ÉTUDE D'OPPORTUNITÉ – VISION, STRATÉGIES ET AMÉNAGEMENT POUR LE PROJET DE DÉVELOPPEMENT DE SAINT-LAURENT VILLAGE MARITIME

VISION ET DESIGN DE L'OFFRE

Version synthèse

3 mai 2022

Vignola

Stratégies d'affaires
Mise en marché

CADRE DE RÉALISATION

- Le présent mandat d'étude d'opportunité est divisé en **trois grandes étapes** :
  - Diagnostic de la situation et du potentiel, dont l'objectif est de faire un **état de la situation** concernant l'attractivité de l'offre actuelle, les clientèles potentielles, l'environnement dans lequel évolue le projet ainsi que les enjeux de développement.
  - Définition de la vision et design de l'offre, dont l'objectif est de valider la **vision de développement** de Saint-Laurent Village Maritime et de préciser les **éléments constitutifs** de l'offre ainsi que l'implication des acteurs.
  - Stratégie et plan d'aménagement, dont l'objectif est de statuer sur le **plan de développement** et de proposer un **plan d'aménagement préliminaire**.

- Au cours du mandat, nous avons travaillé en collaboration avec la direction générale de la Municipalité. Nous avons entrepris différentes consultations, soit :
  - des entrevues avec des acteurs de l'offre;
  - des entrevues avec des acteurs de l'industrie touristique régionale;
  - des entrevues avec des voyagistes;
  - des ateliers de travail avec le comité Saint-Laurent;
  - des groupes de discussion avec des citoyens.

Cette étude a été réalisée grâce à la contribution financière du ministère du Tourisme et des partenaires de l'Entente de partenariat régional en tourisme de la région de Québec, sans engager la responsabilité de ces derniers à l'égard de son contenu.

COMPOSANTES DE L'OFFRE

La mise en valeur de l'héritage maritime

- Une offre parfaitement alignée avec son héritage maritime
- Un héritage qui gagnerait à être plus visible

Le contact avec l'eau

- Un contact à l'eau direct pour certaines clientèles spécifiques
- Un contact à l'eau indirect qui sera bonifié par la mise en place du sentier des Constellations mais gagnerait à être davantage aménagé.

L'animation

- Présentement non intégrée à l'offre; il serait nécessaire de structurer ce pilier afin de renforcer l'attractivité du village.

Les commerces et la restauration

- La Municipalité de Saint-Laurent devra s'assurer d'avoir une trame commerciale en cohérence avec sa vision de développement.
- Une réflexion sur les options de restauration doit être entreprise.

Les éléments visuels

- Une identité encore peu perceptible à travers l'ensemble du village

PROMESSE DE LA DESTINATION

- Les piliers de la promesse :
  - **Animé,** par la programmation et la vitalité des activités proposées
  - **Paisible,** car il est possible d'y trouver des moments de pause, des lieux de bien-être et d'observation
  - **Authentique,** par son aménagement, sa communion avec l'histoire, les gens qui l'habitent et la relation avec le fleuve
  - **Fleuve,** car c'est un village en mouvement, bien vivant, confiant dans son avenir, avec ses forces vives

- Cette promesse s'énonce comme suit :

Explorer Saint-Laurent-de-l'Île-d'Orléans, c'est :

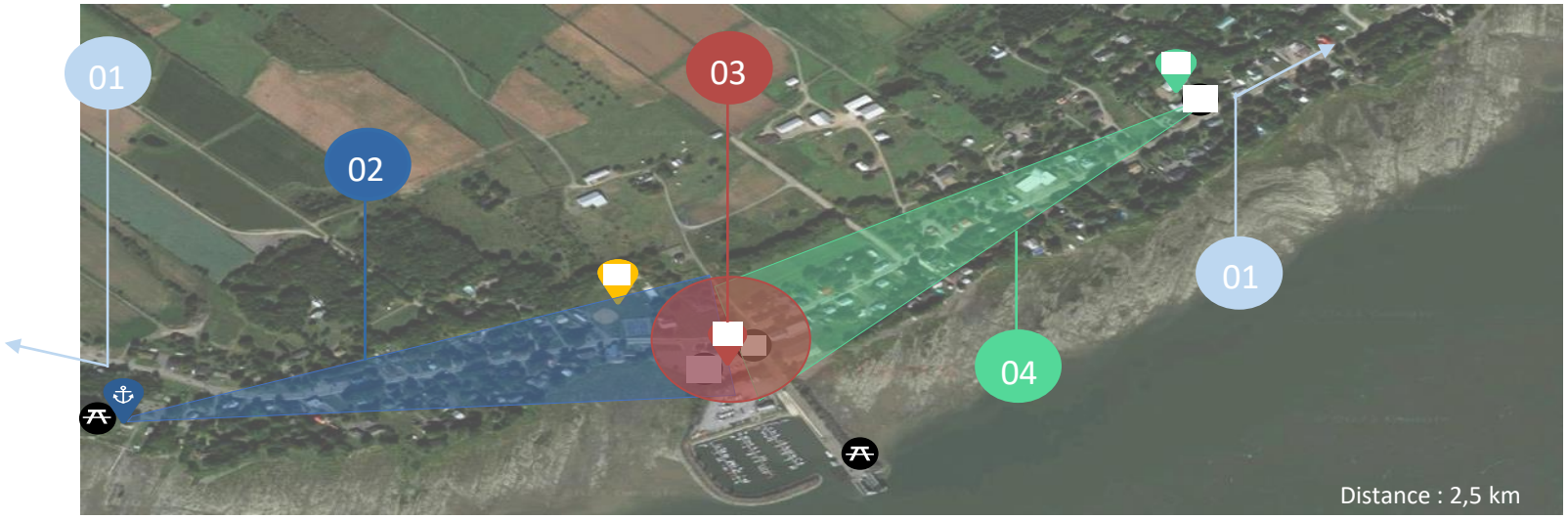
- parcourir un lieu où l'on vit, chérit et cultive le lien privilégié qui unit le fleuve à ce village, le tout dans le respect de son identité et de ses gens;
- découvrir un lieu où l'on peut prendre le temps d'aller à la rencontre des gens et de leurs passions, où plaisir et culture s'allient pour permettre aux visiteurs d'apprécier le passé et le présent de ce village maritime.

VISION DE DÉVELOPPEMENT

Vision de développement

- Mettre en valeur le lien privilégié qui unit la municipalité au fleuve Saint-Laurent.
- Créer un effet crescendo autour du cœur du village pour produire un effet WOW.
- Faciliter la découverte des lieux

- **Quatre secteurs distincts**.
  - Secteur nº 1 : Entrées ouest et est de la municipalité
  - Secteur nº 2 : Du Parc maritime à l'église
  - Secteur nº 3 : Cœur du village (église, marina et quai)
  - Secteur nº 4 : De l'église à l'hôtel de ville



RECOMMANDATIONS

Recommandation 1 : Créer une unité visuelle dans l'ensemble des secteurs

RECOMMANDATIONS

Secteur no 1 : Entrées ouest et est de la municipalité

Recommandation 2 : Annoncer Saint-Laurent Village Maritime

Exemples d'éléments visuels qui se distinguent :

Sapin de Noël constitué de cages à homard indiquant le cœur du village de Lunenburg, Nouvelle-Écosse

RECOMMANDATIONS

Secteur nº 2 : Du Parc maritime à l'église

Recommandation 3 : Revoir l'affichage et les indications au Parc maritime

- Une halte informative en bordure de l'entrée.
- Ajout d'indications invitant les visiteurs à poursuivre en direction du cœur du village.
- Créer une **meilleure fluidité de la circulation** au sein du village et améliorerait l'expérience visiteur.

RECOMMANDATIONS

Secteur nº 2 : Du Parc maritime à l'église

Recommandation 4 : Matérialiser un lien piétonnier entre le Parc maritime et l'église

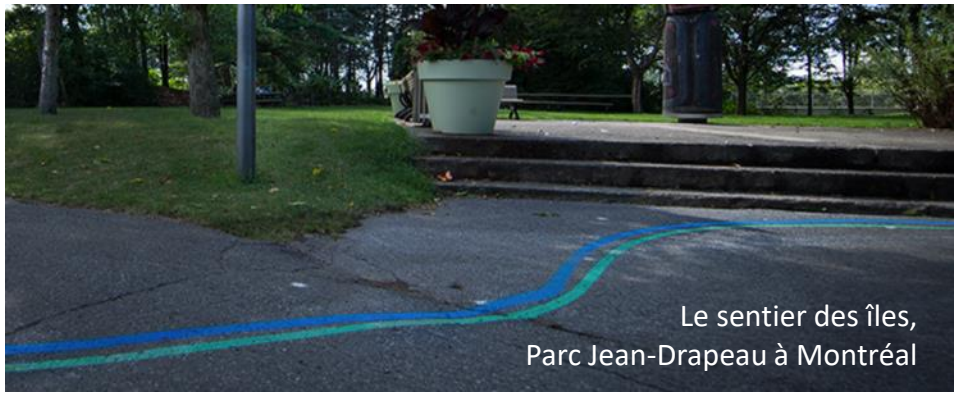
- Matérialiser et de sécuriser un lien piétonnier entre le Parc maritime et l'église.
- L'idée est d'**accompagner** les visiteurs (piétons) dans ce tronçon et de **maintenir leur intérêt** et **leur engagement** tout au long de leur visite de Saint-Laurent Village Maritime :
  - Mise en valeur du sentier des Constellations et des maisons patrimoniales.
  - Marquer au trottoir des « parcours découverte ».
  - Identification de manière uniforme le long des parcours.

RECOMMANDATIONS

Secteur nº 2 : Du Parc maritime à l'église

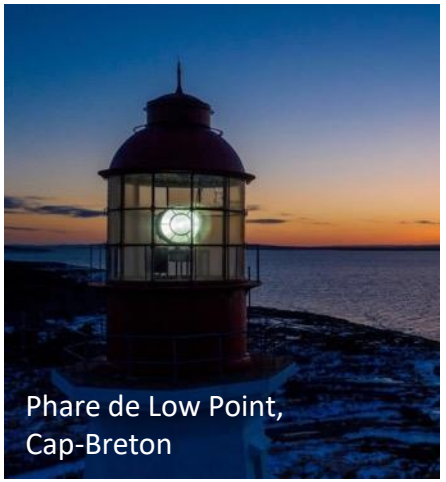
Recommandation 4 : Matérialiser un lien piétonnier entre le Parc maritime et l'église

La ligne rouge,
Boston


Le sentier des îles,
Parc Jean-Drapeau à Montréal

Borne au sol, ville de Jublains

Borne au sol,
ville de Nîmes


Phare de Low Point,
Cap-Breton

RECOMMANDATIONS

Secteur nº 3 : Cœur du village (église, marina et quai)

Recommandation 5 : Créer un effet « wow »

Volet aménagement

1. L'installation d'une **2e halte informative**
2. Des zones de végétation, que l'on pourrait nommer les Jardins du fleuve, pour renforcer la convivialité du lieu et structurer l'espace.
3. Un **lieu de rassemblement** pour les visiteurs et résidents situé face au parvis de l'église, où des activités d'animation pourraient prendre forme.
4. L'**aménagement d'un *boardwalk***, comprenant deux petites jetées, qui met en valeur la vue sur le fleuve Saint-Laurent. Celui-ci pourrait proposer une descente vers la grève qui améliorerait l'accès piétonnier au fleuve actuellement limité au sein de la municipalité.
5. Le **réaménagement progressif des espaces de stationnement**.
6. L'aménagement **d'une voie piétonnière**, incluant du mobilier urbain, si possible, sur le brise-lame de la marina afin de renforcer le contact avec le fleuve.

RECOMMANDATIONS

Secteur nº 3 : Cœur du village (église, marina et quai)

Recommandation 5 : Créer un effet « wow »

7. La **bonification de l'aménagement du quai** afin de le mettre davantage en valeur, notamment avec le projet d'installation de cinq structures en forme de voiles, et le marquage de l'entrée du chemin du Quai. Le quai pourrait aussi éventuellement servir de place de rassemblement.
8. L'**aménagement de la petite plage** à l'est du quai devient également un élément très attractif pour une clientèle plus jeune, plus familiale et plus active. Elle pourrait même devenir une zone d'accès pour la pratique de sports nautiques (planche à voile, planche à pagaie, kayak).

RECOMMANDATIONS

Secteur nº 3 : Cœur du village (église, marina et quai)

Recommandation 5 : Créer un effet « wow »

Volet animation événementielle et culturelle

- Le **parvis de l'église** devient un lieu central pour ajouter à l'expérience Saint-Laurent Village Maritime.
- Le **vaste perron de l'église** est tout indiqué pour servir de scène pouvant accueillir différentes prestations.
- Le **quai** pourrait aussi être la prolongation de cette vaste place publique et accueillir des activités (ex. : kiosques pour un marché).
- Voici quelques exemples d'activités potentielles :
    - L'événement signature **Village maritime en fête**
    - Une **programmation d'animations ponctuelles** : marché public avec animation, spectacle de projection, son et lumière sur les façades de l'église, prestations musicales et théâtrales, animations jeunesse, concours de contes et légendes, marché de Noël…
- La **mise en valeur du patrimoine religieux** en lien avec le passé maritime de la municipalité représente un levier supplémentaire pour ce secteur (exposition à l'intérieur de l'église de la collection d'artéfacts).
- Un **projet de vaste fresque**, soit sur le mur extérieur de l'église, selon la faisabilité et les exigences du ministère de la Culture (côté donnant sur la rue), soit à l'intérieur de l'église, pourrait aussi voir le jour.

RECOMMANDATIONS

Secteur nº 3 : Cœur du village (église, marina et quai)

Recommandation 5 : Créer un effet « wow »

Volet accueil chaleureux

- Mettre au cœur de la stratégie d'accueil, **les habitants de** Saint-Laurent qui sont reconnus pour leur accueil chaleureux.
- Mise sur pied d'une **brigade citoyenne d'accueil** pour échanger avec eux et leur parler de Saint-Laurent Village Maritime (ex. : selon les horaires de la navette fluviale, lors d'événements programmés ou de longs week-ends).
- **Préparation et planification** : recrutement, formation, contenus à communiquer, éléments d'identification des volontaires, etc.
- **Objectifs** : générer **adhésion**, **mobilisation** et **retombées positives** pour les visiteurs et le milieu.

Volet sport nautique

- Faire de la place aux **sports nautiques**.
- Présence de la marina positionne très bien St-Laurent comme une destination de sport nautique.
- La présence également de Quatre Natures devient une opportunité afin de structurer davantage l'offre et d'en faciliter sa mise en place.
- **L'aménagement** de la plage amène un effet de levier pour attirer une nouvelle clientèle.

RECOMMANDATIONS

Secteur nº 3 : Cœur du village (église, quai et marina)

Recommandation 5 : Créer un effet « wow »

RECOMMANDATIONS

Secteur nº 3 : Cœur du village (église, marina et quai)

Recommandation 5 : Créer un effet « wow »

Dimanches sur le parvis,
Saint-Basile-le-Grand

Église des Jacobins d'Agen, France

Festival des lanternes d'eau, Montréal

Festival du chant de marin de Paimpol, France

RECOMMANDATIONS

Secteur nº 4 : De l'église à l'hôtel de ville

Recommandation 6 : Favoriser la visite des commerces et restaurants de l'île

- Secteur marqué par une **concentration plus élevée** de **commerces et galeries d'art.**
- Important de bien **signaliser les différents commerces** de la municipalité et de **mettre en valeur le lien maritime**.
- La **création de fresques** pourrait être reprise sur certains bâtiments afin d'habiller le parcours piétonnier et de renforcer l'attractivité du secteur.
- La **mise en valeur du patrimoine bâti** sur ce secteur à l'aide d'un projet axé sur l'histoire du bâtiment et de ses habitants renforcerait l'attractivité de ce tronçon.
- Une stratégie de ***storytelling*** basée sur des récits d'autrefois amenant les visiteurs à **faire un plongeon dans la mémoire de Saint-Laurent**.
- Le **lien piétonnier** proposé entre le Parc maritime et l'église pourrait également se poursuivre jusqu'au stationnement de l'hôtel de Ville. Celui-ci accueillerait **la 3e halte informative**.

RECOMMANDATIONS

Secteur nº 4 : De l'église à l'hôtel de ville

Recommandation 6 : Favoriser la visite des commerces et restaurants de l'île

Village québécois d'Antan, Drummondville

Lyon, France

Rivière-du-Loup

Concernant les espaces de stationnement

- Comme mentionné, la transformation du secteur de l'église pour produire l'effet « wow » recherché nécessite de revoir l'aménagement du stationnement. Si l'on souhaite réellement redonner le cœur du village aux résidents et aux visiteurs de manière à créer une véritable expérience agréable, le retrait **progressif** d'un certain nombre d'espaces de stationnement au niveau de l'église nous apparaît essentiel. Avant d'agir en ce sens, d'autres éléments doivent prendre place, comme présentés dans le plan d'intervention (page 33 et suivantes). Avec une bonne stratégie et un bon aménagement, nous croyons que le stationnement actuel pourrait être optimisé dans sa capacité d'accueil, ce qui restreindrait le nombre de places soustraites et favoriserait une meilleure cohabitation entre voitures et visiteurs.
- Bien entendu, la mise en place d'une telle vision amène la Municipalité à se pencher dès maintenant sur des solutions alternatives. Il faudra alors diriger les visiteurs vers les stationnements situés en périphérie du cœur du village et envisager la relocalisation d'une partie des espaces de stationnement de l'église vers d'autres lieux à déterminer.

CONSIDÉRANTS STRATÉGIQUES

1. UNE VISION À LONG TERME CONCERNANT L'ACCESSIBILITÉ ET LE STATIONNEMENT

- L'enjeu d'accessibilité, de circulation automobile et de disponibilité de stationnement nécessite un changement de posture.
- Fenêtre d'opportunité : mobilité durable, navette fluviale et terrestre.
- Contribuer à améliorer la qualité de vie des résidents de vie et la qualité de l'expérience visiteur.

2. UNE MEILLEURE COHABITATION POUR UNE MEILLEURE SÉCURITÉ

- Redonner le cœur du village aux résidents et aux visiteurs, tout en leur permettant de circuler librement pour découvrir l'offre de Saint-Laurent.
- L'enjeu de la sécurité piétonnière représente également un élément majeur à solutionner

3. AVOIR LES MOYENS DE SES AMBITIONS

- Demeurer ouvert face aux différentes opportunités qui pourraient permettre de bonifier l'offre du village : acquisition de terrains pour donner accès au fleuve ou obtenir plus d'espaces de stationnement

MODÈLE DE GESTION

Structure recommandée :

- Former un comité permanent responsable du suivi de la mise en œuvre des recommandations d'aménagement ainsi que de la promotion du village maritime
- Le comité devrait être composé minimalement d'un représentant des principales parties prenantes du projet, à savoir un élu, un membre de la direction de la municipalité, le directeur du Parc maritime, un responsable de la marina, un représentant des commerçants et un représentant des citoyens

Activités clés :

- Donner vie à la vision d'aménagement en s'assurant d'appliquer les différentes recommandations mentionnées
- Faire rayonner le village maritime
- Assurer la cohésion entre les différentes composantes du village maritime
- S'assurer de l'adhésion des différentes parties prenantes
- Faciliter la mobilisation et la collaboration « interacteurs »
- Soutenir les initiatives des partenaires clés visant à faire rayonner le village ou à attirer des visiteurs

MISE EN MARCHÉ

- Afin de faire rayonner le projet, nous avons détaillé différentes stratégies à adopter en lien avec le marketing mix.

La Municipalité est porteuse de dossier en ce qui a trait à la promotion et au produit Saint-Laurent Village maritime.

Promotion

En continu

- Développer et mettre en place un plan de communication annuel visant le rayonnement du village maritime afin de générer des visites et promouvoir les animations
- Déployer une stratégie visant à favoriser le référencement du village auprès des acteurs touristiques régionaux (ex. : BAT, Destination Québec Cité, AML)

Priorités 2022-2023

- Doter le village maritime d'outils promotionnels de la destination (ex. : site Internet, carte du village comprenant les services et attraits) et assurer la diffusion de ceux-ci auprès des partenaires et parties prenantes ainsi qu'au sein des lieux névralgiques du village (Parc maritime, commerces, secteur de l'église, stationnements, etc.)
- Développer une stratégie visant la mise en valeur des attraits au sein du village maritime et permettant de faciliter la fluidité de la visite du village. Parmi les actions suggérées :
  - Création de circuits thématiques (ex. : culture, magasinage)
  - Augmenter la visibilité des attraits, commerces et éléments constitutifs de l'offre à l'aide d'une signalisation unie, cohérente et accrue*
  - Favoriser, au sein de Saint-Laurent, le rayonnement du sentier des Constellations en vue de maximiser son utilisation
- Mettre en place une mécanique de soutien visant à accroître la connaissance du projet et de l'offre du village auprès des attraits et commerces*

** Les actions à réaliser en collaboration avec les parties prenantes.*

MISE EN MARCHÉ

Produit

En continu

- Faire vivre le concept unifié de village maritime en lien avec la vision d'aménagement proposée et les recommandations énumérées dans la section précédente, et veiller à l'amélioration continue de l'offre
- Développer, en respectant les ressources humaines et financières du village, un cadre d'animation (thématiques, clientèles cibles, fréquence, responsables, lieux) et le décliner annuellement sous forme de calendrier*
- Développer une stratégie d'accueil qui implique le citoyen (ex. : brigade citoyenne d'accueil)
- Structurer et sécuriser le sentier pédestre sur la grève (secteur est)

Priorités 2022-2023

- Documenter l'histoire de Saint-Laurent et de ses habitants en vue d'alimenter le projet de mise en valeur du patrimoine bâti et développer un concept
- Valider la faisabilité d'une intégration de l'église à l'offre du village maritime et statuer sur la forme que pourrait prendre cette intégration (ex. : projet conjoint, mise en valeur des lieux), le cas échéant*

La Municipalité joue un rôle de soutien auprès des initiatives développées par ses partenaires en ce qui a trait aux stratégies de prix et à la distribution du projet Saint-Laurent Village Maritime.

Prix

En continu

- Soutenir les stratégies de marketing croisé entre les différents attraits du village, les attraits de l'île et les autres attraits maritimes du Québec*
- Soutenir la mise en place d'incitatifs pour les résidents afin de renforcer l'adhésion de ceux-ci au projet (ex. : rabais chez les commerçants)*

Distribution

En continu

- Soutenir les efforts mis de l'avant afin d'attirer une clientèle de groupe (ex. : structurer en partenariat une visite guidée des principaux attraits, soutenir une stratégie de représentation destinée à attirer une clientèle de groupe, etc.)

PROFIL DES CLIENTÈLES

- **La clientèle familiale et intergénérationnelle (ainés)** se déplace sur l'île d'Orléans dans le cadre d'une activité. À ce titre, l'offre du Parc maritime et les activités d'animation sont attractives. Cette clientèle est plus encline à jumeler sa visite du village à celle d'autres attraits de l'île.

- **Les friands d'expériences culturelles** se déplacent à Saint-Laurent afin d'en apprendre davantage sur son histoire. Rendus sur place, ils visitent librement le village et ses commerces, et profitent de son offre culturelle.

- **Les actifs** se déplacent afin de réaliser une activité spécifique (ex. : kayak de mer, balade en bateau, etc.). Tant qu'à être sur place, ils explorent alors Saint-Laurent-de-l'île-d'Orléans.

- **Les visiteurs impromptus** de l'île d'Orléans apprennent l'existence de Saint-Laurent au fil de leur escapade. La vue sur le fleuve et les éléments maritimes différenciateurs les amènent à s'arrêter dans le village.

- **Les résidents** tirent profit de cette vitalité renouvelée. Ils se réapproprient le cœur du village pour son lieu de rencontre et la vue sur le fleuve. Ils sont également intéressés par les animations proposées.

PLAN D'INTERVENTION

Multisecteur

Actions	CT	MT	LT	EC
Renforcement des éléments visuels au sein du village				
Validation de la thématique et des éléments visuels	•			
Installation des éléments visuels dans l'ensemble des secteurs		•		
Aménagement des haltes informatives				
Étude et plan	•			
Réalisation : secteurs 2, 3 et 4		•		
Mise en valeur du patrimoine bâti				
Étude et plan comprenant la définition du concept et la forme à privilégier	•			
Matérialisation du concept visant la mise en valeur du patrimoine bâti		•		
Planification et réalisation d'un plan de communication visant le rayonnement du village maritime				•
Élaboration et déploiement d'une stratégie de référencement auprès des acteurs touristiques				•

Actions d'aménagement

Actions de mise en marché

PLAN D'INTERVENTION

Multisecteur (suite)

Actions	CT	MT	LT	EC
Création et diffusion des outils promotionnels de la destination	•			•
Élaboration d'une stratégie de mise en valeur des attraits (détails à la p. 28)	•			•
Mise en place d'une mécanique de soutien visant à accroître la connaissance du projet auprès des attraits et commerces*	•			•
Suivi de l'implantation de la vision et de l'amélioration continue de l'offre				•
Soutien des stratégies de marketing croisé entre les différents attraits du village, les attraits de l'île et les autres attraits maritimes du Québec*				•
Soutien de la mise en place d'incitatifs pour les résidents afin de renforcer l'adhésion de ceux-ci au projet*				•
Soutien des efforts mis de l'avant afin d'attirer une clientèle de groupe*				•

Actions d'aménagement

Actions de mise en marché

Les actions à réaliser en collaboration avec les parties prenantes.

PLAN D'INTERVENTION

Secteur nº 1 – Entrées ouest et est du village

Actions	CT	MT	LT	EC
Annonce du village				
Étude et plan concernant la validation du lieu et la forme à privilégier	•			
Réalisation		•		

Secteur nº 2 – Du Parc maritime à l'église

Actions	CT	MT	LT	EC
Matérialisation du lien piétonnier				
Mise en valeur du contenu du sentier des Constellations auprès des visiteurs	•			
Étude et plan pour la matérialisation d'un « parcours découverte », entre le Parc maritime et l'église	•			
Réalisation du lien piétonnier		•		

Actions d'aménagement

Actions de mise en marché

**Les actions à réaliser en collaboration avec les parties prenantes.*

PLAN D'INTERVENTION

Secteur nº 3 – Cœur du village

Actions	CT	MT	LT	EC
Mise en valeur du quai				
Marquage de l'entrée du chemin du Quai par une intervention physique et signalétique	•			
Étude et plan d'aménagement concernant la bonification de l'aménagement du quai	•			
Réalisation de la bonification de l'aménagement du quai		•		
Aménagement du secteur du brise-lame*				
Réalisation du plan d'aménagement		•		
Aménagement et sécurisation du parcours vers les enrochements pour mettre en valeur la marina et le fleuve		•		
Boardwalk et descente au fleuve				
Étude et plan concernant le *boardwalk* et la descente au fleuve	•			
Enrichissement du parcours de bord de mer par une descente vers l'enrochement		•		
Réalisation du *boardwalk*		•		

Actions d'aménagement

Actions de mise en marché

Les actions à réaliser en collaboration avec les parties prenantes.

PLAN D'INTERVENTION

Actions (suite – secteur n° 3)	CT	MT	LT	EC
Zones de végétation				
Ajout de zones de végétation sur le parvis et autour de l'église, et structuration de l'espace du parvis		•		
Réaménagement du stationnement				
Suivi des besoins en matière de stationnement				•
Aménagement de stationnements secondaires dans d'autres espaces du village	•			•
Réflexion en ce qui concerne la place de la voiture sur le parvis de l'église			•	
Transformation de l'espace en véritable place publique et lieu de rassemblement			•	
Développement du cadre d'animation et élaboration d'un calendrier annuel d'animations (détails à la p. 19)	•			•
Élaboration d'une stratégie d'accueil qui implique le citoyen	•			
Structuration et sécurisation du sentier pédestre sur la grève (secteur est)		•		
Validation de la faisabilité d'une intégration de l'église à l'offre du village maritime	•			

Actions d'aménagement

Actions de mise en marché

Les actions à réaliser en collaboration avec les parties prenantes.

PLAN D'INTERVENTION

Secteur nº 4 – De l'église à l'hôtel de ville

Actions	CT	MT	LT	EC
Identification des commerces				
Renforcer et uniformiser la signalisation des commerces	•			
Visibilité du stationnement de l'hôtel de ville				
Renforcer la signalisation du stationnement municipal	•			
Étude et plan pour la matérialisation d'un « parcours découverte » du secteur est	•			

Actions d'aménagement

Actions de mise en marché

Stratégies d'affaires
Mise en marché