

# BROMONT

INSPIRE L'ACTION

## Planification stratégique

Faire évoluer Bromont d'une destination centrée principalement sur la **pratique sportive vers une destination plus globale de bien-être**, favorisant la diversification des clientèles et des activités, la prolongation des séjours et une meilleure harmonie avec le milieu de vie local.

TOURISME  
BROMONT 



# BROMONT L'ART DE SE FAIRE DU BIEN

## 1. DIVERSIFIER

Attirer des clientèles complémentaires à nos visiteurs actuels en élargissant notre définition de mode de vie actif.

## 2. BONIFIER

Favoriser des séjours plus immersifs en misant sur des activités à valeur ajoutée expérientielle.

## 3. COLLABORER

Faciliter la collaboration entre les acteurs touristiques pour créer une offre intégrée et fluide.

## 4. PRÉSERVER

Sensibiliser les visiteurs à l'importance de la préservation des milieux naturels et à l'harmonie avec la communauté locale.





# BROMONT L'ART DE SE FAIRE DU BIEN



## 1. DIVERSIFIER LA CLIENTÈLE

Attirer des clientèles complémentaires à nos visiteurs actuels en élargissant notre définition de mode de vie actif.

Orientations stratégiques :

- Rejoindre et inviter de nouveaux segments de visiteurs attirés par le bien-être en général
- Promouvoir les activités et l'identité culturelle et artistique de Bromont
- Développer des micro-circuits « bien-être » favorisant la découverte d'expériences variées





# BROMONT L'ART DE SE FAIRE DU BIEN

## 2. BONIFIER L'EXPÉRIENCE

Favoriser des séjours plus immersifs en misant sur des activités à valeur ajoutée expérientielle.

Orientations stratégiques :

- Faciliter la découverte et l'accès à des activités complémentaires aux activités principales: passer d'une expérience monoactivité à multiactivités
- Favoriser les expériences immersives pour offrir un séjour plus significatif: passer de « plus » à « mieux »
- Promouvoir l'art du bien-être selon les Bromontois en leur donnant la parole dans nos communications





# BROMONT L'ART DE SE FAIRE DU BIEN

## 3. COLLABORER POUR FAVORISER LES SYNERGIES

Encourager la collaboration entre les acteurs touristiques pour créer une offre intégrée et fluide.

Orientations stratégiques :

- Structurer des offres combinées « bien-être » pour favoriser les séjours multi-activités
- Faciliter l'interconnexion des activités pour améliorer l'expérience des visiteurs: coordination des horaires, billetterie intégrée, transport partagé
- Développer des microcircuits d'une à deux journées





# BROMONT L'ART DE SE FAIRE DU BIEN

## 4. PRÉSERVER LE TERRITOIRE ET LE MILIEU DE VIE

Sensibiliser les visiteurs à l'importance de la préservation des milieux naturels et à l'harmonie avec la communauté locale.

Orientations stratégiques :

- Valoriser les initiatives locales en matière de protection et de préservation de l'environnement
- Informer les visiteurs sur les bonnes pratiques à adopter en milieu naturel
- Encourager la mobilité douce lorsque possible

