

Le tourisme à l'avant-plan : Une trousse à outils

**Partie 1
Introduction à la trousse
à outils**

Partie 1

Introduction à la trousse à outils

Introduction

Le secteur du tourisme est unique à un certain nombre de points de vue, certains étant positifs et d'autres, problématiques.

Les points positifs

Voici les aspects positifs du tourisme :

- Le tourisme est exceptionnellement efficace pour rapporter de l'argent à la collectivité; en fait, c'est l'essence même du secteur, soit attirer des visiteurs qui ont de l'argent en poche et qui le laissent derrière eux. Il s'agit d'un secteur d'exportation authentique et d'un « moteur économique » pour la collectivité et la région.
- À la lumière de ce facteur, toute dépense qui renforce le secteur du tourisme entraînera des retombées économiques pour la collectivité. Il s'agit en fait d'un investissement qui procure un rendement réel.
- Le tourisme appuie une variété d'entreprises, de tout genre et de toute taille, en fournissant des possibilités d'investissement et d'emploi à un large éventail de gens – ceux qui entrent sur le marché du travail ou qui cherchent un emploi saisonnier ou à temps partiel, ceux qui sont en quête d'une carrière enrichissante et ceux qui souhaitent lancer leur propre entreprise.
- Les visiteurs contribuent au soutien des attractions, des événements et autres équipements de la collectivité grâce à l'argent qu'ils dépensent, augmentant de ce fait leurs revenus et leur viabilité en tant qu'actifs communautaires. La croissance du tourisme justifie en outre l'accroissement des investissements dans les équipements communautaires dont tirent également avantage les résidents locaux.
- Malgré des hauts et des bas périodiques, le secteur du tourisme se trouve dans un cycle de croissance à long terme, offrant ainsi à la collectivité un potentiel de croissance économique.
- Bien géré, le tourisme est un secteur relativement plus viable que bien d'autres et il est moins axé sur la consommation et nocif pour l'environnement.

Tous ces facteurs constituent des raisons impérieuses pour que les gouvernements, le monde des affaires et le grand public en général appuient la croissance de ce secteur et y apportent leur aide.

Les défis

Parallèlement, le secteur doit relever de nombreux défis urgents quant à la recherche d'appuis.

- La dominance de nombreuses petites et moyennes entreprises dans le secteur nuit à l'établissement de collaborations pour promouvoir des questions d'intérêt commun, notamment dans le domaine de la commercialisation des destinations : trop d'exploitants et pas assez d'argent.
- Un nombre appréciable d'entreprises du secteur du tourisme sont des organismes du secteur public ou à but non lucratif (musées, groupes culturels, etc.) qui disposent de peu ou pas d'argent pour financer les initiatives du secteur.
- Nombre d'entreprises qui tirent profit des visiteurs, et plus particulièrement les détaillants, ne se considèrent pas comme faisant partie du secteur du tourisme et n'appuient donc pas ses programmes.
- Ces défis sont accentués du fait que le marché du tourisme est très concurrentiel et exige des efforts professionnels dans le domaine de l'amélioration des produits ainsi que de leur commercialisation.

Tous ces facteurs, tant positifs que négatifs, soulignent le besoin d'une démarche concertée pour appuyer les efforts du secteur visant à aller de l'avant.

La raison d'être de l'élaboration et de la présentation du « dossier commercial sur le tourisme »

Compte tenu de ce qui précède, il importe de déployer des efforts concertés pour élaborer une stratégie et un plan d'action visant à promouvoir le tourisme au sein de la collectivité.

- La trousse à outils « Le tourisme à l'avant-plan » a été créée dans le but d'aider les professionnels du tourisme et du développement économique à rehausser le profil touristique de leurs collectivités respectives. Elle comprend un certain nombre d'éléments qui peuvent être utilisés de façon indépendante ou combinée, selon les besoins.

- La trousse à outils a été créée à la demande expresse de la communauté du tourisme/développement économique. Il faut démontrer l'importance économique du tourisme aux dirigeants municipaux et à l'ensemble de la collectivité, particulièrement dans une conjoncture de resserrement budgétaire. Il faut établir des budgets justifiés par des considérations d'ordre commercial qui présentent un rendement du capital investi clairement défini.

La trousse à outils « Le tourisme à l'avant-plan »

Il est important de souligner que la trousse à outils est une entité organique qui, au fil du temps, s'étoffera et évoluera au fur et à mesure que de nouvelles données et de nouveaux renseignements seront recueillis et que le contexte commercial changera.

Les éléments actuels de la trousse à outils comprennent des modèles de présentations PowerPoint destinées aux petites et aux grandes municipalités qui peuvent être utilisées durant les réunions du conseil, du comité du budget ou d'autres rencontres communautaires. Les agents du tourisme ou du développement économique n'ont qu'à insérer les données de recherche et autres renseignements relatifs à leur région particulière. Les présentations peuvent être simplifiées pour tenir compte du temps alloué.

La trousse à outils a été conçue pour être utilisée avec les *Profils touristiques pour les régions* (accessibles en ligne) et autres données de recherche pertinentes préparés par l'Unité de la recherche et de la compétitivité de l'industrie du ministère du Tourisme et des Loisirs qu'on trouve sur le site Web du ministère à l'adresse suivante :

<http://www.tourism.gov.on.ca/french/tourdiv/research/index.html>.

La trousse renferme aussi un manuel de communication et diverses annexes.

Les modèles de présentation abordent les sujets et les messages suivants, dans l'ordre indiqué :

1. Qu'est-ce que le tourisme?
2. Les répercussions économiques du tourisme en Ontario.
3. Les visites et les dépenses des visiteurs, la portée du secteur du tourisme dans notre collectivité/région.
4. Les répercussions économiques dans notre collectivité/région.
5. Les avantages du tourisme, hormis les retombées économiques.
6. Le marché est en pleine croissance, nous avons ce qu'il faut pour être concurrentiels, nous avons l'occasion de progresser et nous avons une stratégie pour réussir.
7. Que se passerait-il si nous pouvions accroître les revenus du tourisme de 1 % seulement?

8. Pouvons-nous faire bouger les choses? Les visiteurs ne viendront-ils pas de toute façon?
9. Exemples de collectivités dont les initiatives de tourisme ont réussi.
10. Nous pouvons réussir à développer notre secteur du tourisme – nous pouvons être forts, nous avons obtenu la collaboration de nos partenaires, nous pouvons accomplir le travail.
11. Un « appel à l'action » – voilà ce que nous attendons de vous!

Pour instaurer la confiance à l'égard du programme du tourisme, il importe que les intervenants de ce secteur au sein de la collectivité aient une stratégie, un plan pour les orienter dans leurs efforts qui s'appuie sur des forces réelles et sur une recherche crédible en matière de débouchés.

Il est d'une suprême importance d'axer le message sur ce qui signifie vraiment quelque chose pour la collectivité, les questions importantes qui lui tiennent à cœur, les installations, les événements, etc., c'est-à-dire les choses que les gens connaissent bien et qu'ils considèrent comme étant importantes. C'est pourquoi il faudrait incorporer des renseignements anecdotiques, des exemples et des enjeux locaux dans la présentation. Dans la mesure du possible, ne présentez pas sans contexte l'information abstraite (chiffres). Étoffe-la à l'aide d'illustrations locales.

Les demandes d'aide financière devraient être envisagées comme s'il s'agissait de trouver des « investissements » dans le secteur qui offrent des bénéfices à la collectivité. (L'idéal serait que vous présentiez tous les renseignements dont vous disposez sur les bénéfices possibles, qu'ils soient financiers ou anecdotiques.) Préparez-vous à répondre aux questions au moyen d'une liste de questions et réponses clés.

Voici quelques questions clés accompagnées de suggestions de réponse :

1. *Pouvons-nous faire bouger les choses? Les visiteurs ne viendront-ils pas de toute façon?*
 - Les aspects tant positifs que négatifs de cette question sont abordés dans la présentation. Ce qui est négatif, c'est ce qui se produira si vous ne faites plus de commercialisation. Ce qui est positif, c'est que vous pouvez développer votre secteur du tourisme en offrant à vos visiteurs des expériences merveilleuses, en renforçant le caractère commercialisable de vos produits et en adoptant un programme de commercialisation fiable et durable.
 - Vous voudrez également souligner que le marché du tourisme est très vulnérable aux changements, que ce soit sous l'influence des activités de la concurrence ou de conditions externes. Il est donc essentiel de persévérer, notamment en ce qui a trait à la commercialisation de la destination. La crise du SRAS est un bon exemple de la fragilité des conditions du marché et des raisons pour lesquelles nous devons constamment informer les consommateurs.

2. *Pourquoi les contribuables devraient-ils faire les frais de ces programmes? Pourquoi le secteur du tourisme ne finance-t-il pas lui-même les efforts déployés dans ce domaine?*
- Soulignez les défis susmentionnés et les avantages qui s'étendent bien au-delà du secteur du tourisme.
 - Si cela est possible, indiquez à combien s'élève la participation financière du secteur du tourisme et des autres « partenaires ». Mentionnez que cet argent s'ajoute aux fonds provenant du secteur, des pouvoirs publics et d'autres sources.
 - Qui plus est, l'économie dans son ensemble tirera avantage de cet investissement, pas seulement le secteur du tourisme, puisque les dépenses des visiteurs sont beaucoup plus générales (détaillants de toute sorte, stations-service). Les citoyens locaux en profiteront eux aussi.
3. *Si nous « investissons » cet argent, qu'obtiendrons-nous en retour? Quel est le rendement de notre investissement?*
- La réponse à cette question se trouve dans les points positifs traités plus tôt. Il s'agit d'un investissement public qui profitera à la collectivité dans son ensemble, tant sur le plan économique que sur le plan social (culturel, récréatif, etc.).
 - Toutefois, si vous vous adressez au conseil municipal, ce dernier pourrait aussi vous demander quels seront les avantages concrets pour l'administration municipale. Le problème qui se pose ici, c'est que le rendement prend la forme de taxes municipales sur lesquelles les dépenses des visiteurs dans la collectivité n'influent pas directement. De plus, l'activité touristique peut en fait accroître les coûts directs de la municipalité.
 - Vous pouvez vous servir d'un modèle sur les répercussions économiques, tel que le Modèle de calcul des répercussions du tourisme sur l'économie régionale du ministère, pour mesurer l'ampleur des retombées économiques du tourisme. Ce modèle contient des données sur les taxes municipales que cela rapporte. Bien que le modèle soit utile, les chiffres sur les taxes municipales qu'il fournit ne correspondent malheureusement pas à l'évaluation municipale actuelle au niveau local. Il s'agit de chiffres théoriques fondés sur l'économie régionale et les taux d'imposition dans l'ensemble de la région. Même si ces estimations sont très similaires, elles ne sont pas identiques. Ces chiffres peuvent cependant être utilisés pour donner un ordre de grandeur et être présentés comme tels.
 - Les réponses aux questions concernant le rendement de l'investissement des administrations municipales peuvent aussi mettre en lumière le fait que le tourisme encourage les investissements commerciaux à la fois dans le secteur du tourisme et
-

dans d'autres secteurs touchés directement ou indirectement par le tourisme et les dépenses des visiteurs. Cela permettra d'accroître l'assiette fiscale municipale au fil du temps.

- Dans la mesure du possible, donnez des exemples de nouveaux investissements réalisés aux cours des dernières années qui étaient liés au tourisme. Donnez des exemples du montant des taxes versées par les entreprises de votre collectivité qui ont profité du tourisme (les hôtels, les restaurants, les épiceries, les stations-service, etc.).

La Stratégie pour le tourisme en Ontario et le programme de repérage des destinations touristiques de haute qualité

Le ministère du Tourisme et des Loisirs a publié récemment un document sur la stratégie provinciale de promotion du tourisme. Ce document vous aidera à obtenir des appuis à l'égard de votre stratégie et de votre programme sur le tourisme si votre stratégie se fonde sur celle de la province et la complète. Le cas échéant, elle n'en sera que plus valide et crédible. La Stratégie pour le tourisme en Ontario est accessible à l'adresse <http://www.tourism.gov.on.ca/french/tourdiv/tourism/strategy.htm>.

Dans un même ordre d'idées, si votre collectivité participe au repérage des destinations touristiques de haute qualité, vous pourrez obtenir une bonne partie des renseignements dont vous avez besoin pour mettre le tourisme à l'avant-plan.

Éléments que la trousse à outils vous permettra d'élaborer

Présentations

La trousse à outils a d'abord été conçue pour vous aider à préparer des présentations portant sur « Le tourisme à l'avant-plan » dans votre collectivité ou région. Elle renferme deux modèles de présentation PowerPoint : une version intégrale de 41 diapositives et une version abrégée de 20 diapositives.

Rapport

Vous pouvez utiliser le même format pour préparer un rapport à l'appui de la présentation. Vous pouvez approfondir les points soulevés dans les puces de la présentation PowerPoint sous forme de phrases ou de paragraphes et reprendre les illustrations et les graphiques.

La trousse à outils ne fournit aucun modèle de rapport; il s'agit toutefois d'une tâche relativement simple qui peut se faire tout en préparant la présentation.

Pour obtenir d'autres suggestions relativement à la préparation d'un rapport sur le tourisme, consultez le manuel de communication de la présente trousse à outils.

Fiche de renseignements (partie 3)

La trousse à outils renferme un modèle de fiche de renseignements de deux pages qui peut être utilisée comme document à distribuer au moment de la présentation ou séparément comme fiche de renseignements généraux sur le tourisme dans la collectivité et les activités du secteur du tourisme.

Tout comme la présentation, le modèle de fiche de renseignements vous invite à insérer du texte dans les champs définis par des crochets.

Autres éléments de la trousse à outils

Manuel de communication (partie 4)

La trousse à outils comprend aussi un manuel de communication qui vous aidera à utiliser efficacement les autres outils. Il s'agit d'un document fondamental sur la communication que vous trouverez en général utile.

Mode d'emploi (partie 2)

Finalement, la trousse à outils comprend un mode d'emploi détaillé sur la préparation des présentations et de la fiche de renseignements, ainsi que cinq annexes qui fournissent des renseignements plus détaillés lorsque cela s'avère nécessaire.

Ces annexes portent sur les quatre sujets suivants :

- 1) des copies du *texte de base du présentateur ou de la présentatrice pour les versions intégrales et abrégées de la présentation* (les versions numériques se trouvent sur le cédérom);
- 2) un *document sur l'« utilisation des profils touristiques pour les régions »* qui fournit des directives sur la façon d'obtenir des renseignements à partir du site Web du ministère que vous utiliserez dans votre présentation;
- 3) des copies d'« *exemples de réussite* » que vous pouvez utiliser dans votre présentation (les versions numériques se trouvent sur le cédérom);
- 4) des copies des *deux présentations pilotes* préparées dans le cadre de l'élaboration de la trousse à outils : l'une destinée à une grande collectivité (Hamilton) et l'autre, à une petite collectivité (Wasaga Beach). Ce sont des exemples qui illustrent le produit fini.

Ceux qui ne peuvent télécharger de gros fichiers peuvent se procurer la trousse à outils sur un cédérom qui renferme un certain nombre de fichiers PowerPoint et Word qui ont été conçus de manière à pouvoir être adaptés et personnalisés aux fins de présentation. Le cédérom

contient aussi un certain nombre de fichiers PDF qui peuvent être utilisés à titre de référence ainsi que le matériel didactique connexe.

Le tableau qui suit récapitule l'emplacement des différents fichiers sur le cédérom ainsi que les sections du manuel correspondantes.

Éléments de la trousse à outils

Élément de la trousse à outils	Type de fichier sur le cédérom	Section du manuel
Outils		
Modèle de présentation PowerPoint – version intégrale (accompagné du texte du présentateur ou de la présentatrice et des autres renseignements figurant dans les pages de notes)	PowerPoint	—
Modèle de présentation PowerPoint – version abrégée (pages de notes photocopées)	PowerPoint	—
Exemples de réussite	PowerPoint	Annexe III
Fiche de renseignements	Word	Partie 3
Manuel de communication	PDF	Partie 4
Matériel auxiliaire		
Introduction à la trousse à outils	PDF	Partie 1
Directives relatives à la préparation de la présentation – version intégrale	PDF	Partie 2
Directives relatives à la préparation de la présentation – version abrégée	PDF	Partie 2
Texte de base du présentateur ou de la présentatrice – version intégrale	Word	Annexe I
Texte de base du présentateur ou de la présentatrice – version abrégée	Word	Annexe I
Utilisation des profils touristiques pour les régions	PDF	Annexe II
Présentation pilote de Hamilton	PDF	Annexe IV
Présentation pilote de Wasaga Beach	PDF	Annexe V