 2022 tirées du baromètre touristique régional de la Montérégie.

- Des 398 répondants, 61 % étaient des résidents, 24 % des excursionnistes, 9 % des touristes, 1 % des villégiateurs et 6 % autres.
- La clientèle de la région est composée à 97 % de Canadiens. Parmi ceux-ci, 97 % sont Québécois, 2 % sont Ontariens.
- Montréal est le principal marché de provenance de la Montérégie en dehors de ses propres résidents (19 % des répondants québécois), suivi des Cantons-de-l'Est (3 %), des Laurentides (2 %), Laval (2 %), Lanaudière (2 %) et Québec (2 %).

Les activités pratiquées

- Les visiteurs ont pratiqué une grande diversité d'activités. Les activités de plein air estivales, les lieux culturels et les bars et restaurants sont particulièrement prisés.
- On constate un débalancement entre la pratique d'activités de plein air estivales (34 %) et hivernales (17 %), également confirmé par les acteurs du territoire dans les entrevues (phase 2 de la démarche).

Activités réalisées ou planifiées dans la région



Base : totale. n = 398

Plusieurs mentions possibles. La somme des réponses peut excéder 100 %.

Comportements face aux conditions climatiques

La substitution d'un loisir

La nouvelle réalité climatique risque de compromettre la tenue d'activités et de dégrader les conditions de pratique par moments. C'est pourquoi il est important de s'intéresser à la réaction de la clientèle face à ces phénomènes.

Lorsque les usagers d'un service de loisir ne peuvent pas le pratiquer de la manière prévue pour des raisons hors de leur volonté, ils sont susceptibles de le remplacer par un autre comportement qui leur apportera des bénéfices comparables. Trois comportements sont possibles et dépendent de plusieurs facteurs propres à la situation et aux individus :



La substitution temporelle : les usagers reportent à plus tard cette activité et en modifient l'intensité (p. ex. au lieu de skier deux samedis par mois pendant 4 mois, ils skient tous les samedis pendant 2 mois) ;



La substitution spatiale : les usagers modifient le lieu d'activité (p. ex. au lieu de skier à Rigaud, ils skient à Saint-Sauveur) ;



La substitution d'activité : les usagers changent d'activité (p. ex. au lieu de skier, ils jouent au tennis).

Ouranos (2019) Analyse économique des mesures d'adaptation aux changements climatiques appliquée au secteur du ski alpin au Québec

L'effet « cours arrière »

Des études citées par Ouranos démontrent que les skieurs **sont influencés par les conditions d'enneigement dans leur environnement immédiat**, même lorsqu'elles ne sont pas représentatives des conditions réelles dans les stations de ski. On peut supposer que cette influence s'applique à d'autres sports d'hiver et même aux activités en toutes saisons.





5.2. Attentes des voyageurs en regard du développement durable

62% des Canadiens désirent voyager de façon plus durable en 2022, une augmentation de 15 % par rapport à 2021 selon Booking.com.

Afin de s'assurer que le secteur touristique de la Montérégie demeure compétitif à long terme, comprendre les attentes des clientèles en matière de durabilité de l'offre devient essentiel.

En général, les clientèles sont conscientes des impacts négatifs du tourisme, savent qu'elles ont un rôle à jouer, mais affirment en même temps que c'est aux instances publiques et aux acteurs locaux d'agir en premier afin de les accompagner.

[Booking.com \(2022\)](#)

[Observatoire Valaisan du Tourisme \(2021\)](#)





Définir le tourisme durable

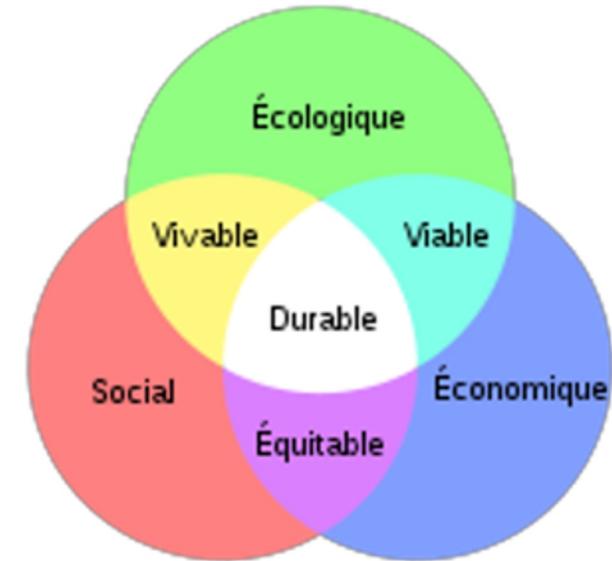
L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) définit le tourisme durable comme :

« un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil ».

En outre, le tourisme durable n'est pas un sous-produit du tourisme, mais **un principe** auxquels toutes formes de tourisme devraient s'adapter.

Le tourisme durable est **un état, un résultat d'un développement touristique qui est durable.**

Ainsi le tourisme durable **peut s'implanter dans tous les secteurs** (hébergement, transport) **et formes de tourisme** (tourisme d'affaire, tourisme d'aventure, tourisme culturel...etc).



* Source : Riffon et Villeneuve, n.d. Une typologie du développement durable. Chaire de recherche en écoconseil, Université du Québec à Chicoutimi.



Le tourisme durable selon la clientèle

Comment voyage-t-on de façon plus durable?

Voyager de façon durable pour les voyageurs à l'international veut dire: ¹

- Diminuer ses impacts environnementaux, notamment en voyageant moins loin et en choisissant mieux ses prestataires;
- Supporter l'économie locale;
- Supporter les communautés et la culture locale;
- Visiter des destinations moins connues ou en dehors des périodes de fort achalandage.

Quels impacts négatifs préoccupent les voyageurs?

Les impacts négatifs du tourisme qui préoccupent le plus les voyageurs à l'international sont² :

- la dégradation des sites naturels ou culturels (73 %);
- la surfréquentation des attractions touristiques (72 %);
- la pollution atmosphérique (63 %).

Quelles actions influencent les choix des Québécois?

Les aspects de durabilité que privilégient les voyageurs québécois à prix et à prestations équivalents sont présentés ci-contre³.

Bon à savoir, 28 % des Canadiens recherchent activement de l'information sur les pratiques durables d'un hébergement avant de réserver, selon Booking.com.

¹ *Expedia Group (2022) et Booking.com (2022)*

² *Observatoire Valaisan du Tourisme (2021)*

³ *Chaire de Tourisme Transat (2022)*

% de voyageurs québécois qui privilégieraient l'entreprise qui...	
Génère des retombées économiques locales directes et des emplois locaux	49 %
A une politique d'approvisionnement local	45 %
Réduit ses déchets/gaspillage alimentaires	37 %
Est impliquée dans la protection/préservation de la faune et de la flore	34 %
S'implique dans sa communauté locale	27 %
Pratique l'égalité, l'inclusion et la diversité dans sa politique d'emploi	18 %
Réduit sa consommation d'énergie au maximum	17 %
Réduit et compense ses émissions de carbone	16 %
A une certification/label vert	12 %





À propos de l'offre et du prix

Plusieurs enquêtes démontrent que l'intérêt pour des expériences touristiques responsables est croissant. Ce n'est pas encore un critère prioritaire, mais il est décisif pour départager deux offres équivalentes pour 23 % des gens². Cependant, il existe plusieurs freins réels et perçus, notamment en regard du prix et de la disponibilité.

Payer un peu plus?

L'engagement des prestataires touristiques pour plus de durabilité constitue une vraie valeur (80 % de gens)².

Selon la récente étude d'Expedia³, voici la proportion de consommateurs qui sont prêts à payer un peu plus pour les postes suivants :

Nourriture : 55 %

Activités et expériences : 53 %

Transport : 51 %

Hébergement : 51 %

Achats personnels et cadeaux : 47 %

Agence de voyages et opérateur : 44 %

¹ *Chaire de Tourisme Transat (2022)*

² *Observatoire Valaisan du Tourisme (2021)*

³ *Expedia Group (2022)*

⁴ *Booking.com (2022)*

⁵ *Google (2022)*

Quel est le prix juste ?



Selon Expedia³, les consommateurs sont prêts à **payer 38 % plus** en moyenne.



Selon Google⁵, en 2023 les voyageurs chercheront à conjuguer écologie et économie en raison de l'inflation.



2 Québécois sur 3 pensent que le tourisme durable a un coût plus élevé, ce qui constitue un frein¹.

Attention à l'écoblanchiment !

7 voyageurs sur 10 ont déjà évité une destination ou un moyen de transport car ils étaient sceptiques quant au sérieux de l'engagement envers les pratiques durables³.

Une offre insuffisante ou méconnue?

- 41 % des Québécois pensent que l'offre écoresponsable est limitée, ce qui constitue un frein dans la décision de voyager de façon responsable¹.
- 71 % des voyageurs internationaux regrettent qu'il n'y ait pas davantage de forfaits durables².
- 24 % des Canadiens ne savent pas où rechercher des offres durables⁴.



La question se pose :
l'offre est-elle
insuffisante, ou
l'information déficiente?



À propos de la mobilité durable

Les déplacements sont un maillon important du parcours client et pèsent dans le choix de la destination autant que dans la satisfaction vis-à-vis de l'expérience. Les usagers recherchent un compromis entre leurs valeurs et leurs besoins.

La voiture, principal moyen transport

Selon le **Baromètre de l'action climatique 2022¹**, les **Québécois tiennent fortement à leur voiture** : Seulement 4 % des Québécois envisagent de ne plus posséder ou louer à long terme dans la prochaine année. Au Québec, 12 % des voitures neuves vendues sont électriques.



Des transports en commun abordables

Le coût reste l'élément décisif pour départager plusieurs modes de déplacement. **Le coût des transports en commun** est le principal critère d'insatisfactions chez les voyageurs de toutes les générations.

Les 18-34 ans recherchent aussi ponctualité (49%), rapidité (48 %) et commodité (46 %)².



L'intermodalité

Les 18-34 ans recherchent une «**mobilité hybride**», soit combiner savamment les modes de transport selon les besoins.

Ils sont d'avis que **l'interconnexion** entre les moyens de transport doit être améliorée.

Le recours à des **applications mobiles** se généralise. C'est une façon de fournir de l'information pour faciliter les choix en mobilité durable.



Pour espérer un changement de mode de transport, il faut proposer des alternatives, mais surtout que celles-ci soient crédibles,



attractives et économiques.

Il y a une certaine volonté en ce sens. En 2022, **66 % des Québécois minimisaient le plus possible les déplacements en avion** et 51 % ceux en voitures. Ces proportions restent les mêmes qu'en 2021¹.



Le vélo gagne en popularité grâce à ses nombreux avantages: activité de plein air et physique, abordable et durable, sécurité sanitaire.



1 *Baromètre de l'action climatique, Université de Laval et Unpointcinq (2022)*

2 *Movin'On, Quelles sont les attentes des 18-34 ans en matière de mobilité durable? (2021)*

3 *Observatoire Valaisan du Tourisme (2021)*



La protection des milieux naturels

Le tourisme de montagne se pratique en milieu naturel. La dégradation des milieux naturels trône au sommet des impacts négatifs qui préoccupent les voyageurs, ainsi que les organismes de conservation interviewés dans la phase 2 de la présente démarche. Il s'agit donc d'un enjeu prioritaire à adresser. Quelle est la perception de la clientèle face à la limitation de l'accès, comme l'a mise en place le Mont-Saint-Hilaire?

Les études internationales démontrent que les limitations d'accès de certaines activités touristiques, selon les touristes, ont un impact sur la durabilité des sites et renforcent également la qualité de la visite touristique:

Un moyen de préservation

- 91 % des répondants pensent que les limitations permettent de protéger des éléments naturels menacés.

Une plus grande qualité de l'expérience

- 88 % des répondants sont majoritairement d'accord avec le fait que les limitations renforcent la qualité de la visite touristique elle-même.

Sources :

Réservation obligatoire à la réserve naturelle Gault au Mont-Saint-Hilaire
Observatoire Valaisan du Tourisme (2021)

Complicé, la limitation de l'accès?

50 % des Européens et Américains, pensent que les limitations ne complexifient pas pour autant la gestion des flux touristiques.

57 % ne sont pas moins intéressés par un site s'il y a des limitations en place



6. BONNES PRATIQUES

Plusieurs bonnes pratiques liées à la transition durable de régions montagneuses ont été analysées.

Des exemples en matière de concertation, de mobilité, de marketing, de circuits courts et d'accès à la nature permettront à Tourisme Montérégie et aux acteurs des montagnes de s'inspirer.



6.1. L'intelligence collective au service de la transition

Les états généraux de la transition du tourisme en montagne

Deux jours où plusieurs acteurs de l'écosystème montagnard français se sont rassemblés autour des enjeux de la transition durable du tourisme en montagne. Les acteurs ont travaillé ensemble pour construire des solutions autour de leur territoire. À l'issue de cette journée, les acteurs se sont engagés collectivement autour d'une déclaration commune. Deux associations ont initié cette démarche de consultation: [2TM – Transition des territoires de montagne](#) et [Mountain Wilderness](#).

Ces 2 journées ont fait émerger de nouvelles réflexions, notamment cinq thématiques centrales à la transition de ces territoires: transition des modèles économiques et touristiques; la gestion des ressources et la préservation de l'environnement; les logements; la mobilité et la gouvernance.

Elles ont également permis de créer des passerelles entre acteurs et territoires et d'initier une réelle dynamique de réseau.

En Bref:

- 29 territoires de montagnes
- 203 intervenants
- 29 ateliers
- 37 partenaires engagés
- 39 initiatives partagées et valorisées
- Une gouvernance partagée : comité de pilotage (ensemble des acteurs), comité technique (acteurs institutionnels), comité d'organisation (acteurs opérationnels)

À RETENIR

- ✓ Rassemblement d'acteurs variés
- ✓ Réflexion commune autour de solutions
- ✓ Engagement collectif autour d'une déclaration
- ✓ Exercices en ateliers
- ✓ Traduction des réflexions dans un plan d'action

Le Parlement de la Montagne en Occitanie

En 2018, la région administrative française Occitanie crée le Parlement de la Montagne qui regroupe plus de 620 membres élus, citoyens, représentants associatifs ou professionnels. Cette initiative vise à créer un modèle de gouvernance intégré notamment en impliquant la population dans les décisions (demande émanant des citoyens eux-mêmes). Les zones montagneuses représentent 55 % de la région (Massif Central et Pyrénées) et la volonté était de créer un forum ouvert permettant de discuter des opportunités offertes par tous les secteurs économiques, dont le tourisme.

Les échanges se font via différentes plateformes. Une plateforme en ligne ouverte à tous, y compris les personnes extérieures à la région, permet de recueillir des avis et idées de tous (50% institutionnels, 50 % société civile). Des sessions plénières sont aussi organisées permettant à tous de s'exprimer sur le développement du territoire et de travailler sur les projets. L'intérêt de ce modèle est son statut non institutionnel et qui le libère de toutes contraintes ou interférence avec d'autres organismes de gouvernance liés à la montagne. Le parlement est uniquement un organe de consultation. Cependant, la région Occitanie le reconnaît comme son partenaire principal dans la création du « Plan Montagnes d'Occitanie Terre de Vie 2018-2025 » et a intégré ses recommandations à sa stratégie.

L'un des succès du Parlement est son budget participatif citoyen visant à financer des projets sélectionnés par les citoyens. Les projets éligibles doivent viser une zone montagneuse et proposer une innovation servant l'intérêt général. Chaque citoyen peut voter pour ses 3 projets préférés. En 2019, l'Office de tourisme de Mende a pu financer son projet de station de recharge électrique pour vélos visant à promouvoir le tourisme durable dans la région.

6.2. Un réseau pour favoriser la mobilité douce

Alpine Pearls est un réseau alpin (OBNL) regroupant des lieux de vacances écologiques, qui proposent des solutions de mobilité douce aux vacanciers. Le réseau est formé de 19 destinations de vacances dans cinq pays.

L'objectif de cette association touristique est la **promotion de la mobilité douce, en offrant aux clients la possibilité d'arriver et de repartir sans voiture**, d'utiliser facilement les transports en commun sur place, et de profiter d'une gamme variée d'offres de loisir respectueuses de l'environnement. Pour obtenir le label, les destinations (municipalités et OGD) doivent répondre à des critères obligatoires en ce qui concerne : la mobilité douce, la protection de l'environnement, le bien-être et la promotion des produits régionaux.

Les membres doivent garantir une offre de mobilité douce pour permettre aux visiteurs :

1. D'arriver ou de partir de la destination en bus ou en train,
2. De rejoindre leur lieu de séjour depuis la gare d'arrivée,
3. De se déplacer une fois à destination vers les principaux lieux touristiques et de services.

Exemples de solutions de mobilité sur place : services de navettes, bus de randonnée, bus de ski, taxis, voitures électriques, locations de bicyclettes et vélos électriques.

À titre d'exemple, la carte de mobilité Julian Alps permet aux touristes qui restent minimum deux nuits à destination de profiter de plusieurs avantages : stationnement gratuit, navettes gratuites, entrées gratuites à certains attraits, rabais sur certains transports. La carte existe à différents tarifs selon les besoins des clients et les avantages inclus (ex. : tarifs familiaux, carte stationnement, carte achetée en forfait avec un hébergeur, tarif spécial pour les personnes arrivant en transport en commun, etc.).

- ✓ Positionnement fort en tourisme durable
- ✓ Mobilité douce intégrée à l'offre
- ✓ Implication des hébergements dans la promotion de la mobilité douce et la solution
- ✓ Accompagnement offert aux destinations candidates





6.3. Une marque à l'échelle d'un réseau

Les parcs naturels régionaux (PNR) de France forment un réseau de territoires habités et dans lesquels de nombreux acteurs se concertent pour les préserver et les développer. Les parcs régionaux s'étendent généralement sur un territoire regroupant plusieurs municipalités et parfois plusieurs départements ou régions. Leurs limites ne sont donc pas administratives, mais correspondent à un projet de territoire. Aussi, en tant qu'espaces naturels habités, ils doivent répondre à plusieurs enjeux de taille : urbanisme et paysage, biodiversité, culturel, développement économique, éducation, agriculture et alimentation, tourisme, etc.

Les PNR ont développé ensemble une marque commune, « Valeurs Parc », qui se veut un « outil de développement et de valorisation économique, sociale et environnementale, attribué à des produits et services élaborés dans les Parc Naturel Régionaux ». Cette marque traduit la volonté des parcs de :

- « **valoriser le travail des hommes et des femmes** qui font vivre leur territoire et partagent leurs valeurs du développement durable;
- **mutualiser des moyens humains et financiers** pour développer une politique marketing nationale lisible et facilement déclinable localement;
- garantir aux clients une **offre homogène** sur les différents Parcs par des critères communs. »

Chaque parc est responsable de l'attribution de la marque aux entreprises intéressées sur son territoire et les accompagne dans leur démarche de certification. Pour bénéficier de la marque, les produits et services doivent répondre à des critères spécifiques basés sur trois valeurs :

- le lien au territoire;
- la dimension humaine;
- le respect de l'environnement.

À RETENIR

Lisibilité de l'offre pour les visiteurs
Facilité de planification de visite
Mise en valeur des atouts du territoire
Engagement des opérateurs envers les valeurs de développement durable
Accompagnement des entreprises



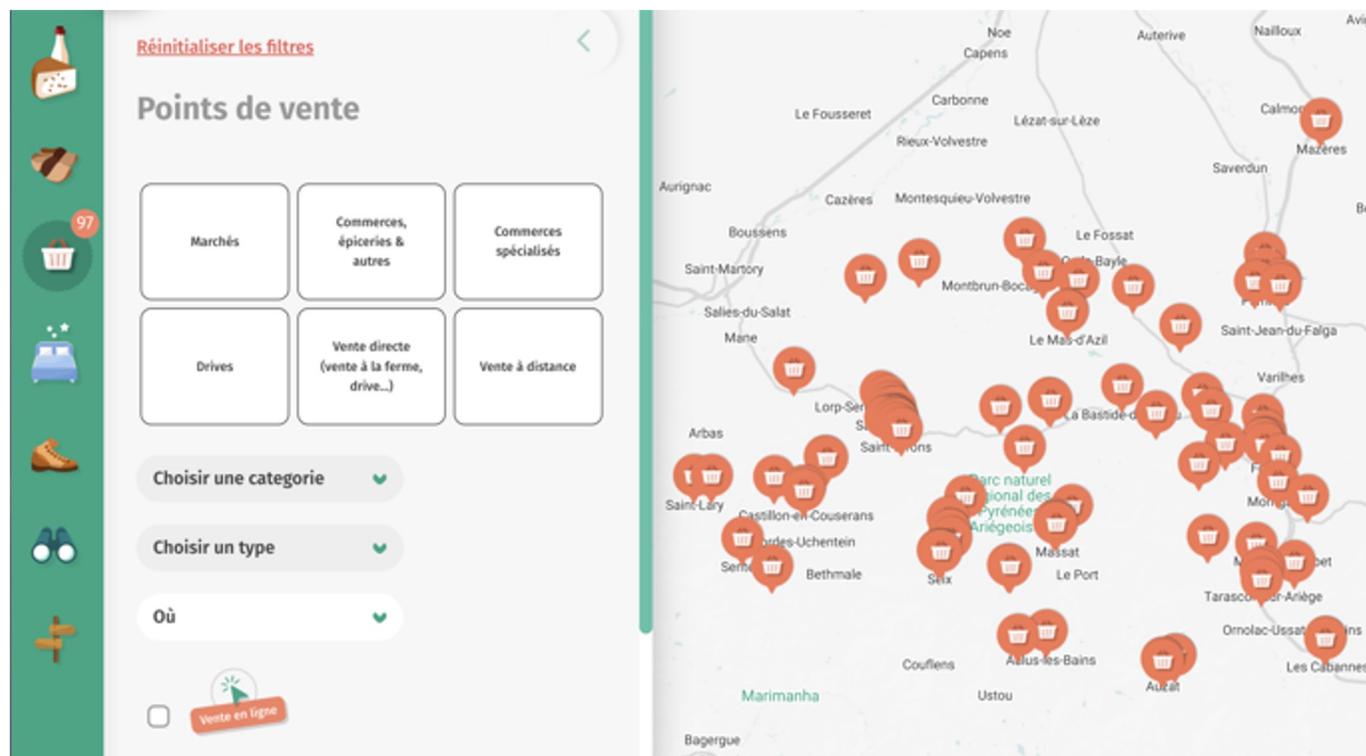
Un modèle de gouvernance inspirant par l'inclusion quasi systémique d'un **ensemble d'acteurs pour créer un produit touristique concerté, d'envergure, élargi et finalement unique.**

Cette stratégie permet potentiellement de répondre à plusieurs **enjeux** (gestion des flux de visiteurs sur le territoire, érosion des sentiers, préservation de l'environnement, qualité de l'expérience-client, etc.), mais surtout **de saisir des opportunités** (décloisonnement des activités et offre plus grande, retombées économiques et sociales élargies à la région, investissements partagés, attractivité plus performante, etc.).

L'exemple du Parc naturel régional Pyrénées Ariégeoises

L'exemple du [Parc naturel régional Pyrénées Ariégeoises](#) démontre comment la marque a permis de développer un réseau de professionnels de l'écotourisme sur son territoire et d'inciter la mise en place de pratiques durables et responsables. En faisant un zoom sur son propre territoire, le PNR Pyrénées Ariégeoises met de l'avant l'ensemble des Produits, Séjours et Expériences de son territoire.

La carte interactive permet de localiser facilement les produits alimentaires locaux, les points de ventes et marchés publics, les hébergements, expériences et activités, les points de vue et les parcours découvertes.



Rayonnement du projet de marque:

- Site Web de la marque et microsites pour certains parcs;
- Podcast;
- Visites d'influenceurs;
- Partenariat pour la création d'une rubrique *slow tourism* dans un magazine de solutions écologiques et sociales (Kaizen);
- Témoignages d'entreprises, de citoyens et de visiteurs.

6.4. Les produits locaux au cœur du territoire

Aliments du Québec au Menu

La reconnaissance Aliments du Québec au Menu est délivrée aux restaurants dont la carte est constituée d'au moins 50 % de produits du Québec (bruts ou transformés).

Bromont, montagne d'expérience a été la première station de ski à recevoir le sceau «Aliments du Québec au menu». Cette initiative, appuyée par l'Association des stations de ski et l'Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand du Québec, a pour objectif de faire de Bromont une destination agrotouristique incontournable.

100 Km Foods

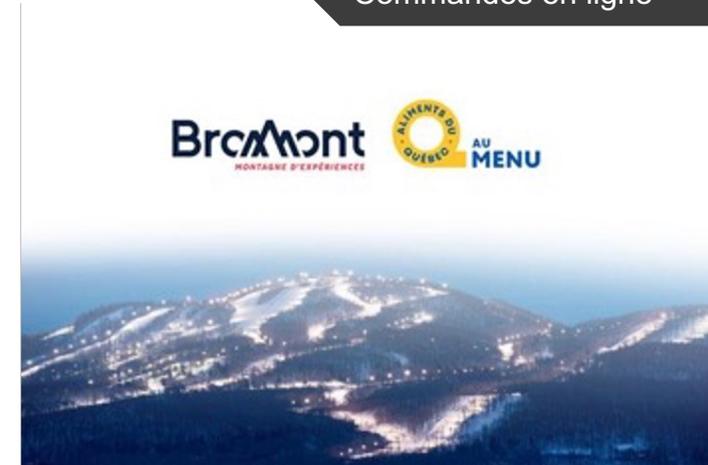
Fondée en 2007, l'entreprise 100 km Foods est un réseau de distribution équitable ontarien qui répond aux problèmes de logistique rencontrés par les chef.fe.s et les producteur.trice.s qui veulent travailler en circuits de proximité.

Distribution B to C:

- Place de marché virtuelle
- Marché mobile pour les points de chute
- Service de livraison à domicile
- En 2019, elle a instauré la certification « Certified 100Km » qui indique aux consommateur.trice.s qui sont les champions du local. Elle vient aussi d'ouvrir ses services aux particulier.ière.s avec un marché local virtuel.

À RETENIR

- Incitatif pour intégrer les produits locaux
- Visibilité accrue des producteurs
- Identification facilitée pour les clients par les labels
- Mise en relation améliorée
- Commandes en ligne



Distribution B to B:

- Garantit un prix fixe
- Assure la livraison par camion dans les 24h après la récolte
- Identification et traçabilité des produits
- Plateforme numérique qui permet de passer commande
- S'occupe de la mise en marché des produits des fermes (vente, marketing, collecte des paiements, livraison, etc.)

Collaboration accrue
Gestionnaire unique
Tarif unique pour tous les réseaux
Gratuité pour les citoyens
Plateforme de réservation centrale

6.5. La collaboration pour une offre intégrée

À Bromont, la création du tout nouveau **Parc des Sommets** illustre le pouvoir de la collaboration et de la possibilité de trouver un équilibre entre conservation et accès à la nature.

La création du parc est le fruit de plusieurs années de sensibilisation, de concertation et d'engagement collectif en vue de mettre sur pied ce parc de conservation et de récréation. L'une des étapes fut l'acquisition de terrains privés appartenant à la station de ski Bromont, Montagne d'expériences afin de contrer le développement immobilier. Cette acquisition a pu se faire avec la participation de la Ville de Bromont, Conservation de la Nature Canada, de financements citoyens et de l'appui du gouvernement du Québec.

**PARC DES
SOMMETS**

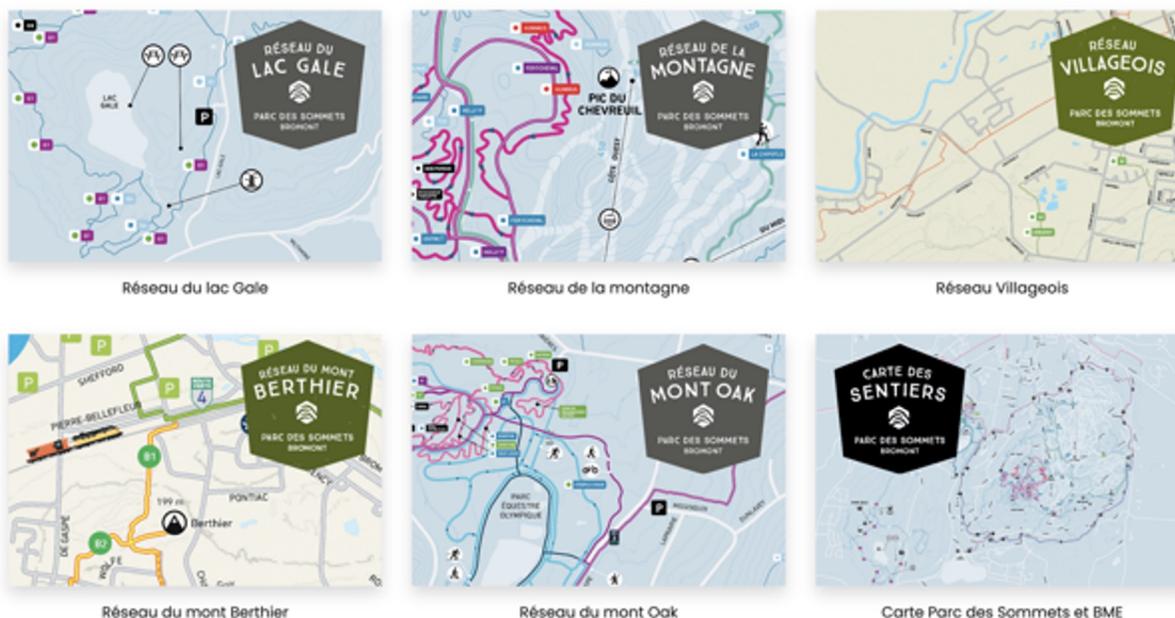
Les Amis des sentiers de Bromont

L'organisme Les Amis des sentiers de Bromont est le gestionnaire du Parc des Sommets et assure le développement et l'entretien des sentiers. La tarification pour l'accès réseau municipal des 140 km pour les non-résidents de Bromont est versée à l'organisme assurant ainsi la pérennité du seul organisme qui protège, entretient et aménage les sentiers naturels durables à Bromont.

L'organisme se démarque par ses actions de développement qui ont permis de connecter les différents réseaux de sentiers, son implication dans des projets municipaux de développement de la mobilité durable et la construction du pavillon d'accueil qui sert également de salle communautaire. cet engagement lui a valu le prix excellence plein air dans la catégorie « rayonnement régional ».

La municipalité bénéficie désormais de plusieurs réseaux de sentiers, tous gérés par le Parc des Sommets. Au niveau de la tarification, **un billet unique donnant accès à l'ensemble des sentiers** du Parc des Sommets et de Bromont, Montagne d'expériences.

L'accès au réseau municipal de 140 kilomètres de sentiers de Bromont est gratuit pour les citoyens de Bromont sur présentation de la carte citoyenne.



7. RÉFLEXION STRATÉGIQUE

Quels sont les champs d'action dans lesquels Tourisme Montérégie et ses partenaires devraient s'engager dans le cadre du Plan montagnes pour la région?

C'est ici que les différentes étapes du diagnostic convergent et permettent de présenter les possibilités qui respectent la volonté des principales parties prenantes consultées.



Champ d'action 1

Tenir compte du besoin de conservation et de protection des montagnes

Il s'agit de prendre en considération les effets des différentes pressions que subissent les milieux naturels des montagnes et de déployer des moyens pour les prévenir, permettant le maintien ou le rétablissement de leurs spécificités, ainsi qu'une utilisation durable des ressources.

Pourquoi s'intéresser à ce sujet ?

Constats

- Les montagnes sont de très petits territoires isolés et fragmentés dont l'importance écologique est cruciale pour la biodiversité.
 - 25% du territoire est protégé légalement (entre 0,5% à 50% selon la montagne). Les monts Saint-Hilaire, Saint-Bruno et Saint-Grégoire ont un pourcentage plus important de territoire protégé.
- Les montagnes ont aussi une grande valeur sociale et la population est très attachée à «sa montagne».
- Les montagnes sont soumises à de fortes pressions qui compromettent l'intégrité des milieux naturels: développement immobilier et commercial, espèces envahissantes, changements climatiques, etc. Les activités récréatives non harmonisées avec le milieu sont considérées comme une pression élevée ou modérée sur les montagnes à l'étude, à l'exception du Mont-Saint-Grégoire (inconnu pour Rigaud).
- Chacune des montagnes a un organisme dont la mission inclut la protection et la conservation.
- Il existe des conflits d'usages. Notamment certains résidents s'inquiètent des comportements non responsables d'autres usagers.

Attentes des parties prenantes

- La vision commune du territoire définie dans une démarche de la CMM met l'accent sur la protection et la mise en valeur des Montérégiennes.
- Les visiteurs en Montérégie sont fortement attirés par les paysages et les activités en nature, un pilier de l'attractivité de la destination.
- La dégradation des milieux naturels trône au sommet des impacts négatifs qui préoccupent les voyageurs à l'international (Observatoire Valaisan du Tourisme 2021)

Démarches déjà en cours

- Démarches fortes de concertation régionale en cours portant sur la protection (Coalition des Montérégiennes, démarche avec la CMM et le CRE)
- Plan de conservation en cours de réalisation pour chacune des montagnes
- Les MRC et les municipalités mettent en place des schémas d'aménagement et des politiques de protection des milieux naturels
- Certains gestionnaires de sites et sentiers adoptent des mécanismes de gestion des flux touristiques (ex: au Mont-Saint-Hilaire)
- Plusieurs acteurs cherchent à acquérir des terrains qui sont actuellement privés pour développer des sentiers entre autres usages.
- Les gestionnaires de sentiers veulent développer leur offre d'activité d'éducation à la nature et leurs approches de sensibilisations des visiteurs, ainsi que mieux former leur personnel (Ex : Sans Traces).



Champ d'action 2

Améliorer l'accès à la nature

Il s'agit de répondre à la demande croissante provenant de différents profils de clientèle, qui souhaitent pratiquer des activités de loisir en nature, dans un souci d'équité.

Pourquoi s'intéresser à ce sujet ?

Constats:

- L'accès public aux montagnes par des sentiers est limité sur certaines montagnes (mont Rougemont, mont Yamaska).
- L'accès à la nature est plus difficile pour certains groupes de population : aînés, jeunes, milieux défavorisés, etc.
- La fréquentation touristique sur les montagnes a augmenté avec la pandémie.
- La demande excède la capacité des infrastructures. Cela se manifeste à travers le manque de places de stationnement notamment.
- Les propriétaires privés sont réfractaires à accorder des droits de passages sur les monts Yamaska, Rougemont, ou au pourtour dans le cas du Mont-Saint-Hilaire.

Attentes des parties prenantes:

- L'accès à la nature est très recherché, car il contribue à la santé et à la qualité de vie des populations.
- Les visiteurs en Montérégie sont fortement attirés par les paysages et les activités en nature, un pilier de l'attractivité de la destination.
- Les résidents aux alentours des sites perçoivent parfois négativement le développement de nouveaux sentiers, car elle s'inquiète des nuisances, des faibles retombées économiques et de la pression financière sur les petites municipalités.
- Les organismes de conservation présents sur les montagnes prioriseront toujours leur conservation plutôt que leur développement.
- Le ministère du Tourisme souhaite *Développer le tourisme de nature et d'aventure dans une approche d'écotourisme*, dans son 3^e Axe du Plan d'action pour un tourisme responsable et durable.

Démarches déjà en cours

- CIME Haut-Richelieu souhaite adapter ses infrastructures pour accueillir des personnes âgées, des tous-petits en garderie, ainsi que des petits groupes d'affaires.
- La Réserve Naturelle Gault veut développer une offre éducative pour les milieux sociaux défavorisés.
- Il existe différents projets de développement de sentiers publics ou privés et d'activités complémentaires à l'offre actuelle (mont Saint-Hilaire, Saint-Bruno, Rougemont, Rigaud)
- Il existe des initiatives de développement de l'offre plein air sur les terrains privés (campings, attraits agrotouristiques, etc.).

Champ d'action 3

Faire vivre l'expérience de la montagne au sein du territoire élargi

Il s'agit d'aborder l'expérience récréotouristique de la montagne du point de vue du visiteur qui souhaite faire plusieurs activités et découvertes. L'objectif étant de lui faire des propositions qui l'inciteront à allonger son séjour, augmenter ses dépenses, etc. et ce, sur les quatre saisons.

Pourquoi s'intéresser au sujet ?

Constats:

- Les sites de pratiques de plein air existants ont déjà atteint le maximum de leur capacité d'accueil à certaines périodes. Aménager de nouveaux sites n'est pas toujours compatible avec le besoin de conservation des milieux naturels.
- Les montagnes forment un paysage attractif, même vu de loin.
- Certaines montagnes ont une offre récréotouristique très limitée (Rougemont, Yamaska). Pour d'autres où l'offre touristique est là, ce sont les services complémentaires qui font défaut (Rigaud, Saint-Grégoire).
- Les usagers viennent souvent à la montagne pour des activités courtes.
- L'offre touristique semble peu forfaitisée.
- Il semble y avoir des opportunités peu exploitées au niveau de la mise en valeur du territoire, notamment au niveau de l'histoire et du patrimoine, le maillage avec «l'expérience rivière» du Richelieu, les producteurs agricoles, etc.

Attentes des parties prenantes:

- La volonté de plusieurs acteurs est de mieux gérer l'achalandage et d'accorder la priorité à la conservation des milieux naturels sensibles.
- L'industrie touristique de la Montérégie souhaite améliorer la rétention des visiteurs et de leurs dépenses dans la région afin d'augmenter les retombées économiques.
- On observe un potentiel de maillage entre les attraits sur et au pourtour de ces montagnes.



Démarches déjà en cours

- La fiducie du Mont Rigaud souhaite développer le réseau de sentiers pédestres et multiusages pour qu'il soit connecté à différentes entreprises touristiques sur et au pourtour de la montagne.
- Ski Saint-Bruno tente de développer une nouvelle offre sur un terrain agricole limitrophe qu'elle a acquis (vélo de montagne, hébergement, labyrinthe, etc.)



Champ d'action 4

Encourager l'offre de produits agroalimentaires locaux chez les opérateurs touristiques

Il s'agit d'encourager et de faciliter l'accès aux produits locaux pour les opérateurs touristiques afin qu'ils puissent les offrir à leur clientèle, ainsi que de développer de nouvelles expériences agrotouristiques.

Pourquoi s'intéresser au sujet ?

Constats:

- Les montagnes sont entourées de terres agricoles.
- Il y a une forte concentration d'attrait agrotouristiques sur quatre des six montagnes.
- L'approvisionnement local n'est pas généralisé aujourd'hui dans les attrait touristiques.
- Plusieurs érablières et producteurs n'ont pas encore d'offre touristique.
- La Montérégie est «le garde-manger du Québec» - grande présence de producteurs agroalimentaires à proximité.

Attentes des parties prenantes :

- Les visiteurs en Montérégie sont fortement attirés par le terroir et l'expérience gourmande, un pilier de l'attractivité de la destination.
- 45 % des voyageurs québécois privilégieraient des entreprises touristiques qui ont une politique d'approvisionnement local (Chaire de tourisme Transat, 2022).
- Le ministère du Tourisme souhaite miser sur l'approvisionnement local dans le Plan Montagnes ainsi que dans son Plan d'action pour un tourisme responsable et durable.

Démarches déjà en cours

- L'ASSQ et l'AAGTQ collaborent sur l'intégration des produits du terroir dans l'offre de restauration des stations de ski, l'ajout d'activités, de forfaits
- Possibilité d'accompagnement par la Société du réseau Économusées pour mettre en valeur l'offre bioalimentaire des montagnes
- Tourisme Haut-Richelieu est très actif sur le sujet: plan d'action sur les circuits courts en agroalimentaire pour augmenter la présence de produits locaux, un projet de maillage entre restaurateurs et producteurs, un projet de vitrine gourmande et un projet de circuit agrotouristique international (Vermont, BYC, Ontario).
- Le Conseil Régional en Environnement a un projet d'économie circulaire avec l'industrie agroalimentaire et souhaite faire des maillages avec l'industrie touristique.

Champ d'action 5

Développer les options de mobilité durable vers les montagnes et sur le site

Il s'agit de faciliter l'accès aux montagnes autrement qu'en voiture individuelle, soit en transport actif et collectif, au bénéfice du climat et de ceux qui ne conduisent pas pour différentes raisons.

Pourquoi s'y intéresser ?

Constats:

- Le transport compte pour la majorité de l'empreinte carbone des montagnes, car la plupart des visiteurs s'y rendent en voiture individuelle.
- Il y a un manque d'offres en matière de transport actif et collectif depuis les bassins de population.
- Les montagnes sont situées à une relative proximité de zones densifiées avec une croissance démographique prévue (Montréal, Montérégie, etc.)
- La Montérégie compte le plus grand réseau cyclable du Québec (km asphaltés), mais ne permet pas de se rendre de façon sécuritaire à la montagne pour l'instant.
- Présence du sentier cyclable Oka-mont Saint-Hilaire et de la piste cyclable La route des Champs.
- Certains sites sur les montagnes ont un manque de stationnements, générant des désagréments à la fois pour les visiteurs et les résidents.

Attentes des parties prenantes:

- Le ministère du Tourisme souhaite *Favoriser les moyens de transport durable* dans son 2^e Axe du Plan d'action pour un tourisme responsable et durable, en collaboration avec les destinations touristiques et les sociétés de transport.
- Le cyclotourisme est un des produits d'appel de la destination selon la planification stratégique de Tourisme Montérégie.
- 51 % des Québécois s'efforcent de minimiser leurs déplacements en voiture, mais seulement 4 % envisagent de ne plus posséder ou louer une voiture à long terme (Baromètre de l'action climatique 2022)
- Les 18-24 ans urbains cherchent à combiner les modes de transport selon leurs besoins (Movin'On, 2021)

Démarches déjà en cours

- Certaines MRC travaillent sur des plans de mobilité active (MRC de la Vallée du Richelieu) qui incluent des liens cyclables vers les montagnes.
- Certaines montagnes collaborent avec différents acteurs pour proposer des navettes, notamment le mont Saint-Bruno.
- Tourisme Haut-Richelieu collabore avec la MRC pour étudier la possibilité d'avoir des vélos électriques en libre-service. Ils mènent également une réflexion pour proposer une navette pendant le temps des pommes (avec NaNa).



Champ d'action 6

Faciliter l'adaptation aux changements climatiques

Il s'agit de permettre aux opérateurs touristiques d'être plus résilients face aux défis qui résulteront des changements climatiques, entre autres en diversifiant leurs activités sur 4 saisons, mais pas seulement.

Pourquoi s'intéresser au sujet ?

Constats:

- Les changements dans le climat entraînent des risques importants pour les acteurs touristiques:
 - Modification du comportement des visiteurs
 - Impact sur l'expérience client et sur la sécurité
 - Pertes de revenus et hausse des coûts d'opération et d'entretiens
- La majorité des montagnes a déjà une offre diversifiée et un achalandage sur 3 ou 4 saisons. Les stations de ski sont les acteurs qui ont la plus grande volonté de diversifier leurs activités pour augmenter leur résilience, car ils ressentent davantage les impacts du changement climatique.
- Les entreprises et autres opérateurs manquent de connaissances sur le sujet ainsi que de ressources humaines et financières pour agir.

Attentes des parties prenantes :

- Le ministère du Tourisme souhaite *Accompagner les entreprises dans l'adaptation et l'innovation à l'égard des changements climatiques* dans son 5^e Axe du Plan d'action pour un tourisme responsable et durable.
- La population québécoise et les acteurs touristiques commencent à prendre conscience de la nécessité d'agir.
- Les clientèles ont de nouveaux besoins, attentes et comportements : notamment l'effet de substitution lorsqu'ils ne peuvent pas pratiquer leur activité de prédilection, et l'effet cours arrière, soit l'influence des conditions météo à domicile sur leurs planifications d'excursions et de séjours



Démarches déjà en cours

- L'Association des stations de ski du Québec a plusieurs projets en cours, notamment avec Ouranos.
- Le Conseil Régional de l'Environnement de la Montérégie a certains projets et peut organiser des cours et formations, ainsi qu'une certaine forme d'accompagnement des acteurs.
- Certains acteurs s'adaptent en diversifiant leurs activités – plusieurs projets en phase d'idéation ou de planification (Ex: vélo de montagne à Ski Saint-Bruno).
- Certains acteurs s'adaptent en modifiant leurs équipements (location de crampons au lieu de raquettes à la Réserve naturelle Gault).
- Certains acteurs mettent à jour leurs protocoles d'urgence et de sécurité (Réserve naturelle Gault, Mont-Saint-Hilaire).



Champ d'action 7

Encourager l'adoption de pratiques durables par les opérateurs

Il s'agit de faciliter l'adoption par les opérateurs de bonnes pratiques durables, c'est-à-dire des façons de faire qui minimisent les impacts négatifs et maximisent les bénéfices sociaux, environnementaux et économiques de leurs activités.

Pourquoi s'intéresser au sujet ?

Constats :

- Les gestionnaires de sites naturels et de sentiers ont de bonnes pratiques liées à l'environnement et au développement durable.
- Les autres opérateurs touristiques manquent de connaissances sur le sujet et de ressources humaines et financières pour adopter de meilleures pratiques.

Attentes des parties prenantes :

- En entrevue, plusieurs acteurs ont mentionné avoir besoin de soutien pour développer les compétences, ainsi que d'avoir accès à des programmes de financement.
- La main d'oeuvre issue des plus jeunes générations veulent s'impliquer dans des initiatives durables (selon ski Mont-Saint-Bruno)
- 62 % des Canadiens désirent voyager de façon plus durable en 2022 (Booking.com, 2022)
- Entre 44 % et 55% sont prêts à payer un peu plus pour certaines catégories de produits et services touristiques durables (Expédia Group, 2022), mais les voyageurs cherchent à conjuguer écologie et économie en raison de l'inflation (Google, 2022).
- Un quart des Canadiens ne savent pas où chercher des offres durables (Booking.com, 2022) et 41% des Québécois pensent qu'elle est limitée (Chaire de Tourisme Transat, 2022)
- Le ministère du Tourisme souhaite *soutenir le développement de produits et d'entreprises touristiques responsables et durables*, dans son 1^{er} Axe du Plan d'action pour un tourisme responsable et durable.

Démarches déjà en cours

- Le réseau des SADC et CAE a un programme de financement pour les investissements visant l'amélioration de la performance environnementale.
- Le Fond Écoleader a pour mission de financer des projets en développement durable, mais présentement il y a de longs délais.
- Ski Mont Rigaud et Ski Saint-Bruno souhaitent réaliser des plans de développement durable, mais sont en attente de financement.
- Le Conseil Régional en Environnement a un projet d'accompagnement pour des stationnements écoresponsables et peut être un partenaire de formation, sensibilisation, etc.



7. RECOMMANDATIONS

À la lumière des étapes précédentes et notamment des réflexions stratégiques, les acteurs des montagnes ont eu l'occasion de réfléchir ensemble autour des champs d'action identifiés. Lors d'un atelier de cocréation, des avenues porteuses pour la transition des territoires des montagnes ont été explorées.

Cette section présente des recommandations issues de ces réflexions. Ces orientations prioritaires permettront d'aiguiller Tourisme Montérégie dans la rédaction de son plan d'action pour le Plan montagnes. Certaines recommandations impliquent de soutenir financièrement des projets, mais la plupart s'orientent davantage sur une implication en termes de temps, afin de mettre sur pied ou soutenir des initiatives porteuses.





L'intelligence collective au service des montagnes de demain

Les acteurs clés du territoire des montagnes ont réfléchi ensemble aux initiatives et projets qui leur permettraient d'agir pour atteindre les objectifs du Plan montagnes. Ce fut également l'occasion pour Tourisme Montérégie d'identifier les parties prenantes auprès de qui collaborer.

Plusieurs constats peuvent être tirés de l'ensemble de la démarche :

► Des champs d'actions prioritaires

À l'issue de l'atelier, les participants ont priorisé les sept champs d'action. Voici les trois prioritaires selon eux :

- Améliorer l'accès à la nature;
- Proposer une expérience au sein d'un territoire élargi;
- Encourager l'offre de produits locaux chez les opérateurs touristiques.

► Des montagnes pensées au sein d'un réseau

La vision des acteurs a fait ressortir l'importance de considérer les montagnes comme des éléments centraux d'un territoire plus vaste et la nécessité de diriger ses efforts vers la mise en réseau de ces pôles montagneux.

► La concertation au cœur de la démarche

La concertation et la collaboration des acteurs des six monts sont prioritaires et doivent être réfléchies. Le déploiement d'un mécanisme de concertation pour rassembler les acteurs autour de projets communs est à envisager et sera la clé du succès du Plan montagnes.

Afin de prioriser les efforts de Tourisme Montérégie, les recommandations suivantes tiennent compte des trois principaux champs d'action identifiés lors de l'atelier.

D'autre part, ces recommandations ont en ligne de mire les quatre objectifs du Plan montagnes:



Le développement ou la consolidation d'une offre touristique quatre saisons.



Le renforcement des chaînes d'approvisionnement local et la mise en valeur des produits du Québec.



La concertation de tous les acteurs territoriaux.



L'adoption de pratiques responsables et durables par les entreprises.

Voici donc dans les pages suivantes les trois grandes orientations ainsi que les recommandations qui s'y rattachent.



8.1. Une offre nature viable dans le contexte climatique de demain

Soutenir le développement d'une offre nature responsable au pourtour des montagnes

L'accès à la nature devrait être accentué sur les pourtours des montagnes, là où le développement sera plus facile et la capacité d'accueil plus large. Ces espaces disposent déjà d'une offre touristique, mais elle pourrait être bonifiée et diversifiée. Cela permettrait également de réduire la pression sur les milieux naturels des montagnes.

► **Lancer un appel à projets pour octroyer du financement aux projets de développement d'activités en nature sur le pourtour des montagnes, viables à long terme, considérant les projections climatiques locales.**

- Se doter de critères de sélection en accord avec les objectifs du Plan montagnes pour octroyer les financements. Collaborer avec le CRE de la Montérégie pour l'identification de ces critères.
- Privilégier les projets d'aménagements autour des montagnes pour :

- L'ajout de sentiers, facilitant les pratiques multiusages: randonnée, ski de fond, raquette, fatbike, vélo de montagne, deltaplane et parapente (Mont Yamaska), etc.;

- Bénéficier de points de vue plus éloignés des montagnes, afin de les contempler de loin. Les projets pourraient inclure l'ajout de plateformes, belvédères, terrasses, panneaux d'interprétation, aires de pique-nique, etc.;

- Favoriser l'inclusion et l'accessibilité chez les opérateurs touristiques (adaptation des infrastructures) ou auprès de municipalités (ex: programmes scolaires).

- Impliquer les citoyens dans le développement touristique de ces territoires. Par exemple, réfléchir à la mise en place d'un budget participatif citoyen pour permettre leur implication dans la sélection des projets qui recevront du financement dans le cadre du Plan montagnes. Des outils tels que budgetparticipatif.com facilitent ce processus.

Les objectifs ciblés



Champs d'action

- Accès à la nature
- Protection des montagnes
- Territoire élargi

Collaborations

- OGD locaux
- Municipalités
- MRC
- CRE de la Montérégie
- Coalition des Montérégiennes
- CMM
- CRE
- Organismes de protection des montagnes
- Kéroul
- Opérateurs touristiques
- Citoyens



► **Améliorer l'accessibilité de l'offre nature existante autour des montagnes.**

Collaboration

- Appuyer la CMM dans son plan d'action en ce qui concerne l'identification des secteurs au pourtour des montagnes dans une optique de mise en valeur du paysage.
- Appuyer la Coalition des Montérégiennes dans ses efforts de développer la connectivité entre les montagnes.
- Initier des discussions avec Kéroul pour identifier une approche d'amélioration de l'accessibilité : accompagnement des opérateurs touristiques, certification « Destination pour tous » des municipalités autour des montagnes, etc.

Mise en relation et sensibilisation

- Agir comme agent de mise en relation entre les opérateurs et les acteurs détenant une expertise (développement d'offres complémentaires, aménagement, interprétation de la nature, etc.).
- Initier des sessions d'information et de concertation pour démontrer les bénéfices de développer des sentiers autour des montagnes aux propriétaires terriens et aux attraits.

- Encourager les opérateurs touristiques de la montagne et des alentours à favoriser l'accessibilité: développement d'offre adaptée, adaptation des infrastructures, tarification spéciale (ex: carte accompagnement loisirs pour la gratuité des accompagnateurs des personnes en situation de handicap), etc.

Quelques initiatives marketing

- Lors des périodes très achalandées (ex: temps des couleurs, temps des pommes, des sucres), accroître les efforts marketing pour attirer les visiteurs sur les pourtours des montagnes.
- Mettre en avant l'offre sur les pourtours des Montérégiennes dans les bureaux d'information touristique.
- Inciter les attraits sur la montagne à faire connaître l'offre aux alentours (ex: localisation des attraits via un panneau d'information depuis le sommet, offre d'une carte en ligne).
- Pour un temps limité, offrir des cartes prépayées pour des activités sur les pourtours des montagnes aux clients des attraits phares des montagnes.



8.2. Un réseau de pôles montagneux accessibles et cohérents

Déployer la mise en réseau des montagnes

Malgré les distances qui les séparent les unes des autres, les six montagnes devraient être vues comme un réseau uni et interconnecté. L'expérience offerte, la promotion, la structuration et le développement de l'offre peuvent être réfléchis en considérant ces montagnes comme un seul et même réseau. Et ce, pour faciliter la cohérence tant du point de vue du visiteur que des parties prenantes.



► Mettre en réseau les acteurs pour favoriser leur engagement

- Mettre en place un mécanisme de concertation pour réunir les acteurs impliqués de près ou de loin dans le développement touristique des pôles montagneux: entreprises touristiques, municipalités, OGD, comité régional en tourisme gourmand, etc.
- Créer des communautés de pratique afin de favoriser le partage d'informations, de bonnes pratiques et l'entraide entre ces acteurs.
- En collaboration avec les porteurs de projet, le réseau s'assure de développer des offres touristiques complémentaires entre les montagnes. Il sera nécessaire d'encourager la complémentarité des expériences.

► Mettre en place des actions de promotion communes pour développer la notoriété et l'attractivité des montagnes

- Développer un positionnement et une identité commune au réseau des montagnes, tout en mettant de l'avant leurs spécificités, voire une image distincte pour chacune des montagnes. Ces identités devraient être définies en fonction du type d'offres touristiques et du patrimoine historique.
- Créer une charte d'engagement et identifier des critères spécifiques pour que les diverses parties prenantes puissent adhérer au réseau (entreprises touristiques, fournisseurs, producteurs agricoles, etc.).
- Déployer un site Web dédié, présentant les six monts, l'offre touristique, une carte géolocalisée, etc.

Les objectifs ciblés



Champs d'action

- Territoire élargi
- Mobilité durable
- Conservation et protection
- Produits locaux

Collaborations

- OGD locaux
- Municipalités
- MRC
- Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand du Québec
- Comité régional en tourisme gourmand
- Rando Québec
- Coalition des Montérégiennes
- CMM
- Organismes de protection des montagnes
- Chambre de commerce
- Opérateurs touristiques
- Citoyens



► **Créer des itinéraires qui connectent les pôles montagneux.**

- Identifier le potentiel de création d'un « Chemin des Montérégiennes », qui permettrait de créer des itinéraires mettant à l'honneur la randonnée, l'agrotourisme, l'hébergement en nature, etc.
- Développer des forfaits entre les attraits et services situés dans les pôles montagneux, pour des séjours de type microaventure. Par exemple, un forfait « deux jours / une nuit / deux montagnes ».
- Créer des itinéraires « optimisés » entre les montagnes, c'est-à-dire qui impliquent le moins de kilomètres possible.
- Identifier plusieurs modes de mobilité sur les circuits (p. ex.: vélo, navette).
- Identifier des idées d'expériences en lien avec les rivières Richelieu et des Outaouais (notamment via la Route du Richelieu).
- Intégrer davantage l'offre cyclable de la Montérégie à l'expérience montagnaise en développant des circuits connectés aux pistes cyclables actuelles et en élaborant des circuits en boucle autour des montagnes.
- Positionner les montagnes comme des points d'accueil et de départ pour explorer les alentours.

► **Favoriser les connexions au sein des pôles par l'amélioration de la mobilité.**

- Développer les connexions de transport en commun depuis Longueuil, vers chacun des pôles montagneux. Par exemple, en étendant le projet de transport Skibus aux autres montagnes. Déployer des partenariats avec des services de transport comme Transdev ou le réseau de transport de Longueuil et avec des solutions de mobilité durable comme la Navette Nature.
- Explorer les possibilités de location de navettes se déplaçant au sein d'un même pôle montagneux lors de périodes plus achalandées (fins de semaine, temps des couleurs, des pommes, des sucres).
- Soutenir le déploiement de bornes de recharge électrique sur le réseau cyclable régional pour favoriser l'accessibilité à plus de clientèles.
- Déployer des incitatifs pour encourager les visiteurs à se déplacer en covoiturage, transport en commun, auto électrique pour venir visiter les pôles montagneux (rabais sur les tarifs des attraits, dans les commerces, etc.).



8.3. Des pratiques durables chez les opérateurs, ancrés dans leur territoire

Inciter les opérateurs touristiques à pivoter vers une vision écoresponsable de leurs activités

Pour assurer la transition durable des pôles montagneux, les opérateurs touristiques doivent avoir la capacité de mettre en place des pratiques durables dans leurs opérations pour répondre à l'urgence climatique et en vue de s'adapter. Une attention particulière devrait être portée sur la provenance des produits utilisés en privilégiant notamment les circuits courts.



► Améliorer la collaboration au sein des pôles montagneux pour faciliter la mise en valeur des produits locaux et l'approvisionnement local.

- Explorer les possibilités de collaboration avec « Montérégie, garde-manger du Québec » et le CRE de la Montérégie (projet d'économie circulaire en cours) pour augmenter la part des produits locaux chez les opérateurs.
- Développer un partenariat avec l'Association de l'agrotourisme et du tourisme gourmand du Québec pour accompagner les entreprises agrotouristiques dans le déploiement d'une offre durable.
- Déployer la certification Aliments du Québec au Menu à Ski Mont Rigaud.
- Collaborer avec les OGD présents sur les territoires des montagnes pour le développement et la promotion d'initiatives de tourisme gourmand (ex: microcircuit spécial pour les pôles montagneux dans les [Virées Gourmandes](#));
- Encourager les OGD locaux à créer un événement gourmand sur chacune des montagnes, où les produits locaux seront mis à l'honneur, réparti à différents moments de l'année.
- Créer des occasions de partage d'expertise entre les territoires ayant déjà mis en place des initiatives d'approvisionnement local (Vaudreuil-Soulanges, Tourisme Haut-Richelieu).

Les objectifs ciblés



Champs d'action

- Produits locaux
- Pratiques durables
- Adaptation aux CC

Collaborations

- Expansion PME
- OGD locaux
- MRC
- Comité régional en tourisme gourmand
- CRE de la Montérégie
- SRÉ
- ASSQ
- AATGQ
- AEQ
- Chambre de commerce
- GUÉPE
- Groupe Agro conseil
- Opérateurs touristiques
- Citoyens



► Accompagner les opérateurs touristiques dans leur transition.

Financement

- Financer un programme d'accompagnement et de formations avec le CRE (stationnements écoresponsables, adaptation aux CC) ou d'autres partenaires (SRÉ, AATGQ, etc.).
- Appuyer financièrement des projets de planification en lien avec le développement durable des opérateurs. Par exemple, les plans de développement durable de Ski Mont Rigaud et Ski Saint-Bruno.
- Faire connaître les financements existants pour les projets des opérateurs (Fonds Ecoleader, SADC et CAE).

Soutien opérationnel

- Orienter les opérateurs vers des ressources utiles pour se préparer ou s'adapter (experts, financement, etc.).
- Formaliser un partenariat avec l'ASSQ pour accompagner les deux stations de ski vers la certification Ecocert.
- Accompagner les entreprises dans leur processus de la certification écotourisme d'Aventure Écotourisme Québec.
- Encourager la formation du personnel aux pratiques responsables en nature (ex : Sans Traces).

Sensibilisation et inspiration

- Informer les attraits des pôles montagneux sur les impacts des changements climatiques et leur évolution ainsi que sur les mesures possibles d'adaptation (ex.: fiches thématiques d'Ouranos).
- Sensibiliser les opérateurs touristiques des montagnes à promouvoir la mobilité durable auprès des visiteurs.
- Encourager le développement de projets d'éducation et de sensibilisation à la nature sur les montagnes, notamment auprès des jeunes à travers des visites éducatives (programmes d'« Éducation relative à l'environnement »).
- Rester à l'affût des tendances de comportement et attentes des visiteurs en lien avec le tourisme durable (Baromètre de l'action climatique, sondage ponctuel, etc.) et partager régulièrement l'information auprès des opérateurs touristiques.



8. ANNEXE

Participants aux entrevues et au groupe de discussion

Catégorie	Organisation	Contact
Développement et promotion touristique	Tourisme Montérégie	Marjorie Dubuc-Perras
	Tourisme Haut-Richelieu	Isabelle Charlebois
	Tourisme au Coeur de la Montérégie	Mélanie Dubuc
	Tourisme Vallée-du-Richelieu	Anne-Marie Granger Godbout
	Tourisme Vaudreuil-Soulanges	Angélique L'Écuyer
	Association des Stations de Ski du Québec	Yves Juneau
Scène gouvernementale / territoriale	Ministère des Affaires Municipales et de l'Habitation	Yannick Gignac
	Ministère de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs	Charles Maurice et Marie-Hélène Fraser
	Ministère de la Culture et des Communications	Jannick Lachapelle et Annie Goudreault
	Ministère des Transports et de la Mobilité durable	Julien Gaudet
	Ministère de l'Économie, de l'Innovation et de l'Énergie	Nicolas Martin
	MRC Vaudreuil-Soulanges	Jean Bourassa
	Centre d'aide aux entreprises Haute Montérégie	Madame Mirette Tiani

Catégorie	Organisation	Contact
Organismes de conservation	Nature-Action Québec	Marie-Pier Ricard
	Centre de la nature mont Saint-Hilaire	Geneviève Poirier-Ghys
	Fiducie du mont Rigaud	Annie Bourgon
	Réserve Gault de l'Université McGill (Mont-St-Hilaire)	Martin Duval
	Coalition des Montérégiennes	Sylvie Guilbault
	Conseil Régional de l'Environnement CRE Montérégie	Charles Charrier Tremblay
	CIME Haut-Richelieu (St-Grégoire)	Renée Gagnon
Attraits touristiques	Ski Mont Saint-Bruno	Michel Couture
	Parc national du mont Saint-Bruno - Sépaq	Cédric Landuyt
	Mont Rigaud Ski et vélo de montagne	Luc Élie



Participants à l'atelier

Catégorie	Organisation	Contact
Développement et promotion touristique	Tourisme Montérégie	Mario Leblanc et Marjorie Dubuc-Perras
	Tourisme Haut-Richelieu	Isabelle Charlebois
	Tourisme au Cœur de la Montérégie et MRC de Rouville	Mélanie Dubuc
	Tourisme Vaudreuil-Soulanges	Angélique L'Écuyer
	Kéroul	Bruno Ronfard
Scène gouvernementale / territoriale	MAPAQ	Katherine Ducharme et Mohammed Adli
	La Montérégie, Le Garde-Manger du Québec	Maude Saint-Hilaire
	Municipalité de Saint-Paul-d'Abbotsford	Julie Giguère
	Municipalité de Rougemont	Guy Adam
	Ville de Mont-Saint-Hilaire	Daniel-Éric St-Onge
	Ville de Saint-Bruno	Carl Forest

Catégorie	Organisation	Contact
Organismes de conservation	Nature-Action Québec	Marie-Pier Ricard
	Centre de la nature mont Saint-Hilaire	Geneviève Poirier-Ghys
	Fiducie du mont Rigaud	Annie Bourgon
	Réserve Gault de l'Université McGill (Mont-St-Hilaire)	David Maneli
	Coalition des Montérégiennes	Sylvie Guilbault
	CIME Haut-Richelieu	Renée Gagnon
Attraites touristiques	Parc national du mont Saint-Bruno - Sépaq	Cédric Landuyt
	Mont Rigaud Ski et vélo de montagne	Luc Élie
	Arbraska Rigaud	Marc Poudrier
	Auberge des Gallant	Dominic Gallant
	Érablière Mont-Rouge	Madame Beauregard
	Cidrerie Michel Jodoin	Francine Déry et David Jodoin
	Vignoble Les Petits Cailloux	Martin Lavertu
Autres	Regroupement des artistes professionnels de Mont-Saint-Hilaire	André Michel



Équipe de réalisation

Aude Lenoir

Éclaireuse en intelligence touristique
aude@touriscope.ca
514 834-6997

Florine Gueugneaud

Éclaireuse en attractivité touristique

Caroline Asselin

Éclaireuse en développement touristique responsable

En collaboration avec la firme Le Picbois

