



FORUM DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

Vers une nouvelle Politique touristique du Québec

Document de réflexion

22 janvier 2004

Tourisme
Québec 

Table des matières

Projet de déroulement du 22 janvier 2004	3
Validation du cadre de réalisation et de l'approche privilégiée	6
Thème 1 : Renouvellement, adaptation et développement de l'offre	11
Thème 2: Accès au Québec, à ses produits et à ses régions	12
Thème 3 : Promotion de la destination, de ses expériences et de ses régions	12
Thème 4 : Information et accueil.....	12
Annexe A : Éléments déterminants de la présentation du 7 novembre portant sur Politique touristique.....	13

Projet de déroulement du 22 janvier 2004

Contexte de la réunion du 22 janvier 2004

Lors de la rencontre du 7 novembre 2003, les objectifs et les grandes lignes d'élaboration de la Politique touristique ont été présentés aux membres du Forum de l'industrie touristique (voir l'annexe A, qui présente sommairement les éléments déterminants de cette présentation).

À cette occasion, il a été précisé que le processus inclurait trois grandes phases :

- 1) Identification des besoins (enjeux, opportunités, défis, problèmes)
- 2) Définition d'orientations (vision, valeurs, objectifs, orientations, axes)
- 3) Détermination des modes d'organisation et financement (rôles, responsabilités, mesures).

La majeure partie de la rencontre du 22 janvier 2004 sera utilisée pour mettre à contribution les connaissances et l'expertise des membres du Forum dans la réalisation de la phase 1, à savoir l'identification des besoins qui devront être pris en considération dans l'élaboration du diagnostic.

Cette approche sera complétée par un exercice similaire auprès des ministères / organismes ainsi qu'au sein de Tourisme Québec. Une synthèse sera réalisée et servira d'assise à la prochaine phase (définition d'orientations).

En prévision de la réunion du 22 janvier 2004, un cadre d'animation est proposé ci-après dans le but de recueillir les points de vue de votre organisme et de votre secteur d'activité. Les thèmes de discussion qui seront abordés sont présentés à la page 11 et suivantes. **Veillez noter que ce document de travail correspond à un outil de travail en vue de faciliter l'animation et le déroulement de la rencontre et non d'établir ou de présenter la position officielle de votre organisation.**

Cadre d'animation de la rencontre du 22 janvier

ATELIERS EN AVANT-MIDI:

Constitution de 4 groupes afin de discuter et d'échanger sur les cinq sujets suivants :

- a. Validation du cadre de réalisation et de l'approche privilégiée pour élaborer la Politique
- b. Thème 1 : Renouvellement, adaptation et développement de l'offre
- c. Thème 2: Accès au Québec, à ses produits et à ses régions
- d. Thème 3 : Promotion de la destination, de ses expériences et de ses régions
- e. Thème 4 : Information et accueil des touristes

Pour chacun des 4 thèmes – correspondant à quatre fonctions clés d'une destination touristique – les discussions porteront systématiquement sur les principaux besoins / enjeux / opportunités et défis que vous considérez importants sous l'angle des fonctions de soutien suivantes :

- Acquisition et diffusion de la connaissance (statistiques, veille, recherche);
- planification et possibilités d'arrimage entre les plans sectoriels, provinciaux, régionaux;

- développement des compétences;
- gestion et reconnaissance de la qualité;
- financement et soutien technique à l'industrie;
- pratiques de développement durable.

PLENIERE EN APRES-MIDI :

Présentation d'une synthèse des résultats des quatre ateliers de la matinée suivie d'échanges et discussions sur chacun des cinq sujets. Les discussions viseront à dégager :

- les éléments qui font consensus et qui doivent être pris en considération dans l'élaboration de la Politique ;
- les éléments qui ne font pas consensus ou qui mériteraient d'être approfondis, soit par l'équipe chargée d'élaborer la Politique ou soit par des groupes de travail* formés de membres du Forum et de Tourisme Québec.

* **Remarque** : À ce stade-ci, deux groupes sont envisagés soit :

1. sur la gouvernance (structures rôles et responsabilités, décentralisation, coordination et concertation)
2. sur le tourisme durable (applications concrètes du développement durable dans la réalité touristique du Québec).

Les étapes prévues après le 22 janvier 2004

Entre les rencontres du Forum des 22 janvier et 18 mars

- Mise en marche et animation des groupes de travail formés le 22 janvier.
- Intégration des résultats des ateliers et des suggestions émises par les membres du Forum au processus de réalisation du diagnostic.
- Recherche / rédaction afin de compléter les différentes composantes du cadre méthodologique retenu.
- Création et première rencontre du comité interministériel en tourisme.
- Dépôt du diagnostic pour commentaires.

Lors du Forum du 18 mars :

- État d'avancement de la Politique.
- Validation du diagnostic et des travaux des groupes de travail sur le tourisme durable et sur la gouvernance.
- Présentation / discussion sur des orientations préliminaires de la Politique.

En avril et mai

- Consultation sur la 1^{ère} ébauche de Politique auprès :
 - des membres du Forum et de leurs organisations,
 - de Tourisme Québec,
 - des ministères et organisations gouvernementales membres du comité interministériel.

Lors du Forum du 17 juin

- Résultats de la consultation sur la 1^{ère} ébauche et présentation d'un avant-projet de Politique
- Entente sur les mécanismes d'approbation de la version finale de la Politique.
- Présentation / discussion sur les modes d'organisation et de financement.
- Prochaines étapes : élaboration et présentation du mémoire et du projet de Politique au conseil des ministres, tenue des Assises.

Validation du cadre de réalisation et de l'approche privilégiée

Approche privilégiée

La Politique touristique du Québec envisagée consisterait principalement en un cadre d'organisation et d'intervention en tourisme qui apporterait une attention particulière aux éléments suivants :

- Les rôles de l'État et des partenaires de l'industrie touristique
- Les relations fonctionnelles :
 - au sein de l'État (interministériel),
 - entre les partenaires de l'industrie,
 - entre l'État et les partenaires de l'industrie,
 - entre les différents paliers (fédéral / provincial / régional / local).
- Le financement.

Les facteurs distinctifs de la nouvelle approche par rapport aux politiques précédentes :

- Le développement durable : un élément central de la Politique
- La gouvernance :
 - rôles et responsabilités État, privé, paliers
 - partenariat privé – public
- La participation active de l'industrie – notamment à travers le Forum de l'industrie touristique – dans la définition des composantes de la politique.

Pourquoi une politique touristique?

Le tourisme représente une « industrie » composée de plusieurs parties de secteurs (hébergement, restauration, transport, etc.) et est dominé par de très petites entreprises. Le tourisme implique aussi divers types d'intervenants privés, publics et associatifs dans la prestation des services. Finalement le tourisme est intimement lié à des territoires qu'il convient d'aménager, de développer et de promouvoir avec l'implication de divers acteurs jouant des rôles très différents selon les paliers. Cette complexité du tourisme rend nécessaire l'adoption de politiques touristiques :

- pouvant identifier les directions à privilégier dans différents domaines (offre, accueil, service à la clientèle, promotion, etc.);
- et en mesure de susciter une certaine cohérence parmi une industrie hautement morcelée.

Pourquoi miser sur le tourisme durable

« Le développement d'un tourisme durable répond aux besoins des touristes et des régions qui les accueillent, tout en ménageant et améliorant les possibilités futures. Il doit se traduire par une gestion de toutes les ressources permettant à la fois de satisfaire les besoins économiques, esthétiques et sociaux, et de préserver l'intégralité culturelle, les écosystèmes, la biodiversité et les systèmes de soutien à la vie. »

Source : Agenda 21 pour le voyage et le tourisme, Conseil mondial du voyage et du tourisme/ Organisation mondiale du tourisme / Earth Council, 1996

La qualité des expériences touristiques dépend fortement de l'état de préservation des paysages et du patrimoine naturel et culturel d'un territoire donné. À défaut de protéger, respecter ou de gérer adéquatement ces ressources et d'impliquer les populations locales, il s'en suit généralement un déclin d'une destination. La « durabilité » d'une destination, c'est aussi une question de compétitivité et de qualité.

L'étalement des saisons peu s'avérer un bel exemple de tourisme durable qui concerne plusieurs fonctions (offre, accès, marketing, accueil) et qui contribue à rentabiliser les équipements, prolonger les emplois et diminuer la pression sur les ressources et le milieu d'accueil.

Gouvernance

« La gouvernance, c'est la capacité des sociétés humaines à se doter de systèmes de représentation pour se gérer elles-mêmes dans un mouvement volontaire. La volonté d'intégration régionale de décentralisation en prenant en compte les différents niveaux d'exercice du pouvoir fait partie d'une évolution de la gouvernance. En ce sens, le passage d'une gestion administrative et politique, centrée sur l'État-Nation à un effort d'intégration régionale et à la décentralisation et la nécessité de mettre l'accent sur les liens entre les différents niveaux d'exercice du pouvoir fait partie d'une évolution de la gouvernance ».

Source: Qu'est-ce que la gouvernance?, Centre d'études en gouvernance, Université d'Ottawa

En tourisme la gouvernance implique que tous les partenaires des différents paliers conviennent ensemble et sur une base volontaire de la répartition des rôles et responsabilités liés aux fonctions de gestion du secteur.

Ce diagnostic tiendra compte des tendances des marchés et données sur la clientèle touristique, de l'offre et des efforts des principaux concurrents ainsi que du nouveau contexte touristique mondial. Le bilan de la dernière Politique et des stratégies passées (ex. problèmes rencontrés dans leur implantation) et divers cadres de référence en mesure d'influencer la teneur de la Politique touristique (stratégies et documents d'orientations des ATR et des associations sectorielles, stratégie nationale du tourisme, stratégies de la CCT, Agenda 21 pour le tourisme et le voyage, Déclaration de Québec sur l'écotourisme, ...etc.) seraient aussi analysés.

L'identification des principales forces, faiblesses, opportunités et menaces ainsi que des principaux enjeux et défis s'effectuerait en étroite collaboration avec les membres du Forum de l'industrie touristique. Les commentaires recueillis auprès de gestionnaires des secteurs privés et publics impliqués dans différentes fonctions touristiques clés seraient aussi mis à contribution:

- Intervenants en développement de produits,
- Intervenants dans les transports (MTQ, transport aérien, routier, ferroviaire, maritime),
- Responsables de la fonction marketing (promotion) de diverses associations et intervenants du réseau de distribution (réceptifs),
- Responsables de la fonction accueil et information.

L'approche privilégiée, tant pour le diagnostic que pour l'élaboration de la Politique, mise sur quatre fonctions clés d'une destination touristique – une définition plus détaillée est fournie dans les prochaines sections pour chacune d'elle –. Ces quatre fonctions sont directement liées aux éléments faisant partie d'un séjour touristique et qui consistent à :

1. développer les produits et services touristiques désirés (basés au préalable sur une bonne connaissance des besoins de la clientèle),
2. les rendre accessible aux clientèles (infrastructures et services de transports routier, maritime, ferroviaire, aérien),
3. les promouvoir, les faire connaître, les distribuer et à les vendre,
4. accueillir la clientèle et faciliter le déroulement de leur séjour (accueil, hospitalité, information, signalisation).

Tel que démontré dans le diagramme précédent, chacune des fonctions touristiques clés de la destination (axe horizontal) sera analysée en regard des diverses fonctions de soutien (axe vertical) :

- **Structures, rôles et responsabilités / coordination et concertation** : Il s'agit ici des enjeux et des approches de **gouvernance** à privilégier dans un contexte de décentralisation, de concertation et de partenariat :
 - Structure, rôles et responsabilités des partenaires des secteurs privé et public / des paliers fédéral, provincial, régional et local
 - Coordination des interventions
 - Communication entre les acteurs et communication visant l'industrie

- **Acquisition et diffusion de la connaissance** : Cette fonction incontournable concerne autant l'offre, l'accès, la mise en marché que l'accueil. Elle intègre des domaines aussi variés que :
 - Statistiques touristiques officielles et connaissance sur l'importance économique de l'industrie.
 - Besoins des clientèles, suivi des tendances, mesure de l'adéquation entre l'offre et la demande.
 - Analyse des concurrents et suivi de leurs initiatives.
 - Développement d'indicateurs de performance et de durabilité et de méthodologies communes.
 - Systèmes de veille ou d'observatoires.
 - Suivi des nouvelles technologies applicables au tourisme.
- **Planification** : Cette fonction de soutien concerne autant les plans de développement de l'offre, la planification marketing ou la planification durable du tourisme en région, ainsi que les enjeux et défis de l'arrimage des divers plans pour s'assurer d'une meilleure cohésion des actions entre les différents paliers.
- **Développement des compétences** : Cette fonction joue un rôle de soutien pour l'ensemble des fonctions clés et s'avère incontournable en matière de qualité.
- **Gestion et reconnaissance de la qualité** : Il s'agit notamment des programmes et processus qualité visant les organisations touristiques (offre) mais aussi les BIT (accueil) et qui peuvent conditionner la façon de promouvoir la destination et ses produits (promotion).
- **Financement et soutien technique** : L'accès au financement et, dans certains cas, à un soutien technique s'avère incontournable qu'il s'agisse d'infrastructures touristiques, de démarrage d'entreprises, de campagne promotionnelles ou d'améliorations au réseau des bureaux d'information touristiques (BIT).
- **Mesures d'évaluation et indicateurs** : Cette fonction implique une approche où des indicateurs d'atteinte des résultats, de durabilité, de satisfaction des visiteurs ou de performance, ... sont systématiquement mis en place pour suivre l'évolution et les progrès réalisés dans chacune des fonctions touristiques clés d'une destination.

Le tableau suivant donne un aperçu avec quelques exemples de l'approche méthodologique et des liens qui peuvent s'établir entre les fonctions touristiques clés de la destination et les fonctions de soutien.

Approche méthodologique d'élaboration de la Politique touristique du Québec

Fonction touristique clé / Fonction de soutien	Renouvellement, adaptation et développement de l'offre	Accès au Québec, à ses produits et à ses régions	Promotion de la destination, de ses expériences et de ses régions	Information et accueil des touristes
État de situation tenant compte de notre performance, de la concurrence, des clientèles, du contexte touristique mondial	Évolution de l'offre au cours des dernières années et de celle des principaux concurrents	Problématique de l'accès aérien au Québec et de l'accès aux différentes régions	Tendances des marchés et données sur la clientèle touristique à destination du Québec	État actuel du réseau d'accueil et d'information touristique
Structures, rôles et responsabilités / coordination et concertation	Acteurs clés, besoins en coordination et relations fonctionnelles entre les différents acteurs au plan des infrastructures, des produits et de la forfaitisation	Acteurs clés, niveau de contrôle sur cette fonction, relations fonctionnelles entre les différents acteurs	Acteurs clés et efforts par marché, besoins en coordination, relations fonctionnelles entre les différents acteurs; analyse des modes d'organisation d'autres destinations	Structure organisationnelle du réseau et relations fonctionnelles entre les différents acteurs
Développement de la connaissance et de l'intelligence	Besoins en recherche sur le développement et l'adaptation de l'offre, soutien à l'innovation	Besoins en recherche ou analyse dans les domaines des transports contribuant au tourisme	Niveau de connaissance et besoins en recherche marketing	Nouvelles technologies d'information
Planification	Plans existants de développement de l'offre, besoins dans ce domaine pour les régions	Existence d'une politique	Bilan des stratégies marketing passées et enjeux de l'arrimage entre les différents plans	Politique existante des lieux d'accueil et d'information touristique
Développement des compétences	Enjeu de la pénurie de main-d'œuvre et de la rétention du personnel	Besoins au plan des compétences et de la formation de la main-d'œuvre dans les transports destinés aux touristes	Besoins en formation des gestionnaires de petites entreprises en marketing touristique	Besoins au plan de la compétence du personnel des BIT
Gestion et reconnaissance de la qualité	Bilan du programme qualité et des expériences pilotes d'implantation, contexte international dans ce domaine	Besoins spécifiques dans la qualité des services de transports. Suivi de l'implantation du programme qualité du transport par autocar	Implications marketing pour la reconnaissance des entreprises ou produits reconnus pour leur qualité	Suivi de l'implantation du nouveau programme d'agrément des BIT
Financement et soutien technique	État de la situation et enjeux de financement dans le financement des produits, le soutien aux entreprises	Besoins en financement d'infrastructures de transports	Niveau de synergie entre les efforts promotionnels des partenaires et différents paliers	Mise à niveau des BIT pour satisfaire aux nouvelles normes
Pratiques durables existantes et potentielles	Modèles et bonnes pratiques en développement de produits durables	Enjeux environnementaux liés aux déplacements des touristes	Marketing responsable	BIT : des lieux de sensibilisation des touristes

Questionnement en vue des ateliers du 22 janvier

Tel que décrit au tableau de la page 7, les ateliers de l'avant-midi du 22 janvier s'inscrivent dans le cadre de la phase 1 du cadre de réalisation de la Politique touristique du Québec, à savoir l'élaboration du diagnostic. Cette phase vise d'une part à dresser le portrait de la performance, des forces, des faiblesses, des opportunités, des menaces, et d'autre part à cerner les principaux enjeux et défis de l'industrie touristique québécoise.

Pour ce faire, chaque atelier sera appelé à se prononcer sur chacun des quatre thèmes que constituent les fonctions clés d'une destination touristique. Ces thèmes sont brièvement décrits ci-dessous.

Par ailleurs, chaque thème sera examiné sous l'angle des huit (8) fonctions de soutien qui la compose. Les participants aux ateliers seront donc invités, pour chacun des thèmes, à se prononcer sur les principaux besoins, enjeux, opportunités et défis qu'ils perçoivent concernant chacune des fonctions de soutien à savoir :

1. Structures, rôles et responsabilités / coordination et concertation
2. Acquisition et diffusion de la connaissance et de l'intelligence
3. Planification et liens entre les plans (sectoriels, régionaux, locaux)
4. Développement des compétences
5. Gestion et reconnaissance de la qualité
6. Financement et soutien technique
7. Pratiques durables existantes et potentielles
8. Mesures d'évaluation et indicateurs

Voici donc les quatre thèmes qui seront abordés dans chacun des ateliers :

Thème 1 : Renouvellement, adaptation et développement de l'offre

Cette fonction clé - renouvellement, adaptation et développement de l'offre – fait allusion autant :

- aux infrastructures touristiques (ex. attractions, musées, remontées mécaniques, sentiers, marinas, etc.)
- aux produits touristiques associés à des activités ou à des buts de voyage spécifiques (ex. villégiature, motoneige, aventure et plein air, événements, chasse et pêche, ski, etc.)
- aux entreprises de services d'hébergement, de restauration et autres qui font parties des expériences touristiques;
- aux activités d'intégration de l'offre (circuits, forfaits, « *thématisation* »).

Thème 2: Accès au Québec, à ses produits et à ses régions

Cette fonction clé - accès au Québec, à ses produits et à ses régions – fait allusion autant :

- à l'accès au Québec, notamment l'accès aérien à Montréal et Québec
- aux infrastructures et services de transport donnant accès aux différents produits et régions du Québec.

Thème 3 : Promotion de la destination, de ses expériences et de ses régions

Cette fonction clé - promotion de la destination, de ses expériences et de ses régions – fait allusion autant :

- aux activités promotionnelles, de relations publiques et aux campagnes publicitaires dirigés vers les différents marchés par Tourisme Québec, les associations sectorielles, les ATR et autres organisations touristiques;
- aux activités de distribution, de vente et de réservation des voyagistes et partenaires et systèmes de gestion des destination (ex. bonjourquebec.com).

Thème 4 : Information et accueil

Cette fonction clé - information et accueil – fait allusion au réseau des établissements et services d'information touristique de Tourisme Québec, des régions et municipalités, tels que bureaux d'information, signalisation, volet information de « bonjourquebec.com » et autres sites Web.

ANNEXE A : ÉLÉMENTS DÉTERMINANTS DE LA PRÉSENTATION DU 7 NOVEMBRE PORTANT SUR POLITIQUE TOURISTIQUE

Portée de la Politique

La Politique touristique du Québec, établie dans une démarche concertée impliquant les principaux acteurs privés et publics du tourisme, correspond au document identifiant les grandes orientations à préconiser au plan :

- du système touristique québécois :
 - définition et révision périodique du système touristique avec les partenaires;
 - rôles et responsabilités des divers partenaires privés et publics parmi l'ensemble des paliers (national, provincial, sectoriel, régional, sous-régional, local);
- de l'adaptation de l'État québécois – son organisation, ses structures, ses outils et ses programmes - afin de mieux appuyer et soutenir l'industrie touristique, tout en tenant compte :
 - de l'approche de décentralisation du gouvernement;
 - de la stratégie de développement économique du Québec;
- de l'identification des moyens pour mettre en œuvre régionalement et localement les orientations retenues à l'échelle québécoise;
- de la mise en pratique des principes du développement durable dans les différentes sphères de l'activité touristique;
- de la révision des modes de financement appuyant l'industrie touristique;
- de la cohérence des approches entre la démarche québécoise et la Stratégie nationale de tourisme canadienne;

La Politique sera suivie d'un plan d'affaires à réaliser annuellement avec les partenaires. Le premier plan d'affaires serait réalisé dans le cadre d'Assises de l'industrie touristique à l'automne 2004.

Vision et objectifs

La vision suivante a été proposée aux membres du Forum le 7 novembre 2003. Au fur et à mesure que les éléments de la Politique se préciseront, il sera possible de valider ou de réévaluer cette vision.

Que le tourisme devienne, durant toute l'année, une source de richesse économique, sociale et culturelle pour toutes les régions du Québec, et ce, dans le respect des principes¹ du développement durable.

¹ Le terme « principes » vient remplacer le terme « objectifs » de la version du 7 novembre 2003.

À cet vision est associé un objectif de performance économique qui consiste à porter les recettes touristiques du Québec de 9,4 MM\$ en 2003 à 13 MM\$ en 2010 (croissance de 52 à 60 millions de visiteurs).

Remarque : Dans un contexte de tourisme durable, cet objectif économique devrait s'accompagner d'objectifs au plan social et environnemental

Valeurs

Trois valeurs clés ont été proposées le 7 novembre aux membres du Forum et celles-ci étaient principalement liées au concept de tourisme durable

- La **viabilité** économique des régions et des entreprises touristiques.
- Le **respect** de l'environnement, de la diversité culturelle et régionale ainsi que des populations locales.
- L'**équité** notamment entre les intervenants touristiques sectoriels et régionaux.

Remarque: ces propositions relatives à la vision, aux objectifs et aux valeurs sont préliminaires et seront plus amplement discuté une fois l'étape du diagnostic réalisé.