

# STRATÉGIE DE L'ÉRABLE DE MIRABEL

## 2025-2029





## LISTE DES ACRONYMES

- ADÉ** Agent de développement de l'érable
- BBR** Bois-de-Belle-Rivière
- Centre ACER** Centre de recherche, de développement et de transferts technologiques acéricoles
- CCTT** Centres collégiaux de transferts technologiques
- CEI** Centre d'Expertise Industrielle
- CIÉM** Carrefour d'innovation écoresponsable de Mirabel
- CISA** Centre d'innovation sociale en agriculture
- CPÉRL** Conseil des préfets et des élus de la région des Laurentides
- CPEM** Corporation de la protection de l'environnement de Mirabel
- CRAM** Centre de recherche agroalimentaire de Mirabel
- CUMA** Coopérative d'utilisation de la machinerie agricole
- FUPAOL** Fédération union des producteurs agricoles Outaouais Laurentides
- FRR-V2** Fonds région et ruralité Volet local
- INRS** Institut national de recherche scientifique
- MAPAQ** Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec
- MÉ** Mirabel économique
- MFEQ** Mirabel Fête l'Érable du Québec
- MITACS** Organisme national à but non lucratif qui stimule la recherche grâce à des collaborations liant université, secteur public et privé
- MRC** Municipalité régionale de comté
- MRNF** Ministère des Ressources Naturelles et des Forêts
- PPAQ** Producteurs et productrices acéricoles du Québec
- PDCN** Plan de développement d'une communauté nourricière
- PDZA** Plan de développement de la zone agricole
- TM** Tourisme Mirabel
- UMQ** Union des municipalités du Québec
- UPA** Union des producteurs agricoles
- YMX** Aéroport international Montréal-Mirabel

## POURQUOI UNE STRATÉGIE QUINQUENNALE DE L'ÉRABLE À MIRABEL ?

### L'origine de la démarche

La stratégie de l'érable est née d'un désir des acteurs agrotouristiques de Mirabel — réunis lors des deux premiers sommets touristiques (2015-2016) — de doter le territoire d'un produit identitaire porteur. Ainsi, à défaut d'être un territoire qui compte un grand nombre d'entailles, Mirabel compte toutefois plusieurs entreprises servant les traditionnels repas de cabane. Ainsi, l'érable a été choisi comme produit signature identitaire de notre terroir et de notre agrotourisme. C'est ainsi que depuis 10 ans, l'érable est annuellement célébré et élevé au rang d'*Or blond*. Jusqu'à maintenant, les actions phares de cette stratégie sont la conférence de presse annuelle du lancement de la saison des sucres des Laurentides, le déploiement annuel d'un plan de promotion des cabanes du territoire, le grand souper érable-gourmand et l'évènement Mirabel Fête l'Érable du Québec (MFEQ). La Corporation pour la Protection de l'Environnement de Mirabel (CPEM) est l'organisation qui aura initié et dynamise ce positionnement touristique et gourmand. « À Mirabel, c'est dans LA MANIÈRE de valoriser ce produit d'exception et dans le dynamisme que nous nous différencions des autres métropoles de l'érable » (S. Michaud, directeur de la CPEM).

### Qu'est-ce que la stratégie de l'érable ?

À l'hiver et au printemps 2024, le Comité de la stratégie de l'érable<sup>1</sup> a travaillé avec des partenaires au développement d'un plan d'action 2025-2029. L'objectif est de faire rayonner auprès d'un plus vaste public les artisans et les produits acéricoles de Mirabel tout en développant la résilience, l'innovation et le potentiel touristique de cette industrie. Intimement liée aux travaux de Mirabel Garde-Manger local ayant mené en 2023 au tout premier plan de développement d'une communauté nourricière (PDCN)<sup>2</sup> de Mirabel, la stratégie veut-elle aussi contribuer à l'émergence d'une **communauté qui se nourrit des produits d'ici**. La stratégie de l'érable permettra à terme de concrétiser la vision dont s'est doté le Comité de travail, soit **propulser Mirabel comme destination incontournable de l'Érable**.

### Pourquoi investir temps, argent et énergie dans une Stratégie de l'Érable ?

- L'acériculture est une activité agricole qui génère des retombées économiques importantes
- Les repas de cabane sont aussi un moteur de développement social ; ils permettent aux familles, collègues et amis de se rassembler

---

<sup>1</sup> Le Comité stratégie de l'érable est pour le moment officiellement composé de représentants de : la Corporation de la Protection de l'Environnement de Mirabel, Tourisme Mirabel, Mirabel économique, La Cabane à Stéphane, Au Pied de l'Érable et de la société civile (Mme Céline Pichet).

<sup>2</sup> PDCN 2023-2028 de Mirabel : Plan de développement d'une communauté nourricière. Pour plus d'information, visitez <https://mirabel.ca/ville-nourriciere>

- L'acériculture contribue à l'autonomie alimentaire du territoire ; elle réduit notre dépendance aux produits sucrants importés
- Le sucre d'érable a des bienfaits notoires pour la santé en comparaison au sucre de canne (démonstré par des études récentes)
- Les érablières sont les poumons de notre territoire avec tous les bénéfices qu'elles apportent pour la santé publique et la biodiversité
- L'érable est l'arbre identitaire de la Politique de l'arbre de Mirabel (en cours de réalisation)
- L'érable est un arbre nourricier et donc participe à l'autonomie, la résilience et la sécurité alimentaire du territoire (objectif stratégique du PDCN de Mirabel)
- L'érable permet d'obtenir à Mirabel un rayonnement local, régional, national et international
- 
- Les érablières contribuent à la connexion des corridors forestiers permettant aux animaux de circuler librement du sud au nord
- Les érablières embellissent la beauté de nos paysages
- L'acériculture est une activité agricole identitaire au peuple québécois
- L'acériculture permet de garder vivants des savoir-faire et des traditions
- L'érable et son histoire a un potentiel de développement touristique extraordinaire et sous-exploité pour notre municipalité et notre région

### **Qui bénéficiera des retombées de cette démarche ?**

Producteurs, transformateurs, restaurateurs, commerçants, étudiants, touristes, citoyens, consommateurs, faune, flore et gouvernements profiteront des retombées directes et indirectes de cette stratégie gardienne de nos traditions, de la beauté et de la vitalité de notre territoire.

### **LE PROCESSUS MENANT AU PLAN D'ACTION QUINQUENNAL DE L'ÉRABLE À MIRABEL (2025-2029)**

#### **Qui est impliqué ?**

Pour nourrir ses réflexions, le Comité stratégique de l'Érable s'est réuni à 5 reprises. Voici les organisations ayant participé à l'émergence du plan d'action :

- Corporation Protection Environnement Mirabel (CPEM et Parc Régional Bois-de-Belle-Rivière)
- Tourisme Mirabel (TM)
- Mirabel économique - Ville de Mirabel
- Terre-à-Bois – Coopérative forestière
- Institut National Recherche Scientifique – Institut Armand-Frappier



- Direction régionale des Laurentides du ministère de l'Agriculture, des Pêches et de l'Alimentation du Québec,
- Cabane Au Pied de l'Érable
- Cabane à Stéphane

N.B. Il existe aussi un Comité opérationnel MFEQ actif depuis 12 ans. Ce dernier a le mandat de planifier et de déployer annuellement l'évènement gourmand automnal.

### **Méthodologie**

- Atelier du 10 janvier 2024.
- Identification des forces, faiblesses, opportunités et menaces de l'industrie de l'érable mirabelloise
- Atelier du 30 janvier 2024.
- Ébauche d'énoncé de vision
- Identification des valeurs
- Identification des besoins et enjeux des artisans, clients, partenaires, ville, acériculteurs
- Atelier du 19 février 2024.
- Formulation des orientations et objectifs à atteindre pour surmonter les enjeux
- Validation de l'énoncé de vision
- Atelier du 4 juin 2024.
- Identification des actions concrètes à réaliser pour répondre aux objectifs
- Rencontre du 10 juillet 2024.
- Transmission de faits saillants pour la région des Laurentides
- Bonification des forces, faiblesses, opportunités, menaces (FFOM), besoins, enjeux avec la répondante régionale à l'acériculture du MAPAQ – Direction Laurentides
- Lecture et analyse du rapport final Projet ACCORD 2016-2017 piloté par la CPEM.
- En collaboration avec 4 entreprises touristiques de Mirabel et les acteurs acéricoles du territoire, ce projet fut en fait le tout premier *Plan de développement de l'érable (2017-2018)* à Mirabel.
- Rédaction en juillet et validation du plan d'action par le Comité en août, septembre et octobre 2024.
- Adoption du plan d'action quinquennal par le Conseil municipal en janvier 2025.



## ÉNONCÉ DE VISION DE LA STRATÉGIE DE L'ÉRABLE

**Propulser Mirabel comme destination incontournable de l'érable.**

## LES VALEURS QUI SOUS-TENDENT LA STRATÉGIE

**Rassembleur**

**Fierté**

**Passion**

**Tradition**

**Authenticité**

## DEUX (2) AXES D'INTERVENTION ET SIX (6) ORIENTATIONS

L'analyse des résultats des divers ateliers de travail a permis au Comité d'identifier les priorités du premier plan d'action quinquennal de la Stratégie de l'érable de Mirabel. Les actions sont regroupées en 2 axes d'interventions, 6 orientations, 18 objectifs et 72 actions.

### Axes d'interventions

1. Mobilisation
2. Développement

### Orientations

1. Mobiliser la communauté acéricole
2. Solidifier une structure de gouvernance permanente
3. Développer la résilience de l'industrie acéricole
4. Soutenir et amener les entreprises acéricoles à innover
5. Favoriser le rayonnement des produits de l'érable
6. Se positionner comme pôle touristique gourmand

## Premier axe d'intervention : Mobilisation

### Orientation 1 : Mobiliser la communauté acéricole

#### Objectif 1.1 : Unir les parties prenantes pour bâtir une œuvre commune

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Représentation	1.1.1 Présenter le plan stratégique quinquennal ainsi que l'avancement annuel des travaux aux parties prenantes (élus, acériculteurs, Commanderie, organismes partenaires, etc.)	En continu	Une présentation faite par an
Célébration	1.1.2 Poser une action spéciale à chaque jour national de l'érable	En continu	Une action réalisée par an
Célébration et liaison	1.1.3 Organiser annuellement un souper /concours du meilleur sirop d'érable exclusif aux acériculteurs mirabellois	En continu	Un souper annuel

#### Objectif 1.2 : Développer de nouveaux canaux de communication

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Communication et marketing	1.2.1 Créer des capsules vidéos et/ou balados pour présenter la Stratégie, les enjeux de l'industrie, les familles acéricoles vendant leurs produits en circuits courts, etc.	2025-2029	1 capsule vidéo ou 1 balado réalisés et publié par an
Communication et liaison	1.2.2 Créer et diffuser une infolettre (s'inspirer de celle de l'Association des Restaurateurs du Québec) pour maintenir un lien constant avec les acériculteurs	2025-2029	1 infolettre par an

Sensibilisation	1.2.3 Créer une escouade terrain de l'érable pour informer et sensibiliser les parties prenantes et citoyens de la Stratégie quinquennale de l'Érable	2027-2029	Création de l'escouade
-----------------	---	-----------	------------------------

### **Objectif 1.3 : Développer des partenariats avec des acteurs stratégiques**

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Liaison et action intersectorielle	1.3.1 Inviter à nos événements les acteurs acéricoles des autres MRC des Laurentides et du Québec, incluant la relève et la Fédération des Producteurs Acéricoles du Québec	En continu	Nombre d'acteurs identifiés
Représentation	1.3.2 Devenir membre prestige du Centre ACER* en siégeant sur le comité consultatif (1665\$/an) *Centre ACER : Centre de recherche, de développement et de transfert technologique acéricole	2025-2029	Adhésion annuelle au Centre ACER
Liaison et action intersectorielle	1.3.3 Participer aux travaux de la filière Produits Forestiers Non ligneux (PFNL) en émergence dans les Laurentides	2025-2029	Nombre de participations aux rencontres
Liaison et action intersectorielle	1.3.4 Informer les instances régionales, le Conseil des préfets et des élus de la région des Laurentides (CPÉRL), Tourisme Laurentides, Tourisme Basses-Laurentides, la Fédération de l'Union des Producteurs Agricole Outaouais Laurentides, les députés provincial et fédéral) des actions de la Stratégie de l'Érable 2025-2029	2025 et 2029	1 présentation de la stratégie aux employés et 1 présentation des actions réalisées à la direction générale et aux élus

### **Objectif 1.4 : Recueillir et analyser des données sur les besoins et tendances**

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Documentation	1.4.1 Sonder annuellement les parties prenantes sur les besoins	En continu	Nombre de sondages remplis par an
Veille des besoins et tendances	1.4.2 Veille générale des besoins et tendances de l'industrie acéricole québécoise, de l'industrie touristique et des consommateurs mangeurs	En continu	Veille annuelle réalisée
Documentation et liaison	1.4.3 Tenir un sommet touristique propre à l'acériculture	2027	Sommet touristique acéricole réalisé
Mise à niveau	1.4.4 Rencontre annuelle d'analyse des besoins et tendances	En continu	Rencontre annuelle réalisée

### **Orientation 2 : Solidifier une structure organisationnelle permanente**

#### **Objectif 2.1 : Consolider et élargir le comité exécutif Stratégie de l'Érable et le Comité de MFEQ**

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Politique interne	2.1.1 Formaliser par la Ville la constitution d'un comité exécutif Stratégie de l'Érable piloté par Tourisme Mirabel en y définissant les responsabilités et les membres invités à y siéger (un siège réservé à l'UPA)	2025	No de résolution formalisant un comité exécutif et dépôt d'un organigramme
Liaison et	2.1.2 Élargir le Comité Stratégie de	En continu	Noms et nombres

politique interne	l'Érable en s'adjoignant de nouveaux partenaires stratégiques (régionaux, ministériels, entrepreneuriaux...)		des nouveaux partenaires
Coordination	2.1.3 Animer et élargir la Table de travail du Comité de Mirabel Fête l'Érable du Québec (MFEQ)	En continu	Minimum 5 rencontres par an Noms et nombres de partenaires

### **Objectif 2.2 : Diversifier les sources de financement**

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Financement	2.2.1 Soumettre des demandes d'aide financière dans divers programmes pour assurer la réalisation des projets	En continu	Minimum une demande d'aide financière déposée par année
Financement	2.2.2 Travailler un projet qui, par la vente de biens ou de services, générera des revenus autonomes grandissants au fil des ans	En continu	Projet réalisé
Financement	2.2.3 Prévoir annuellement au budget PDZA*-PDCN* de la Ville de Mirabel des sommes pour propulser la Stratégie	En continu	Subvention octroyée annuellement

### **Objectif 2.3 : Affirmer son leadership**

<b>Type d'action</b>	<b>Actions</b>	<b>Échéancier</b>	<b>Indicateur ou cible</b>
Embauche d'une ressource	2.3.1 Embaucher un Agent de développement de l'érable (ADÉ) pour assurer la mise en œuvre du plan d'action quinquennal	2025	Ressource embauchée
Représentation	2.3.2 Travailler à la reconnaissance de Mirabel comme lieu important de l'acériculture au Québec	2025-2030	Partenariats réalisés avec diverses instances et organismes provinciaux
Politique interne	2.3.3 Inclure l'acériculture dans les priorités d'intervention et les pratiques de visibilité de la Ville	2025-2030	Acériculture comme priorité d'intervention Installation d'éléments visuels
Représentation	2.3.4 Nommer annuellement un ambassadeur acéricole de l'érable	2025-2030	Nomination d'un ambassadeur annuel
Dénomination	2.3.5 Soutenir Tourisme Mirabel dans l'affirmation de Mirabel comme capitale « internationale » de l'Érable	2025	Dénomination reçue
Financement Promotion	2.3.6 Assurer la pérennité de l'évènement phare Mirabel Fête l'Érable du Québec	2025-2030	Un évènement MFEQ par an

## Deuxième axe d'intervention : Développement

### Orientation 3 : Développer la résilience de l'industrie acéricole

#### Objectif 3.1 : Élaborer des stratégies pour protéger les érablières

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Référencement	3.1.1 Référencer les acériculteurs au ministère de l'Agriculture des Pêches et de l'Alimentation du Québec (MAPAQ) et au ministère des Ressources naturelles et For (MRNF) en cas d'infestation des érablières par les ravageurs.	2025-2029	Nombre de publications faites
Développement d'un réseau sentinelle	3.1.2 Créer et déployer un réseau sentinelle pour détecter les ravageurs	2025-2029	Réseau sentinelle mis sur pieds. Noms de personnes du réseau.
Élaboration de protocole	3.1.3 Travailler à l'élaboration d'un protocole de traitement phytosanitaire en cas d'épidémie de livrées des forêts, incluant recherche de financement en cas de mise en œuvre	2 025-2028	Protocole testé et approuvé
Élaboration de protocole	3.1.4 Collaborer au développement d'un plan global d'intervention de lutte contre le nerprun et autres défoliateurs de l'érable (bonnes pratiques, moyens de lutte, ce qu'il faut éviter de faire, etc. )	2025-2028	Protocole importé ou protocole testé et approuvé
Phytoprotection	3.1.5 Mise en œuvre des protocoles de traitement phytosanitaire et plan d'intervention globale	2028-2029	Traitement phytosanitaire réalisé.

### **Objectifs 3.2 : Faciliter l'accès aux formations et aux experts**

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Formation terrain	3.2.1 Organiser des journées terrain d'information de lutte contre les deux espèces de nerprun exotique	2025-2029	Nombre d'acériculteurs participant aux journées terrain + nombre de journées terrain organisées
Liaison et promotion	3.2.2 Faire connaître les aides financières et les firmes aptes à réaliser des plans d'aménagement des érablières, d'adaptation aux changements climatiques ou de développement durable	En continu	Noms des programmes et firmes promus. Nombre de publications faites.
Formation	3.2.3 Offrir des conférences adaptées aux acériculteurs en adaptation aux changements climatiques et en développement durable	En continu	Nombre de conférences offertes Nombre de participants
Promotion d'un outil existant	3.2.4 Informer et partager auprès des partenaires et de la relève <i>Le Guide de démarrage en acériculture</i> nouvellement publié	En continu	Nombre de partages faits.

### **Objectifs 3.3 : Développer des mécanismes de valorisation du patrimoine acéricole**

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Politique interne	3.3.1 Intégrer un volet acéricole (mention arbre et aliment identitaire) dans la Politique de l'arbre de Mirabel et la Politique bioalimentaire d'achat local de Mirabel	2025	Politiques adoptées

Politique interne	3.3.2 Mettre en œuvre l’action 2.1.2 du Plan d’adaptation aux changements climatiques de la Ville de Mirabel : Modifier les pratiques acéricoles (ex. : vidéo éducative)	En continu	Nombre d’actions réalisées
Documentation et sensibilisation	3.3.3 Rassembler l’information puis diffuser largement les impacts des changements climatiques sur la production acéricole	En continu	Nombre de publications réalisées
Politique interne	3.3.4 Adopter la Charte des paysages des Laurentides	2025	Charte adoptée via la Politique de l’Arbre
Règlementation	3.3.5 Intégrer au schéma d’aménagement des objectifs visant la mise en valeur de la culture de l’érable et de protection des paysages forestiers acéricoles	2025	Ajout au schéma d’aménagement
Sensibilisation	3.3.6 Souligner auprès de la population le faible impact carbone de l’industrie acéricole	En continu	Nombre de publications faites

## **Orientation 4 : Soutenir et amener les entreprises acéricoles à innover**

### **Objectif 4.1 : Promouvoir l’accès aux services des organismes partenaires**

<b>Type d’action</b>	<b>Actions</b>	<b>Échéancier</b>	<b>Indicateur ou cible</b>
Promotion des services de première ligne	4.1.1 Faire connaître l’expertise et les services des organismes de l’écosystème entrepreneurial : Mirabel économique, Réseau Agri Conseil, Connexion Laurentides, Pôle d’Économie sociale, la Ruche, CUMA, CEI Montréal, etc.	En continu	Nombre de plan de communication réalisé

Promotion des programmes	4.1.2 Faire connaître les fonds et programmes susceptibles d'aider les entreprises acéricoles à se développer et à se perfectionner	En continu	Nombre de publications faites
Co-développement	4.1.3 Former une cohorte pilote de codéveloppement pour adresser les enjeux acéricoles	En 2025	Une cohorte formée et un parcours réalisé.

#### **Objectif 4.2 : Promouvoir l'innovation au sein de l'industrie acéricole**

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Innovation collective	4.2.1 Élaborer un projet collectif d'innovation touristique acéricole, incluant la réalisation d'un plan d'affaires	2025-2027	Plan d'affaires déposé
Liaison et maillage intersectoriel	4.2.2 Promouvoir et favoriser les partenariats de recherche et développement entre les Centres Collégiaux de Transferts Technologiques (CCTT)/universités et les entreprises acéricoles	En continu	Tenue d'une rencontre de maillage. Nombre de publications faites.
Adhésion et innovation	4.2.3 Mettre en place des incitatifs pour favoriser l'adhésion des acériculteurs mirabellois au <i>Centre de recherche, de développement et de transfert technologique acéricole</i> connu sous le nom de Centre ACER	2026	Nom des acériculteurs adhérant à ACER
Sensibilisation et formation	4.2.4 Organiser une conférence sur le virage numérique en acériculture	2026	Noms des participants à la conférence

**Objectif 4.3 : Devenir MRC pilote du Québec pour documenter l’impact des cabanes à sucre ouvertes à l’année**

Type d’action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Élaboration d’une stratégie	4.3.1 Élaborer une stratégie pour devenir MRC pilote (valider en amont la vision actuelle du ministère en lien avec les modifications du règlement r.1.1 (sur les autorisations), les assouplissements prévus, existence d’un système de monitoring des impacts du règlement actuel, etc.)	2025	Dates et nombre de rencontres tenues
Représentation	4.3.2 Demande officielle au gouvernement provincial pour devenir MRC pilote	2026	Date et document de la demande officielle

**Orientation 5 : Favoriser le rayonnement des produits de l’érable**

**Objectif 5.1 : Faciliter l’accès des produits de l’érable aux citoyens mangeurs, entreprises et institutions**

Type d’action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Mise en marché de proximité	5.1.1 Vendre une panoplie de produits de l’érable à la boutique du terroir à même la future halte routière nourricière d’innovation technologique (projet Signature Innovation de la Ville)	2029	Étale de produits d’érable à la boutique
Promotion et formation	5.1.2 Inclure aux programmations du Service des loisirs des ateliers de production de sirop d’érable ou transformation des produits de l’érable	2026-2029	Un atelier donné par an

Promotion	5.1.3 Promouvoir les boutiques et commerçants mirabellois offrant des produits de l'érable	2025-2029	Nombre de publications Nombre de commerces participant
Promotion	5.1.4 Produire et diffuser annuellement le feuillet promotionnel des boutiques, cabanes et événements Mirabel	2025-2029	Expansion extralocale du réseau de diffusion

### **Objectif 5.2 : Promouvoir les bienfaits des produits de l'érable et des érablières sur la santé**

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Promotion et éducation	5.2.1 Faire circuler des vidéos promotionnelles existantes informant des vertus nutritives des produits de l'érable pour la santé par rapport au sucre de canne	En continu	Nombre de vidéos partagés et visionnées.
Analyse en laboratoire	5.2.2 Procéder à la caractérisation moléculaire d'un sirop type de Mirabel	2025	Caractérisation moléculaire réalisée.
Promotion et éducation	5.2.3 Présentation au grand public des analyses moléculaires du sirop type caractérisé	2026	Analyse réalisée. Une présentation grand public.
Promotion et éducation	5.2.4 Créer une vitrine d'éducation sur les bienfaits des produits de l'érable et des érablières sur la santé des populations (à même le musée ou centre d'interprétation ou halte routière)	D'ici 2029	Vitrine créée et accessible au grand public.

## Orientation 6 : Se positionner comme pôle touristique gourmand

### Objectif 6.1 : Valoriser le marketing d'influence

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Communication et marketing	6.1.1 Développer un plan de communication et de promotion de l'érable adapté aux tendances	2025	Plan de communication réalisé
Communication et marketing	6.1.2 Faire appel à des agences marketing	2026	Nom de l'agence collaboratrice
Communication et marketing	6.1.3 Avoir un influenceur de l'érable	2027	1 influenceur faisant des publications
Participation citoyenne	6.1.4 Concours annuel du plus gros érable et nomination de la Duchesse de l'Érable de Mirabel	En continu	Noms des gagnant(e)s
Communication et marketing	6.1.5 Prévoir dans le budget annuel de la Ville des argents pour achat d'outils promotionnels à l'effigie de l'érable	2025-2029	Nombre annuel d'outils promotionnels achetés

### Objectif 6.2 : Provoquer des opportunités

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Démarchage et liaison	6.2.1 Participer à des salons internationaux d'alimentation	Entre 2026 et 2030	Visite d'un salon d'ici 2030
Promotion et représentation	6.2.2 Offrir annuellement des desserts à l'érable au souper de l'Union des Municipalités du Québec (UMQ) et offrir régulièrement des desserts à l'érable aux organismes de la Ville lors de leurs événements	En continu	Nombre de participation à ces activités

Développement Innovation	6.2.3 Initier et mettre en œuvre de nouveaux projets valorisant l'érable (ex.: Festi-Bière des Bois)	En continu	Nombres d'évènements et d'opportunités saisies
--------------------------	--	------------	--

### **Objectif 6.3 : Développer des attractions touristiques**

Type d'action	Actions	Échéancier	Indicateur ou cible
Planification	6.3.1 Rédiger un plan d'affaires dans le but de créer un pôle physique de l'industrie de l'Érable (Bureau de l'érable, Musée ou Centre d'interprétation au Manoir Belle-Rivière*...)	2025-2027	Plan d'affaires déposé au Conseil
Attraction touristique	6.3.2 Élaborer et promouvoir une route de l'érable à Mirabel et dans les Laurentides	2025-2029	Inauguration de la route
Communication et marketing	6.3.3 Installer une immense feuille d'érable (monument) à une porte d'entrée stratégique de Mirabel	D'ici 2029	Inauguration du monument
Attraction touristique	6.3.4 Créer une activité ludique à partir de la palette de saveurs de l'érable de Mirabel	2025-2029	Activité créée
Positionnement Rayonnement	6.3.5 Intégrer une signature de l'érable aux actuelles et nouvelles activités touristiques aéroportuaires	2025-2029	Noms des entreprises et activités ayant intégré une signature de l'érable
Planification Promotion	6.3.6 Élaborer et promouvoir une stratégie pour que les cyclistes sur notre réseau cyclable visitent les boutiques de l'érable du territoire	2025-2029	Stratégie élaborée Promotion auprès des cyclistes