

Appel d'offres

Plan de développement : route touristique Les Chemins d'eau

1. Présentation du promoteur

Tourisme Outaouais est un organisme privé à but non lucratif qui regroupe aujourd'hui près de 500 membres, soit principalement des PME œuvrant au sein de l'industrie touristique régionale dans des domaines aussi variés que l'hébergement, la restauration, les festivals et événements, les attraits et activités diverses, et ce depuis plus de 40 ans. Notre objectif commun : promouvoir l'Outaouais comme destination touristique incontournable!

2. Objectifs de l'appel d'offres

Tourisme Outaouais invite les firmes d'experts-conseils à lui exprimer leur intérêt à animer une journée de collaboration avec les membres et les partenaires de la route touristique Les Chemins d'eau en vue de créer un projet structurant qui permettra de bonifier le tracé existant. Cette démarche fait suite à la réalisation d'une étude à l'hiver 2026 faisant le bilan de la route depuis sa mise en place. La firme retenue devra tenir compte des recommandations de l'étude et articuler la réflexion autour de la vision à long terme de la route, soit de faire des Chemins d'eau une destination de référence pour le tourisme lent au Québec — un modèle intégré de tourisme fluvial, routier, cyclable et culturel, liant le patrimoine, la nature et la vie contemporaine.

3. Contexte du mandat

Lancée en 2017, la route touristique [Les Chemins d'eau](#) est le fruit d'une concertation régionale regroupant plusieurs acteurs du milieu qui ont travaillé à se doter de la première route touristique de l'Outaouais.

Le projet de route touristique en Outaouais a mûri plusieurs années avant de voir le jour. Le concept de l'Outaouais fluvial avait d'abord été développé et enchâssé dans les schémas d'aménagement des cinq territoires de la région. Deux déclarations sont d'ailleurs à l'origine des fondements du concept :

- La Déclaration de Chelsea, en 1993, vient mettre de l'avant l'importance des rivières pour la région et fait ressortir l'importance de les mettre en valeur. La déclaration prévoyait également le développement d'un produit récréotouristique spécifique de qualité, qui soit facile d'accès et reconnu comme tel à travers le Québec et au-delà de ses frontières.
- La Déclaration de Montebello, en 1998, s'engage, entre autres, à favoriser l'ouverture de la voie navigable de l'Outaouais, à favoriser l'intégration de l'aménagement et du développement du territoire, à concentrer les efforts de planification et de développement sur les corridors fluviaux et à faire naître ou à renforcer des produits touristiques et récréatifs authentiques sur les entités navigables des tributaires de la rivière des Outaouais.

Est ensuite venue une étude portant sur le tourisme culturel (2004) ainsi que le Plan stratégique de marketing et de développement touristiques de l'Outaouais, en 2010, qui proposait de mettre en valeur les rivières et les plans d'eau de la région, mais plus spécifiquement par la création d'une route ou d'un circuit touristique. Un premier projet de route de La Grande Rivière est à l'origine des Chemins d'eau.

Le message des Chemins d'eau

La mission des Chemins d'eau vise à mettre en valeur les attraits et les richesses de l'Outaouais. Le Québec compte près de 20 routes touristiques et chacune d'elle sert à mettre en valeur un bout d'identité, d'ADN de leur région. Il paraissait donc naturel et évident pour l'Outaouais que l'eau devienne un lien unificateur et fédérateur. Les Chemins d'eau, c'est donc une occasion de s'attarder à comment l'eau a façonné le passé, comment elle influence le présent et comment elle jouera un rôle dans le futur dans le développement de la région. L'objectif des routes touristiques est de proposer une thématique, souvent régionalement identitaire, qui incite le consommateur à sillonner la route, à découvrir la région et bien sûr, à générer des retombées économiques dans les commerces, lieux, attraits qui les composent.

Une route qui met en valeur des attraits de la région et des entreprises partenaires

À ce jour, la route comprend 18 attraits « Incontournables », qui sont les points d'ancrage de la route, auxquels 43 attraits complémentaires se greffent. Ces derniers permettent également aux visiteurs de découvrir des coups de cœur et des attraits nautiques et riverains. La signalisation routière installée par le ministère des Transports et de la Mobilité durable s'étend de Fassett jusqu'à Mansfield-et-Pontefract, en passant par les Collines-de-l'Outaouais. Sur le long du tracé, le visiteur trouvera sept bornes d'information sur l'histoire du secteur et les attraits à visiter.

Gouvernance de la route : un travail d'équipe avec l'Outaouais

La route touristique Les Chemins d'eau, née d'une concertation régionale, est désormais chapeautée par Tourisme Outaouais. Toutefois, sa destinée et son développement se font en collaboration avec des partenaires du milieu. Un comité aviseur régional, composé des

représentants des attraits et des territoires du tracé, se rencontre ponctuellement. L'adhésion à la route est sélective et gratuite, mais elle exige une collaboration et un engagement afin d'offrir une expérience de qualité au visiteur qui choisit Les Chemins d'eau. Les critères de contrôle de la qualité des attraits et des services proposés sur la route sont conçus pour répondre aux besoins et aux attentes des touristes.

Les Chemins d'eau : un potentiel de développement immense

À l'instar de n'importe quelle entreprise, la croissance d'un produit touristique prend du temps. On pourrait dire que le lancement de la route en 2017 l'a positionnée comme une jeune entreprise en démarrage. Des assises sont maintenant installées et solides, permettant de la faire croître. Les premières années, les efforts ont donc été investis en promotion afin de faire connaître la route et développer des produits marketing (carte routière, vidéo promotionnelle, site Web, etc.).

Depuis 2019, Tourisme Outaouais travaille à bonifier la route afin d'améliorer l'expérience du visiteur. La route touristique peut être vue comme un outil de développement régional. D'ailleurs, « [e]n 2019, la moitié (52 %) des municipalités québécoises sondées plaçait les routes dans les priorités de développement de leur territoire »¹.

L'étude la plus récente sur les routes touristiques au Québec laisse entendre que la majorité (85 %) des régions sondées souhaitent que les routes touristiques deviennent une priorité au cours des cinq prochaines années : « Le rôle des municipalités auprès des citoyens de même que dans le développement urbanistique et territorial fait d'elles des parties prenantes importantes dans le développement et l'aménagement des corridors routiers. »²

Une enquête sur l'attractivité³ menée auprès des différents marchés visés des routes touristiques démontre un intérêt marqué à l'égard des *road trip* ; une tendance qui s'est certes amplifiée dans le contexte actuel. Elle révèle que la route touristique est une attraction reconnue et un produit recherché par la vaste majorité des répondants :

- 88 % des répondants mentionnent avoir réalisé un voyage de type *road trip* au cours des cinq dernières années, peu importe la destination.
- 82 % des répondants jugent probable d'entreprendre un tel type de voyage dans un horizon de cinq ans. Ce sont les marchés anglophones (Ontario, Nouvelle-Angleterre et Atlantique-Centre) qui présentent le potentiel le plus élevé.

¹ Kate Germain, « [Route touristique : la colonne vertébrale d'une destination](#) », Réseau veille tourisme [En ligne], août 2020.

² Chaire de tourisme Transat, [Soutien, recherches et analyses dans le cadre de la révision du programme de signalisation des routes et circuits touristiques](#), septembre 2019.

³ Chaire de tourisme Transat, [État de la situation et recommandations pour un développement stratégique des routes touristiques du Québec](#), septembre 2019.

- 85 % des répondants indiquent avoir visité une route au cours des cinq dernières années, peu importe la destination. La dernière route touristique visitée est pour plusieurs située dans leur pays de résidence, mais pas exclusivement.
- 74 % des répondants considèrent la dernière route visitée comme l'un des motifs de visite de la destination. 32 % des répondants jugent même qu'il s'agit là de la raison principale de leur visite.
- 60 % des répondants étrangers estiment probable de visiter la province au cours des cinq prochaines années et 33 % ont l'intention de renouveler leur expérience au Québec.

Des projets de développement en continu : quelques exemples

Bonification de l'affichage : Tourisme Outaouais a obtenu du financement du *Programme d'aide financière pour bonifier l'accueil et l'expérience des voyageurs sur les routes touristiques signalisées* pour la production et l'installation de panneaux d'identification des différents attraits « Incontournables ».

Bonification du contenu : Tourisme Outaouais a obtenu un second financement de ce Programme pour le développement numérique de la route et la production de contenu pour la création de capsules ludiques et leur diffusion sur une plateforme numérique. Par la suite, des capsules historiques ont également été développées en partenariat avec le Réseau du patrimoine de Gatineau et de l'Outaouais.

Ajout de points de vue : mise en place de quatre escales fluviales le long du tracé afin d'inciter les visiteurs à s'arrêter dans des municipalités, partager du contenu et découvrir les environs.

4. Mandat

Les éléments suivants devront faire partie de la démarche :

- Animation d'une journée de cocréation ;
- Plan d'action identifiant les initiatives à privilégier, les responsables de ces dernières, leurs échéanciers et une estimation des coûts.

Quelques pistes de recommandations émises dans le bilan sont à prioriser dans l'exploration de projets collaboratifs, quoiqu'elles ne soient pas exhaustives :

- Développement d'expériences signatures, intégration des nouvelles technologies et évaluation des retombées ;
- Identification d'indicateurs de performance régionaux (fréquentation, retombées économiques, satisfaction, engagement numérique) ;
- Création de deux portes d'entrée officielles : une à Fassett (est) et une dans le Pontiac (ouest, fin de la route 148), servant de repères physiques et symboliques ;

- Développement des initiatives de découverte gamifiées (chasse aux trésors numérique, défis photo, parcours à points, etc.) dans le but d’encourager la découverte de la prochaine attraction ou des prochaines étapes de la route touristique et aussi pour favoriser la découverte des particularités locales ;
- Organisation d’événements gastronomiques itinérants (marchés flottants, semaines gourmandes, rallyes agrotouristiques, brunchs du bûcheron, tables champêtres) ;
- Bonification du réseau d’Escalaes fluviales ;
- Développement d’un réseau de haltes VR pour attirer une nouvelle clientèle ;
- Bonification du contenu historique (géologie, avant-après, lunettes d’observation, panneaux d’interprétation).

5. Documents disponibles

- Rapport d’évaluation (ministère du Tourisme, 2021) ;
- Rapport pour le renouvellement de la route 22-27 ;
- Liste des membres de la route et partenaires ;
- Bilan et recommandations 2026.

6. Date pour la remise du rapport final

La date limite pour remettre le rapport final est le 1^{er} février 2027.

7. Contenu de l’offre de service

L’offre de service devra contenir de façon claire et succincte :

- La présentation du projet ;
- La description de la méthodologie préconisée, plus spécifiquement pour rencontrer les mandats décrits au point 4 ;
- L’échéancier détaillé (étapes de réalisation, dates et contenus des rapports d’étape, portion de budget allouée par étape, etc.) ;
- Le profil de l’équipe et de tierces parties impliquées, le cas échéant (expériences et expertises pertinentes des ressources directement impliquées dans ce projet, connaissance du territoire de la région de l’Outaouais et de ses composantes touristiques).

8. Demande de renseignements

Toutes les demandes de renseignements concernant la présente proposition doivent parvenir au responsable, et ce, au plus tard 48 h avant la date de clôture de l’appel d’offres, par courriel à gcyr@tourisme-outaouais.ca.

9. Proposition de prix

La proposition de prix doit comprendre une liste détaillée de tous les coûts. Elle doit également rendre compte de chacun des éléments suivants :

- Taux horaires des professionnels de la firme et les dépenses afférentes (frais administratifs, frais de déplacement, etc.) à l'exclusion des taxes ;
- La ventilation des coûts ;
- Une proposition relative aux modalités de paiement ;
- L'échéancier de réalisation ;
- Sous-traitance : énumérer individuellement les sous-traitants que l'agence prévoit engager en précisant, pour chacun des cas, la nature du travail qui sera confié.

10. Critères d'évaluation

Les soumissions seront évaluées selon les critères ci-dessous (100 points) :

- Compréhension du mandat (20 points) ;
- Compréhension de l'écosystème de la région de l'Outaouais (15 points) ;
- Expérience de travail et expertise de l'équipe (15 points) ;
- Méthodologie proposée (20 points) ;
- Capacité à respecter l'échéancier (15 points) ;
- Coûts (15 points).

11. Principale place d'affaires au Québec

Les firmes dont la place d'affaires principale est située en Outaouais ou au Québec seront privilégiées.

12. Acceptation des soumissions

Si Tourisme Outaouais le juge nécessaire, une première sélection pourra être effectuée. Les finalistes seraient alors invités à présenter leur soumission au comité de sélection.

- a) Tourisme Outaouais n'est pas tenue d'accepter la plus basse ni aucune autre des soumissions ;
- b) S'il est de l'intérêt de Tourisme Outaouais, cette dernière peut passer outre à tout vice de forme ou défaut mineur que peut contenir la soumission ;
- c) Tourisme Outaouais n'est pas tenue de motiver l'acceptation ou le rejet de toute soumission.

13. Retrait ou modification des soumissions

Le soumissionnaire ne peut ni modifier ni retirer sa soumission :

- a) Pendant les soixante (60) jours suivant la date limite de réception des soumissions ;
- b) À compter du jour où sa soumission est acceptée par Tourisme Outaouais.

14. Responsable du projet et date de tombée

Faire parvenir la soumission avant le **24 septembre à midi (12 h)** à :

Gilliane Cyr
Gestionnaire — développement stratégique
Tourisme Outaouais
819 743-5123
gcyr@tourisme-outaouais.ca