



STR▲TÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DU PLEIN AIR NON
MOTORISÉ DE LA HAUTE-GASPÉSIE

2021 / 2024



La Haute-
Gaspésie
esprit libre



Mise à jour :
Novembre 2021

TABLE DES MATIÈRES

Sommaire exécutif	3
1. Mise en contexte	4
1.1 Le plein air : l'ADN de la Haute-Gaspésie.....	4
1.2 Attraction et rétention.....	4
2. Processus d'élaboration.....	5
3. Objectifs de la stratégie	5
4. Constats	5
4.1 Produits cibles	5
4.2 Concertation.....	6
4.3 Une stratégie pour l'ensemble du territoire.....	6
5. Une stratégie en 7 orientations.....	6
6. Orientations de la stratégie de développement du plein air non motorisé de la Haute-Gaspésie.....	7
Orientation 1.....	8
Orientation 2.....	9
Orientation 3.....	10
Orientation 4.....	11
Orientation 5.....	112
Orientation 6.....	13
Orientation 7.....	14
7. Gouvernance.....	15

▲ SOMMAIRE EXÉCUTIF

La Haute-Gaspésie est depuis longtemps connue comme une destination de plein air incontournable grâce aux expériences nature et aventures qu'elle offre à l'année. Alors que ses plans d'eau, ses montagnes et ses grands espaces attirent de nouveaux arrivants et des visiteurs provenant de partout dans le monde depuis plusieurs années, la filière du plein air dispose de tous les ingrédients afin de croître : situation géographique distinctive, domaines plein air d'envergure, promoteurs de projets diversifiés, dynamisme des intervenants et contexte favorable.

Alors qu'un engouement marqué pour la région est observé depuis le début des années 2020, bon nombre de projets récréotouristiques sont en développement, illustrant ainsi le potentiel inouï de la région. Devant la montée en flèche des activités de plein air en pratique libre dans la région, la SADC de la Haute-Gaspésie ainsi que la MRC et le CLD de La Haute-Gaspésie se sont mobilisés afin de structurer l'offre par l'élaboration d'une Stratégie de développement du plein air non motorisé.

L'objectif de la démarche : positionner la Haute-Gaspésie comme destination récréotouristique incontournable et contribuer à l'attractivité de la région à des fins d'établissement de façon à accroître les retombées économiques et sociales sur le territoire par un effet de levier. Après avoir consulté des dizaines d'intervenants locaux, régionaux et nationaux issus des secteurs publics, privés et communautaires, des enjeux et opportunités de développement ont été identifiés et sept grands chantiers à mettre en œuvre au cours des prochaines années ont été déterminés, soit :

1. la poursuite d'une table et de comités de planification et de concertation avec toutes les parties prenantes (partenaires économiques et de l'industrie, milieu municipal, ministères, gestionnaires de territoire, population, etc.) ;
2. la consolidation et le développement du ski hors-piste ;
3. le développement de l'offre de sentiers signatures de vélo de montagne ;
4. le renforcement de l'offre en randonnée pédestre et en course en sentiers et la création de pôles attractifs ;
5. l'ajout d'unités d'hébergement en nature complétant et bonifiant l'expérience plein air ;
6. la réalisation d'une approche intégrée en matière d'accueil, de promotion et de signalisation ;
7. la saine gestion des risques entourant le déploiement d'une offre plein air d'envergure sur tout le territoire de la MRC.

La mise en œuvre de la Stratégie sur un horizon 2020-2024 se matérialisera par la réalisation de projets portés par des promoteurs qui bénéficieront du soutien financier, technique et humain de la SADC de la Haute-Gaspésie, de la MRC et du CLD et de La Haute-Gaspésie ainsi que d'autres bailleurs de fonds. Un *Cadre de gestion* détermine les priorités et actions privilégiées, la structure de gouvernance, la clientèle et les projets qui pourront bénéficier d'un soutien, les critères d'admissibilité et conditions d'intervention ainsi que la nature du soutien qui sera offert.

Personne-ressource : M. Alexis Devroede-Languirand, conseiller au développement économique
CLD de La Haute-Gaspésie
alexis.cld@globetrotter.net | 418.763.2530, p. 255

1 MISE EN CONTEXTE

1.1 Le plein air : l'ADN de la Haute-Gaspésie

La Haute-Gaspésie est depuis longtemps connue comme une destination de plein air incontournable grâce aux expériences nature et aventure qu'elle offre à tous à l'année. Alors que ses plans d'eau, ses montagnes et ses grands espaces attirent de nouveaux arrivants et des visiteurs provenant de partout dans le monde depuis plusieurs années, la filière du plein air dispose de tous les ingrédients afin de croître : situation géographique distinctive, domaines plein air d'envergure, promoteurs de projets diversifiés, dynamisme des intervenants et contexte favorable.

Un engouement marqué pour la région est observé depuis le début des années 2020. Bon nombre de projets récréotouristiques sont en développement illustrant ainsi le potentiel inouï de la région. Devant la montée en flèche des activités de plein air en pratique libre dans la région, la SADC, le CLD et la MRC de La Haute-Gaspésie ont lancé en juin 2020 une démarche de concertation auprès des partenaires du plein air et des gestionnaires de territoire de la Haute-Gaspésie afin d'élaborer une Stratégie commune de développement et de renforcement de la filière non motorisée sur un horizon 2020-2024.

L'objectif de la démarche : positionner la Haute-Gaspésie comme destination récréotouristique incontournable et contribuer à l'attractivité de la région à des fins d'établissement de façon à accroître les retombées économiques et sociales sur le territoire par un effet de levier.

Le développement du plein air a habituellement un faible impact environnemental, mais présente des retombées économiques directes et indirectes considérables. De plus, le renforcement de la filière agit directement sur la vitalité des territoires et la promotion de saines habitudes de vie.

Le recours à une stratégie récréotouristique axée sur le plein air est tout à fait justifié en regard de la demande croissante de la population et des visiteurs pour l'accès à des domaines sécuritaires qui, en termes de pratique, répondent aux meilleurs standards de l'industrie.

1.2 Attraction et rétention

Le développement du plein air contribue à l'attractivité territoriale tant sur le plan touristique que sur le plan de l'établissement durable des populations. Le développement de domaines plein air sur l'ensemble des territoires attire des clientèles variées, hausse la qualité de vie sur ces territoires et participe à la rétention des touristes ainsi que des résidents. Le recours à une stratégie concertée de développement du plein air peut faire la différence pour l'avenir de la Haute-Gaspésie qui fait face, comme l'ensemble de la région, à des enjeux démographiques d'envergure.

Par ailleurs, un engagement soutenu dans le temps permettra de créer un effet d'entraînement en raison des apports économiques et de la création d'emplois répartis d'est en ouest sur l'ensemble de la MRC. La mise en œuvre de cette stratégie aura un effet rassembleur autour de cette force vive qu'est le plein air. Mieux outillée et plus attractive, fière et dynamique, la Haute-Gaspésie s'affichera désormais tel un esprit libre.

2 PROCESSUS D'ÉLABORATION

Afin de créer une Stratégie adaptée à la réalité du milieu, près d'une quarantaine d'intervenants locaux, régionaux et nationaux issus des secteurs publics, privés et communautaires (acteurs de l'industrie, intervenants provenant du milieu municipal ou de ministères, gestionnaires de territoire public, regroupements, utilisateurs, etc.) ont été rencontrés.

3 OBJECTIFS DE LA STRATÉGIE

L'élaboration de la Stratégie de développement du plein air non motorisé de la Haute-Gaspésie vise trois objectifs :

1. mettre en place un plan d'ensemble porté par le milieu ;
2. soutenir le développement et le renforcement des activités de plein air non motorisées en pratique libre ou encadrée de façon à bonifier l'offre de services et d'activités sur quatre saisons;
3. favoriser la concertation et la mobilisation des partenaires du plein air (promoteurs de projets, acteurs de l'industrie, milieu municipal, ministères, gestionnaires de territoire public, regroupements, utilisateurs, etc.)

4 CONSTATS

4.1 Produits cibles

Dès les premiers échanges, trois secteurs du domaine du plein air se sont rapidement démarqués, à savoir 1) le ski hors-piste 2) le vélo de montagne et 3) la randonnée pédestre et la course en sentiers. Ces secteurs, qui constituent les piliers de la présente stratégie, ont été identifiés sur la base des critères suivants :

- attractivité touristique pour les grands espaces, adéquation territoire/activités ;
- lien sur l'établissement durable des populations ;
- produits récréotouristiques permettant de répondre aux besoins locaux en tirant profit de l'industrie touristique régionale ;
- santé et bien-être des populations locales toutes générations confondues et promotion d'un mode de vie sain;
- opportunités découlant de la popularité de la pratique libre du plein air non motorisé.

Au-delà du développement de ces trois volets, plusieurs constats ont été partagés par les intervenants impliqués dans la démarche quant à l'importance de travailler de façon prioritaire sur certains dossiers intimement liés au développement du plein air sur le territoire. C'est le cas notamment de l'accès au territoire, de l'accueil quatre saisons des visiteurs, de la sécurité des adeptes de plein air de la gestion des risques à l'échelle de la MRC, de la signalisation harmonisée, de l'image de marque ou encore du développement de l'offre de produits et services complémentaires aux développements des domaines plein air, par exemple l'hébergement plein air de type refuge, chalets, prêts à camper, *van life*, etc. Ces volets font donc partie intégrante de la stratégie.

4.2 Concertation

Le besoin pour le maintien d'une table de concertation sectorielle se fait sentir au même titre que le besoin d'une instance propice aux échanges entre les différentes parties prenantes liées à la planification territoriale. La tournée de rencontre a d'ailleurs permis de créer un lieu d'échanges et de partage, favorisant ainsi l'esprit de collaboration et la communication entre la diversité de parties impliquées. Trois comités sectoriels (randonnée pédestre et course en sentiers, vélo de montagne et ski hors-piste) ont été créés et alimentés afin de mobiliser les intervenants de ces domaines et de bénéficier de leur expertise. C'est en maintenant cet espace dynamique et accessible à tous que la Haute-Gaspésie pourra se développer avec cohésion et atteindre le plein potentiel de la destination.

4.3 Une stratégie pour l'ensemble du territoire

Les développements sur le littoral ont le vent dans les voiles et nombreux sont les promoteurs qui entendent y développer ou consolider la filière du plein air dans les prochaines années. C'est le cas notamment des partenaires municipaux qui sont nombreux à travailler des projets qui impliquent une composante plein air. La création et le renforcement de pôles forts (*hubs*) le long du littoral favoriseraient la création d'une destination plein air plus complète et permettraient de surcroît d'optimiser les retombées économiques pour l'ensemble des municipalités qui composent la destination, de Cap-Chat à Sainte-Madeleine de la Rivière-Madeleine.

5 UNE STRATÉGIE EN 7 ORIENTATIONS

Fort de ces constats, une stratégie composée de sept orientations a été élaborée. Formant un tout, ces orientations représentent les assises de la *Stratégie de développement du plein air non motorisé de la Haute-Gaspésie 2020-2024*. Chaque orientation réfère à des objectifs spécifiques et à une batterie d'actions et de projets à mettre en œuvre sur un horizon de 5 ans afin de positionner la région comme plaque tournante du plein air.

Les orientations 1 à 4 découlent directement des rencontres tenues dans le cadre de l'élaboration de la Stratégie. Il s'agit essentiellement du maintien d'une table de concertation dans l'horizon 2020-24 ainsi que du renforcement des trois domaines ciblés que sont la randonnée pédestre et la course en sentiers, le vélo de montagne et le ski hors-piste.

Quant aux orientations 5 à 7, elles reposent plutôt sur les [Priorités d'intervention développées par la MRC de La Haute-Gaspésie pour la période 2020-2024](#), et plus précisément de la priorité 3, qui consiste à « développer les activités touristiques quatre saisons ».

6 ORIENTATIONS DE LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DU PLEIN AIR NON MOTORISÉ DE LA HAUTE-GASPÉSIE

▲ ORIENTATION 1

Maintien d'une table de planification et de concertation ainsi que de comités sectoriels composés des acteurs de l'industrie, intervenants provenant du milieu municipal ou de ministères, gestionnaires de territoire public, regroupements, utilisateurs, etc.).

▲ ORIENTATION 2

Consolidation et développement du ski hors-piste.

▲ ORIENTATION 3

Consolidation et développement de l'offre de sentiers signatures en vélo de montagne.

▲ ORIENTATION 4

Renforcement de l'offre en randonnée pédestre et en course en sentiers ainsi que création de pôles attractifs.

▲ ORIENTATION 5

Ajout d'unités d'hébergement en nature complétant et bonifiant l'expérience plein air.

▲ ORIENTATION 6

Réalisation d'une approche intégrée en matière d'accueil, de promotion et de signalisation.

▲ ORIENTATION 7

Saine gestion des risques entourant le déploiement d'une offre plein air d'envergure sur tout le territoire de la MRC

ORIENTATION 1 Concier, renforcer les liens et mobiliser les acteurs du tourisme afin de planifier et mettre en œuvre une stratégie d'ensemble du plein air		
OBJECTIFS	ACTIONS	INDICATEURS
MISE EN CONTEXTE	Pour maintenir la cohésion entre les parties impliquées dans l'exercice de développement du plein air, une instance de concertation où tous pourront partager les enjeux, les avancées et les visées sera mise en place. Les communications entre les parties prenantes sont pertinentes afin de tendre vers un développement du plein air intégré, fondé sur une vision partagée des enjeux du territoire.	
1.1 Mettre en œuvre une gouvernance participative	A) Mettre sur pied et maintenir actif une structure de concertation et de gouvernance composée des acteurs de l'industrie et des instances décisionnelles	- Comité de gestion et de gouvernance de la Stratégie active
1.2 Favoriser la concertation et la mobilisation des parties prenantes	A) Formaliser et maintenir actifs les comités plein air B) Renforcer les liens avec les gestionnaires du territoire et regroupements (SÉPAQ, FQME, Avalanche Québec, etc.)	- embauche d'une ressource attitrée à la coordination de la stratégie et à la concertation des acteurs - recrutement de porteurs de projets pour les filières du ski hors-piste, de la randonnée pédestre et de la course en sentier ainsi que du vélo de montagne - 3 comités plein air actifs et inclusifs (souple) se rencontrant idéalement 4 fois par an
1.3 Créer une cohésion d'ensemble	A) Favoriser une approche inclusive par une ouverture constante aux nouvelles initiatives/promoteurs B) Partager et communiquer les avancements de la démarche	- Nombre de représentants impliqués - Nombre de publications (réseaux sociaux, infolettre, etc.)

ORIENTATION 2 Consolider la filière du ski hors-piste au cœur des Chic-Chocs et développer l'offre sur le littoral		
MISE EN CONTEXTE	Le massif des Chic-Chocs est le berceau du ski hors-piste au Québec. Il est important de maintenir cette notoriété par l'amélioration constante de l'offre de produits et services. Les développements sur le littoral sont significatifs et complémentaires à l'offre globale. L'amalgame des sites communautaires et des sites ou services privés forme une grappe idéale pour optimiser la filière et diversifier les retombées économiques sur l'ensemble du territoire.	
OBJECTIFS	ACTIONS	INDICATEURS
2.1 Favoriser le développement des domaines communautaires dans les Chic-Chocs	<ul style="list-style-type: none"> A) Poursuivre le dialogue avec les gestionnaires pour contribuer à la planification territoriale B) Accompagner les promoteurs dans le développement et la consolidation de l'offre 	- Nouveaux secteurs / refuges / droits d'accès / équipements
2.2 Favoriser le développement des domaines communautaires sur le littoral	<ul style="list-style-type: none"> A) Accompagner les promoteurs dans la planification et la mise en œuvre d'un plan d'action annuel visant le développement de domaines skiabiles communautaires B) appuyer la croissance de projets visant l'initiation au ski hors-piste 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de secteurs ou de pistes additionnelles - Nombre d'adeptes ayant acheté une passe FQME
2.3 Accélérer les développements privés sur le littoral	A) Appuyer la mise en œuvre des priorités annuelles des promoteurs privés (domaines skiabiles)	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de secteurs ou de pistes additionnelles - Nombre de clients
2.4 Soutenir la croissance des entreprises (produits et services)	A) Soutenir la diversification de l'offre de produits et services connexes aux domaines skiabiles (guide, formation, forfait, initiation, location d'équipement, transport, etc.)	- Nombre d'entreprises appuyées, nouveaux services, etc.

ORIENTATION 3 Développer la filière du vélo de montagne selon les meilleurs standards de l'industrie		
MISE EN CONTEXTE	L'offre de sentiers dédiés au vélo de montagne a explosé au Québec ces dernières années et la Haute-Gaspésie a tous les éléments requis pour se distinguer dans ce domaine. Un soutien aux acteurs locaux de l'industrie est pertinent afin de positionner la région à l'échelle nationale en fonction des niches recherchées par les locaux et les visiteurs en quête de sentiers signature.	
OBJECTIFS	ACTIONS	INDICATEURS
3.1 Développer un pôle dans les Chic-Chocs	<ul style="list-style-type: none"> A) Planifier les développements avec les gestionnaires de territoire (ex.: SÉPAQ) B) Créer un parcours signature en plein cœur des Chic-Chocs 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de kilomètres de sentiers signature - fréquentation du site
3.2 Développer un pôle OUEST	<ul style="list-style-type: none"> A) Soutenir l'aménagement de sentiers simple trace en grappe B) Favoriser les collaborations privées/publiques C) Accompagner les promoteurs pour le développement d'une offre complémentaire (pump track, parcours d'habileté, circuits, belvédères, bornes, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de kilomètres de sentiers signature - Nombre de projets accompagnés et soutenus - Nombre de produits et services complémentaires
3.3 Développer un pôle EST	<ul style="list-style-type: none"> A) Soutenir l'aménagement de sentiers simple trace en grappe B) Favoriser les collaborations privées/publiques C) Accompagner les promoteurs pour le développement d'une offre complémentaire (pump track, parcours d'habileté, circuits, belvédères, bornes, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de kilomètres de sentiers signature - Nombre de projets accompagnés et soutenus - Nombre de produits et services complémentaires
3.4 Soutenir la croissance des entreprises (produits et services)	A) Soutenir la diversification de l'offre de produits et services complémentaires aux sentiers de vélo de montagne (guide, formation, forfait, initiation, location d'équipement, transport, etc.)	- Nombre d'entreprises appuyées, nouveaux services, etc.

ORIENTATION 4 Consolider, structurer et développer l'offre de produits et services liés à la randonnée pédestre et la course en sentiers sur quatre saisons		
MISE EN CONTEXTE	La notoriété de la Haute-Gaspésie pour la pratique de la randonnée pédestre ou de la course en sentiers n'est plus à faire. Plusieurs sentiers signatures et quelques événements notoires ont permis de faire connaître la qualité de son offre. Les collaborations entre le milieu municipal et les différents promoteurs pourraient permettre de densifier certains secteurs clés et d'offrir des parcours en boucle autour de pôles stratégiques (<i>hubs</i>) fournissant des services connexes (hébergement, restauration, transport, guide, etc.).	
OBJECTIFS	ACTIONS	INDICATEURS
4.1 Rehausser la présentation de l'offre	<ul style="list-style-type: none"> A) Évaluer si une révision de la présentation de l'offre de Vacances HG s'impose et y ajouter des éléments manquants au besoin B) Favoriser la présentation de l'offre moins connue du littoral C) Collaborer avec la SÉPAQ et la Réserve pour harmoniser la présentation de l'offre D) Favoriser le virage numérique E) L'approche ambassadeurs pourrait être envisagée 	<ul style="list-style-type: none"> - Nouveau site web - Nombre de km de sentiers géoréférencés
4.2 Développer des pôles structurants (Hubs)	<ul style="list-style-type: none"> A) Favoriser les approches de collaboration permettant d'offrir des parcours multiactivités en boucle et pour tous les niveaux autour de pôles offrant des services complémentaires B) soutenir les démarches visant la pérennisation des sites de pratique 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de km de nouveaux sentiers - Nombre de projets accompagnés et soutenus - Nombre de collaboration
4.3 Soutenir la croissance des entreprises (produits et services)	A) Soutenir la diversification de l'offre de produits et services connexes sentiers de randonnée (guide, formation, forfait, initiation, location d'équipement, transport, etc.)	- Nombre d'entreprises appuyées, nouveaux services, etc.

ORIENTATION 5 Soutenir le développement de l'offre en hébergement plein air de type refuge, chalets, prêts à camper, <i>van life</i> , etc.		
OBJECTIFS	ACTIONS	INDICATEURS
MISE EN CONTEXTE	Le développement et l'entretien des divers domaines dédiés au plein air requièrent des investissements soutenus dans le temps pour conserver la qualité de l'offre. L'ajout d'hébergement de type « alternatif », voire « insolite », peut permettre à la fois d'augmenter les revenus autonomes des promoteurs tout en contribuant à l'attractivité de la destination. Qui plus est, la demande croissante pour ce genre d'unités requiert de la planification et une structuration afin d'éviter les écarts et les débordements engendrés par l'accroissement de l'achalandage touristique. L'amélioration de l'offre en hébergement plein air peut également renforcer le caractère distinctif de la destination et contribuer au rehaussement global de l'expérience client. Pour y arriver toutefois, l'offre d'hébergement doit nécessairement être liée à l'offre d'activités. Ces liens peuvent être géographiques (hébergement sur un site par exemple), économiques (forfait, revenus pour entretien d'un domaine) ou encore stratégiques (refuge à mi-parcours, point de vue unique, etc.).	
5.1 Améliorer l'hébergement plein air des domaines publics/communautaires	<p>A) Soutenir les efforts des promoteurs pour améliorer l'expérience client (activité-hébergement)</p> <p>B) Favoriser l'ajout d'unités stratégiques (refuges en montagne, <i>van life</i> structurée, activité <i>in/out</i> à partir de l'unité)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'unités - taux de fréquentation - Revenus additionnels
5.2 Améliorer l'hébergement plein air lié aux domaines plein air privés	<p>A) Appuyer les projets privés qui favorisent le maintien et le renforcement des domaines et des activités de plein air</p> <p>** Excluant les projets privés qui ne sont pas liés à l'offre d'activités en plein air (ex.: chalets locatifs privés par un promoteur qui n'offre pas et ne gère pas d'activité en plein air)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'unités - taux de fréquentation - Revenus additionnels

ORIENTATION 6 Déployer un accueil, une signalisation et une promotion touristique harmonisés pour l'ensemble du territoire, à l'année.		
OBJECTIFS	ACTIONS	INDICATEURS
MISE EN CONTEXTE	L'appropriation de cette image par toutes les parties prenantes est essentielle au renforcement de la marque. L'adéquation entre l'accueil, la signalisation et l'image de marque est liée à l'expérience client. Une harmonisation de ces éléments permettrait d'améliorer le positionnement de la destination.	
6.1 Positionner la destination sous l'image de marque <i>Esprit libre</i>	<ul style="list-style-type: none"> A) Déployer un plan marketing fort sous l'appellation <i>Esprit libre</i> B) Structurer et présenter l'offre par secteur d'activités C) Utiliser les médias sociaux pour mousser la marque D) Favoriser le référencement mutuel et l'utilisation de l'image de marque par toutes les parties 	<ul style="list-style-type: none"> - visibilité de l'image de marque dans les médias nationaux - Nombre d'entreprises qui utilisent l'image
6.2 Déployer un accueil structuré à l'année pour l'ensemble du territoire	<ul style="list-style-type: none"> A) Poursuivre les efforts d'accueil du bureau touristique et favoriser les partenariats avec l'industrie B) Utiliser les outils et les plateformes web pour optimiser l'accueil et réaliser de la sensibilisation (ex.: avalanche) C) Faire connaître l'offre aux ambassadeurs de la région pour améliorer le référencement 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de demandes répondues - Taux de satisfaction - Nombre d'ambassadeurs formés (connaissance du produit plein air)
6.3 Harmoniser et optimiser la signalisation touristique	<ul style="list-style-type: none"> A) Afficher les différents sites de pratique sous l'image d'<i>Esprit libre</i> (à l'exemple de la signalisation bleue) B) Optimiser l'affichage aux points stratégiques (ex.: route du parc) C) Harmoniser l'affichage aux actions de commercialisation 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de sites affichés - Rétroaction des visiteurs

ORIENTATION 7 Instaurer des pratiques de saine gestion des risques entourant la pratique d'activités de plein air et renforcer le développement des activités de sensibilisation, de prévision, de prévention et d'intervention.		
OBJECTIFS	ACTIONS	INDICATEURS
MISE EN CONTEXTE	Les enjeux de sécurité sont multiples et il convient de les adresser avec diligence afin de réduire les risques et de mieux répondre aux situations d'urgence. Pour y arriver, toutes les parties doivent joindre leurs efforts pour assurer des domaines plein air et des conditions de pratiques des plus sécuritaires.	
7.1 Instauration de pratiques de saine gestion des risques entourant la pratique d'activités de plein air	<ul style="list-style-type: none"> A) Appuyer les gestionnaires de territoire et de sites dans la conception et la mise en œuvre des plans de gestion des risques complets B) Favoriser les ententes de collaboration et leur mise en œuvre en matière d'intervention d'urgence et de sauvetage C) Favoriser le rehaussement des réseaux de communication et leur accessibilité sur l'ensemble du territoire D) Favoriser l'adhésion des parties aux meilleurs standards de l'industrie par l'entremise de certifications reconnues 	<ul style="list-style-type: none"> - Intégration d'experts de la gestion des risques dans le domaine du plein air au Comité de sécurité publique de la MRC - Circonscrire expressément les rôles et responsabilités de chacun : SÉPAQ, MRC, Sécurité publique, sécurité incendie, promoteurs, etc. - Nombre d'entreprises et promoteurs certifiés
7.2 Rehausser les connaissances, les compétences et les communications entourant la saine gestion des risques dans le domaine du plein air	<ul style="list-style-type: none"> A) Soutenir les activités de sensibilisation face aux risques associés à la pratique du plein air B) Poursuivre les activités de prévision, de formation et d'information menées par Avalanche Québec C) Soutenir les projets permettant de rehausser les compétences et les connaissances des acteurs de l'industrie (ex.: capsules vidéo) 	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de publications et d'enseignes - Nombre de relevés terrain ou de capsules radio - Nombre de formations

