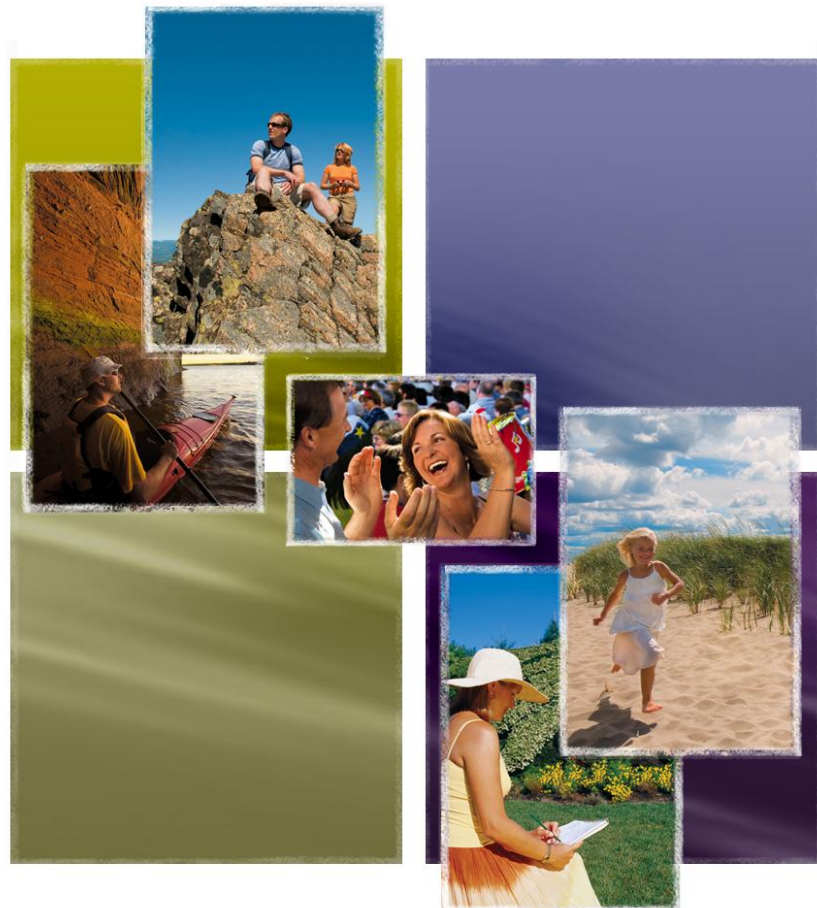


Ministère du
Tourisme et des Parcs

Department of
Tourism and Parks



Orientation du développement de produits 2009-2012

Table des matières

■ Introduction.....	3
■ Analyse de la situation.....	5
■ Orientation du produit.....	8
■ Mise en pratique du produit.....	11

Introduction

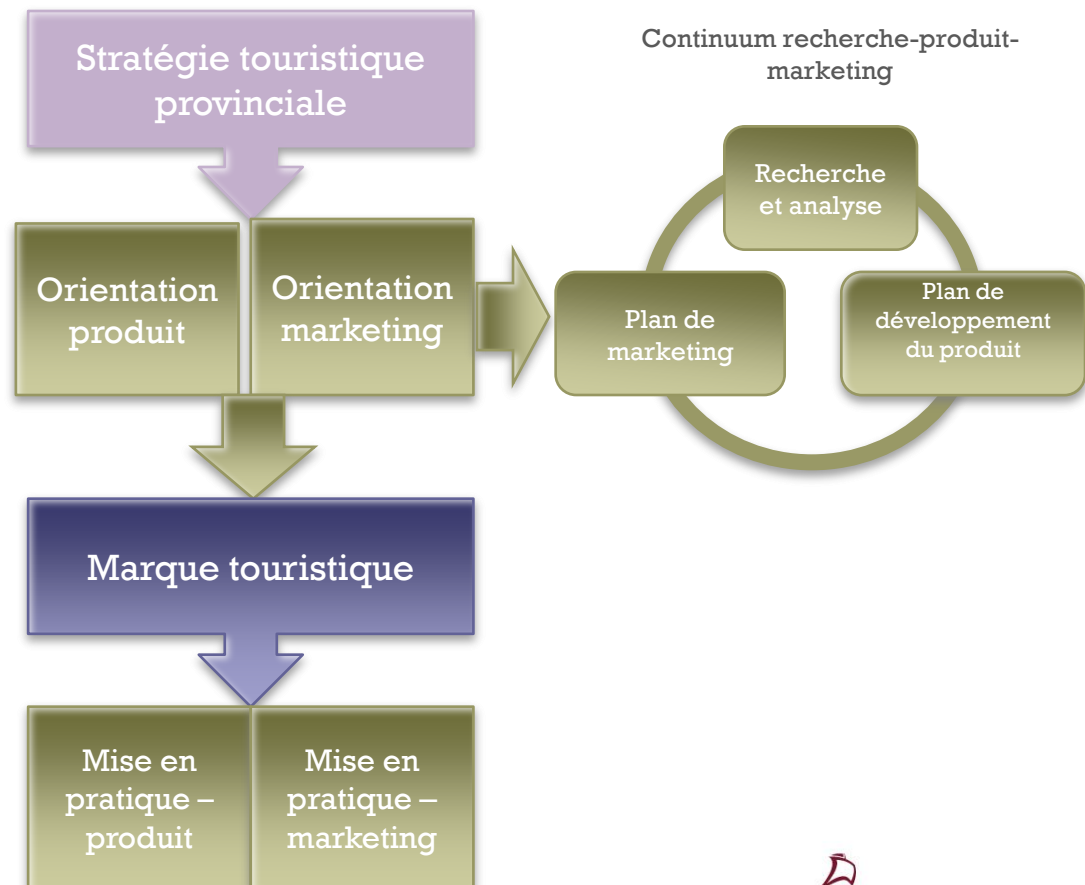
Au Nouveau-Brunswick, comme dans beaucoup de destinations vacances canadiennes, le tourisme est à un tournant. Confrontée à des taux de visite et à des revenus touristiques stagnants ou à la baisse, la province a besoin d'une orientation stratégique fraîche et innovatrice pour ramener l'industrie en mode croissance. Une nouvelle démarche de développement des produits au Nouveau-Brunswick est au cœur de ce renouveau.

À l'automne, 2008, le ministère du Tourisme et des Parcs a entamé un processus global de renouvellement des produits. Le point de départ de ce processus a été l'élaboration d'une nouvelle orientation du développement de produits. S'appuyant sur de la recherche primaire et secondaire, elle a été conçue en consultation avec l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick et des experts en tourisme et produits expérientiels.

Ce document donne un aperçu de la nouvelle orientation du produit.

Relier les pièces

- L'orientation du développement de produits est un élément critique d'une initiative importante en cours au Nouveau-Brunswick pour innover et dynamiser l'industrie touristique de la province.
- L'orientation de produits joue un rôle clé dans le processus de planification stratégique plus étendu. La stratégie touristique provinciale et l'orientation du développement et du marketing de produits sont interreliées et chacune contribuera à un nouveau modèle pour le développement touristique au Nouveau-Brunswick. Ensemble, elles réaliseront un concept global intégré.



Analyse de la situation

Survol de l'état de l'industrie et des exigences des visiteurs

État de l'industrie

- Comme dans le reste de la région et du pays, au Nouveau-Brunswick le taux de visite est stagnant ou à la baisse. Les revenus touristiques demeurent inchangés.
- Plusieurs facteurs contribuent à cette situation nationale, y compris la stagnation des voyages intérieurs, l'augmentation des vacances à la maison, le déclin des arrivées d'Américains et le nivellement des arrivées d'outre-mer.
- Ces problèmes sont attribuable en grande partie à des difficultés qui persistent : les coûts croissants de l'énergie, une sécurité plus contraignante à la frontière américaine et des preuves d'identité plus sévères pour les voyageurs américains qui rentrent chez eux. S'ajoutent à cela les derniers soubresauts de l'économie avec son taux de chômage élevé, l'endettement des consommateurs à la hausse et la crise des hypothèques.
- Vu que le marché des voyages se contracte au Canada, les provinces sont en forte concurrence pour maintenir le niveau des revenus touristiques.
- La concurrence mondiale augmente et il s'ajoute encore plus de destinations dans l'industrie touristique, plus d'options de voyage à faible coût et plus de destinations exotiques qui deviennent accessibles et abordables.

Répondre aux exigences des visiteurs

- Les recherches indiquent que le visiteur moderne est à l'affût d'expériences de voyage authentiques et qu'il choisit ses destinations en conséquence. Si un voyageur peut raconter une histoire fascinante sur son expérience dans cette destination (« le droit de se vanter »), la destination en devient d'autant plus réelle et intégrée, c'est-à-dire que le visiteur devient alors un participant plutôt que d'être un observateur ou un étranger.
- Même si les visiteurs exigent une expérience de qualité, ils s'attendent aussi à ce que le prix soit raisonnable. La valeur perçue de l'argent dépensé joue donc un rôle crucial dans le degré de satisfaction du visiteur et les visites répétées qu'il fera.

Orientation du produit

Nouvelle orientation stratégique pour guider l'élaboration des produits jusqu'en 2012.

Orientation stratégique

AMÉLIORATION DE L'EXPÉRIENCE

Concevoir des expériences touristiques fondées sur l'épanouissement personnel, le mieux-être et le nouveau concept axé sur l'expérience, les VOYAGES-DÉCOUVERTES.

Amélioration de l'expérience

- La nouvelle orientation du produit a pour but de donner au Nouveau-Brunswick un puissant élément de différenciation sur le marché. Elle dépasse le thème du produit expérientiel et donne une nouvelle orientation de marque et un nouveau style marquant dans le développement des produits touristiques canadiens.
- Simple et réalisable, l'approche a le potentiel de plonger les visiteurs dans une expérience touristique. Elle a l'avantage de faire participer le visiteur et de lui faire prendre contact avec la destination de manière mémorable et significative.
- Les expériences d'épanouissement personnel et de mieux-être donnent l'occasion au Nouveau-Brunswick de produire une approche novatrice inédite en développement de produits dont le centre serait la « collection de produits expérientiels » de **Voyages-Découvertes**.
- **Voyages-Découvertes** introduit le concept de produits expérientiels accessibles fondé sur la gamme la plus vaste possible des forces et des atouts du Nouveau-Brunswick.
- L'orientation du produit pour la période de 2009 à 2012 se fonde sur
 - ✦ la création d'ingrédients essentiels de **Voyages-Découvertes** – les composantes de base du produit expérientiel;
 - ✦ l'élaboration d'expériences thématiques à partir du concept général de **Voyages-Découvertes** – la collection d'expériences;
 - ✦ l'établissement de lignes directrices précises pour l'élaboration – les critères de participation et d'inclusion.

Mise en pratique

Les stratégies clés pour livrer des produits selon le concept de l'amélioration de l'expérience – *Voyages-Découvertes*.

Voyages-Découvertes

L'orientation du produit **Voyages-Découvertes** aspire à transformer le Nouveau-Brunswick en une destination qui offre des expériences touristiques significatives. À la fin de leurs vacances au Nouveau-Brunswick, les visiteurs devraient repartir avec un sentiment d'épanouissement personnel et de mieux-être.

Trois modèles de développement ont une importance capitale pour assurer la livraison du concept stratégique des **Voyages-Découvertes**. Ils sont faits pour

- établir des composantes essentielles claires pour le développement d'expériences d'épanouissement personnel;
- améliorer l'offre au moyen d'une collection de produits expérientiels qui fournit au visiteur une sélection unique et irrésistible de produits;
- veiller à la participation et à l'inclusion de partenaires du secteur privé afin d'aider à créer des **Voyages-Découvertes**.



Les composantes de base du produit expérientiel

Plusieurs éléments ajoutent de la crédibilité au concept d'épanouissement personnel : il est authentique, original, accessible, immédiat et tangible. Cependant, pour réussir, il doit reposer sur les composantes de base établies.

Authenticité

Représentations de la vie réelle et de la culture au N.-B.

Qualité

Livré par des spécialistes engageants

Significatif

Établir des rapports avec le visiteur.

Expérientiel

Interactif et pratique

Sensoriel

Facteurs de sensation, goût, toucher qui font participer le visiteur.

Singularité

Des expériences qui se trouvent seulement au N.-B.

La Collection d'expériences

Une collection d'expériences a été créée dans des catégories thématiques à partir des résultats de groupes de discussion et de conseils d'experts en développement de produits. Ces sous-catégories du concept des **Voyages-Découvertes** aideront à redynamiser les possibilités de voyages au Nouveau-Brunswick et à en découvrir de nouvelles.

Défi-action

Il s'agit principalement de produits axés sur l'aventure sécuritaire et la participation physique et créative des consommateurs.

Cultures et coutumes

Il s'agit d'une expérience axée sur la participation interactive et l'exposition au passé historique, au patrimoine, à la musique, aux histoires et aux traditions.

Confort et contemplation

Il s'agit avant tout d'épanouissement personnel dans des établissements d'hébergement spécialisés et de découverte éducative des merveilles naturelles.

Cuisine

Des entreprises du domaine de la restauration ou de l'alimentation proposent aux gens des expériences interactives ou des menus mettant l'accent sur les produits d'ici.

Festivités

Il s'agit de festivals et d'activités ou d'événements festifs qui illustrent le bonheur d'être au Nouveau-Brunswick.

Jeu d'enfant

Il s'agit principalement d'activités amusantes pour les enfants, les adultes ou tous âges confondus.

Appel de la nature

Il s'agit principalement d'activités offrant aux consommateurs l'occasion d'observer et de photographier en toute sécurité la faune terrestre et marine du Nouveau-Brunswick avec l'aide de guides expérimentés.

+ Critères de participation et d'inclusion

Critères de base de la préparation au marché pour tous les produits touristiques (y compris Voyages-Découvertes) :

- En activité depuis au moins une année
- Un site web doté de renseignements à jour pour les visiteurs (d'ici mars 2010)
- Accès public approprié
- Panneaux indicateurs vers le lieu et sur place
- Tous les permis, assurances, codes de pratique et règlements applicables
- *Approuvé Nouveau-Brunswick*, dans le cas d'un établissement d'hébergement
- Dans le cas de réservations exigées (limite par rapport à la taille des groupes), avoir un système de réservation et du personnel bien formé au produit Voyages-Découvertes; préférence accordée aux systèmes de réservation en ligne ou aux systèmes de réponse 24 h (téléphone, courriel, fax ou web).
- Commodités et services sur place ou à proximité
- Toilettes publiques disponibles
- Assurance responsabilité civile (minimum 1 million de dollars).
- Formules de décharge de responsabilité, s'il y a lieu
- Personnel certifié en premiers soins sur place, s'il y a lieu et selon la nature de l'activité
- Taux de change courants, adaptés au marché
- Participation (sur demande) à des tournées provinciales de familiarisation
- Respect des dates limites pour les promotions provinciales ciblées (imprimées ou en ligne)

+ Critères de participation et d'inclusion

Critères additionnels- Voyages-Découvertes :

- L'expérience correspond à une des catégories Voyages-Découvertes.
- L'expérience est à l'image du public cible.
- Point de vente de détail associé à l'expérience (à l'exception des Économusées®)
- Nature participative de l'expérience; animation par un spécialiste (personnel, bénévole ou agent contractuel)
- Définition du « moment signature » du fournisseur
- L'expérience démontre et met en évidence les atouts du Nouveau-Brunswick.
- Expériences :
 - Expériences annuelles; offertes selon un calendrier régulier
 - Expériences estivales et automnales; offertes selon un calendrier régulier de juin à septembre
 - Expériences hivernales; offertes de décembre à mars (selon les conditions météo)
 - Marché à créneaux ou expériences personnalisées : des programmes qui peuvent être offerts en tout temps de l'année.