

Principes directeurs du développement du tourisme au Nouveau-Brunswick

Mars 2010



Principes directeurs du développement du tourisme au Nouveau-Brunswick

Mars 2010



**Principes directeurs du développement
du tourisme au Nouveau-Brunswick**

Mars 2010

Publié par :

Province du Nouveau-Brunswick
Case postale 6000
Fredericton (N.-B.) E3B 5H1

Imprimé au Nouveau-Brunswick

CNB 6994



Table de matières

Introduction.1

Le tourisme au
Nouveau-Brunswick. 2

Les priorités de développement 2

Expériences5

Côtières

Excursions en bateau 5

Plages. 6

Aventures dans les îles 7

Pêche en haute mer. 8

Voile. 9

Surf cerf-volant10

Activités de plein air

Observation de la faune 11

Canot et kayak : canotage et kayak en eau douce et
kayak de mer 12

Cyclisme 13

Randonnée 14

Pêche en eau douce. 15

Motoneige. 16

Ski de fond et raquette 17

Culture, divertissement et patrimoine

Festivals et événements 18

Patrimoine et culture 19

Visites pédestres guidées 21

Cuisine

Produits alimentaires
authentiques et traditionnels 22

Établissements vinicoles 23

Agrotourisme 24

Ateliers culinaires 25

Infrastructure 26

Établissements d'hébergement 26

Terrain de camping 28



Introduction

Les *Principes directeurs du développement du tourisme au Nouveau-Brunswick* déterminent les priorités de développement de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick et orientent l'investissement en fonction de ces priorités. Cette orientation permettra à l'industrie de se développer dans la bonne direction, de répondre à la demande des consommateurs et de bénéficier de partenaires financiers qui soutiennent les initiatives stratégiques. Les Principes directeurs sont conçus pour être utilisés par ceux et celles qui participent à l'industrie touristique néo-brunswickoise : exploitants actuels, nouveaux entrepreneurs, municipalités, associations touristiques, consultants, ministères gouvernementaux et partenaires financiers comme l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) et la Société de développement régional.

Les Principes directeurs encouragent l'investissement stratégique dans le tourisme en vue de générer un effet économique maximal pour les exploitants, l'industrie et la province. Axer l'investissement et les efforts de développement sur les priorités des Principes directeurs favorisera le développement durable, rentable et cohérent du secteur du tourisme afin que l'industrie réponde à la demande des consommateurs et que les partenaires financiers soutiennent des initiatives stratégiques.

Vision

La *Stratégie provinciale du tourisme 2010-2013 – C'est le temps d'agir* voit le Nouveau-Brunswick comme une destination touristique de premier plan au Canada offrant des expériences touristiques de calibre mondial. Par des pratiques de tourisme durable, l'industrie du tourisme demeurera un élément marquant et influent du tissu économique, social et culturel de la province. Voilà la vision que ces principes directeurs nourrissent.

Priorités de développement

Les *Principes directeurs* vont dans le même sens que l'*Orientation du développement de produits* établie par le ministère du Tourisme et des Parcs : ils donnent la priorité au développement du tourisme expérientiel dans des domaines où la demande du marché est la plus forte et la qualité de l'expérience néo-brunswickoise la plus élevée. Cet accent sur le tourisme expérientiel signifie qu'il faut trouver des moyens pour que les visiteurs s'immergent dans la culture et le patrimoine du Nouveau-Brunswick et explorent ses grands espaces, ses communautés, son littoral et son arrière-pays de manière mémorable et significative.

Les *Principes directeurs du développement du tourisme* privilégieront donc quatre secteurs qui feront l'objet de

développement plus poussé : les expériences côtières, les activités en plein air, le trio culture-divertissement-patrimoine et la cuisine. Dans chacun de ces secteurs, 21 types d'activités et d'attractions ont été sélectionnés et bénéficieront d'un développement plus marqué. De plus, les données de recherche montrent que la qualité et le type des établissements d'hébergement disponibles sont des éléments importants pour les visiteurs potentiels qui planifient leurs vacances. L'élévation de la norme des établissements d'hébergement et terrains de camping de la province est aussi une priorité d'investissement pour les prochaines années.

Ces priorités de développement ont été définies par l'évaluation des quatre variables clés suivantes :

- Le potentiel de développement des produits touristiques expérientiels
- La demande dans le marché pour ce type d'expérience
- L'avantage du Nouveau-Brunswick pour un produit comparativement à la concurrence
- Le potentiel d'augmentation de revenu par un investissement dans le secteur

Prestation

En collaboration avec les exploitants touristiques et les organisations de tourisme réceptif, le ministère du Tourisme et des Parcs diffuse des renseignements sur le marché et conçoit des produits touristiques. Le ministère offre aussi des conseils et des évaluations sectoriels dans le cadre de demandes d'aide faites individuellement à des organismes de financement à des fins de développement touristique. Les agences du Réseau Entreprise du Nouveau-Brunswick jouent un rôle principal en matière de développement économique à l'échelle communautaire et sont la source d'information principale sur le développement des entreprises et le financement de projets touristiques.

Les *Principes directeurs du développement du tourisme au Nouveau-Brunswick* sont présentés en ligne à www.gnb.ca/0397. Les coordonnées des personnes-ressources aux agences régionales du Réseau Entreprise sont affichées à <http://www.entreprise-entreprise.ca/fr/>.

Ces Principes directeurs ont été produits par le ministère du Tourisme et des Parcs d'après l'analyse d'une étude du marché actuel¹. Tout comme la *Stratégie touristique provinciale*, les *Principes directeurs du développement* sont conçus pour répondre à la recherche permanente et aux tendances sans cesse changeantes des consommateurs. Le document sera donc mis à jour au besoin.

¹ Lang Research Inc, *Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV) 2006*.

Le tourisme au Nouveau-Brunswick

Le tourisme, c'est du sérieux. Cette industrie représente 6 % des échanges mondiaux de produits et services² et, en 2008, a généré dans le monde entier 944 milliards de dollars en recettes d'exportation³. Au Nouveau-Brunswick, le tourisme est un moteur économique. En 2007, les dépenses dans les secteurs associés au tourisme (hébergement, restaurants, magasinage de vacances, transport et activités touristiques) ont contribué près d'un milliard de dollars à l'économie provinciale. Plus de la moitié de ces dépenses venaient de visiteurs de l'extérieur de la province⁴. Ces dépenses représentent 3,2 % du PIB provincial – soit plus que la part combinée de 3 % que représentent l'agriculture, l'exploitation forestière et la pêche dans le PIB néo-brunswickois⁵. L'importance du tourisme dans l'économie du Nouveau-Brunswick dépasse l'apport de ce secteur dans le PIB national (2,2 %) ⁶.

Les revenus touristiques génèrent des emplois dans toutes les régions de la province. On estime que cette industrie soutient, dans la province, 23 000 années-personnes (équivalents temps plein) d'emploi⁷. Toutefois, le calcul de son importance pour le Nouveau-Brunswick néglige souvent sa contribution à l'amélioration de la qualité de vie des résidents. En plus de créer des emplois, le tourisme assure des recettes fiscales de 100 millions de dollars à la province et de 18 millions aux municipalités, autant d'apports non négligeables qui aident à financer les services publics que la population souhaite et sur lesquels elle compte. N'oublions pas non plus que les événements culturels, les parcs, les sentiers, les activités et les attractions qui attirent les visiteurs dans la province sont aussi appréciés par les Néo-Brunswickois et Néo-Brunswickoises.

2 Organisation mondiale de tourisme, *Facts and Figures: Tourism and the World Economy* (<http://www.unwto.org/facts/eng/economy.htm> [en anglais seulement]) chiffres d'après des données de 2003, (consulté le 18 janvier 2010).

3 Organisation mondiale de tourisme, *Facts and Figures*, (<http://www.unwto.org/index.php>) [en anglais seulement], (consulté le 18 janvier 2010).

4 Source : Statistique Canada, Enquête sur les voyages des résidents du Canada 2007 et Enquête sur les voyages internationaux 2007, citée dans *L'impact économique des dépenses touristiques au Nouveau-Brunswick (2007)*, ministère du Tourisme et des Parcs, Planification stratégique et Politiques, avril 2009, p.2.

5 Ibid.

6 Statistique Canada, *Compte satellite du tourisme du Canada*, octobre 2007, chiffres d'après des données de 2002.

7 Ministère du Tourisme et des Parcs, Planification stratégique et Politiques, *L'impact économique des dépenses touristiques au Nouveau-Brunswick (2007)*, avril 2009, p.2.

Le succès futur de l'industrie touristique néo-brunswickoise dépend de sa capacité à attirer des visiteurs et à satisfaire leurs attentes. Elle doit remporter l'adhésion de nouveaux visiteurs potentiels et séduire ceux voyageant sur la Toile. Quand ils arrivent, le Nouveau-Brunswick doit être en mesure de leur faire vivre une expérience de qualité qui générera des visites répétées. Pour cela, l'industrie du tourisme doit continuellement se rafraîchir, redéfinir sa gamme de produits et lancer de nouvelles expériences touristiques qui satisfont les goûts des consommateurs et mettent en valeur le meilleur de la nature, de la culture et du mode de vie du Nouveau-Brunswick. Les quatre saisons bien distinctes de la région sont porteuses d'un grand potentiel de développement touristique et de stimulation de la croissance économique du secteur.

Les priorités de développement

Une analyse des études de marché existantes donne un certain nombre de résultats qui s'appliquent particulièrement à l'avenir du développement de produits touristiques au Nouveau-Brunswick :

- Une forte demande de voyages expérientiels dans tous les marchés géographiques : les vacances actives, les vacances d'apprentissage, les intérêts précis comme les retraites de yoga, les excursions en canot ou les cours de cuisine, gagnent en popularité depuis 2004.
- Les études de marché indiquent aussi que les intérêts primaires des voyageurs nord-américains et européens correspondent bien à certains des plus grands atouts du Nouveau-Brunswick. Par exemple, les plus grands facteurs motivants et intérêts de voyage sont la nature, les paysages, les activités rattachées à l'océan, les plages, les lieux historiques, les musées et les galeries d'art, les régions rurales et l'agrotourisme, les produits alimentaires et les vins locaux, les festivals et les activités de plein air.
- Il existe un grand potentiel de croissance dans certains secteurs. Dans les marchés clés du Nouveau-Brunswick, on observe par exemple un intérêt croissant pour les activités de plein air comme la randonnée, le canot et le vélo ainsi que pour des activités hivernales comme le ski de fond et la raquette.
- Planification de voyage axée sur une activité : de plus en plus, les voyageurs choisissent leur destination de vacances en fonction de ce qu'ils peuvent y faire, plutôt que de choisir la destination d'abord et de se contenter de ce qui y est offert.

- La majorité des voyageurs commencent leur planification en ligne. Le Nouveau-Brunswick doit donc non seulement concevoir des produits haut de gamme pour répondre à la demande du marché, mais aussi trouver le moyen de présenter toute sa gamme sur le Web.
- Les recherches indiquent aussi que les voyageurs cherchent une masse critique de choses à voir et à faire une fois à destination. Les personnes qui sont attirées par le Nouveau-Brunswick parce qu'elles savent y trouver une activité qui leur plaît – se baigner dans la mer, par exemple –, veulent aussi un éventail d'autres expériences qui rendront leur voyage encore plus intéressant⁸.

S'appuyant sur une analyse sectorielle de l'information sur le marché, le ministère du Tourisme et des Parcs a déterminé 21 expériences touristiques qui seront la cible d'investissement et de développement plus poussés. En plus des besoins d'infrastructure particuliers à chacune de ces activités, un aspect des installations touristiques générales retiendra une attention spéciale : les établissements d'hébergement et les terrains de camping. Les priorités de développement sont réparties selon les catégories suivantes : Expériences côtières, Activités de plein air, Culture, divertissement et patrimoine, Cuisine et Infrastructure.

Expériences côtières

Les expériences côtières sont les activités principales des vacanciers (Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages 2006 [EAPV]). Elles comprennent les activités suivantes :

- Excursions en bateau
- Plages
- Aventures dans les îles
- Pêche en haute mer
- Voile
- Surf cerf-volant

⁸ Ministère du Tourisme et des Parcs, Planification stratégique et Politiques, *A Profile of Cluster 1: An Analysis of New Brunswick Visitors and Markets d'après l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages 2006*, octobre 2007.

Activités de plein air

Depuis longtemps, les activités de plein air sont importantes pour les visiteurs de la province. Il faut s'attendre à ce que cet intérêt augmente à mesure que la population vieillissante devient plus active et que la nature et l'environnement occupent de plus en plus de place. Ces expériences comprennent les activités suivantes :

- Observation de la faune
- Canot et kayak : canotage et kayak en eau douce et kayak de mer
- Cyclisme
- Randonnée
- Pêche en eau douce
- Motoneige
- Ski de fond et raquette

Culture, divertissement et patrimoine

L'histoire et la culture sont deux des secteurs les plus populaires de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick. Plus de 40 % des visiteurs de la province visitent des attractions culturelles et historiques pendant leur voyage. Cette catégorie comprend les activités suivantes :

- Festivals et événements
- Représentations théâtrales
- Visites pédestres guidées

Cuisine

Éléments majeurs d'un voyage, les repas sont une source de revenus considérable. L'étude EAPV 2006 a trouvé qu'aller dans des restaurants qui proposaient des recettes et des ingrédients locaux était la première activité des visiteurs de la province. Les expériences culinaires comprennent les activités suivantes :

- Produits alimentaires authentiques et traditionnels
- Établissements vinicoles
- Ateliers culinaires
- Agrotourisme

Infrastructure

L'accès à des établissements d'hébergement de haute qualité est un élément clé de vacances réussies. La province connaissant une surabondance en matière d'hébergement, la priorité de développement ira à la valorisation de sa capacité actuelle. Aux fins du présent document, l'hébergement est réparti en deux catégories :

- Établissements d'hébergement
- Terrains de camping

Dans les pages suivantes, les priorités de développement décrites ci-dessus seront détaillées par rapport aux points suivants :

Définition	Décrit la portée de chaque priorité de développement et ce qu'elle comprend.
Justification	Explique la raison pour laquelle c'est une priorité de développement pour l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick.
Attentes du consommateur	Énonce, pour chaque secteur de priorité de développement, ce que recherche le visiteur.
Priorités de développement	Précise, à partir des attentes des consommateurs et de l'étude de leurs besoins, les meilleures possibilités de développement.
Besoins régionaux de développement	Met en lumière les besoins de développement, ou l'écart produit-marché, selon les différentes régions de la province.
Autres exigences	Suggère des facteurs à considérer pour assurer un développement stratégique.

Expériences

Type d'expérience : expériences côtières

Excursions en bateau

Définition

- L'exploitation de bateaux à passagers dans les eaux côtières et sur les cours d'eau navigables pour l'observation des baleines, de la faune et du paysage et/ou l'interprétation du patrimoine culturel d'une région donnée. Cette catégorie comprend aussi la location de caravanes flottantes (avec ou sans guide).

Justification de la priorité

- Les excursions en bateau, mises en vedette dans le marketing touristique de la province, sont un produit phare du Nouveau-Brunswick et une expérience typiquement maritime. Le littoral et les cours d'eau de la province sont des éléments majeurs dans l'attraction de visiteurs.
- Les excursions en bateau sur l'océan permettent aux visiteurs de découvrir de très près les marées, les baleines et la faune marine unique à la région. Ces excursions offrent de nombreuses possibilités de produits touristiques expérientiels.
- Autrefois, les cours d'eau intérieurs servaient de routes qui ont, aujourd'hui, une importance historique. Les excursions en bateau en eau douce fournissent également de nombreuses possibilités de produits touristiques expérientiels.

Attentes et profil du consommateur

- Guides expérimentés, panoramas, interprétation de l'histoire locale et des phénomènes naturels.
- Sécurité sur l'eau et à bord, capitaines autorisés et bateaux approuvés par la Garde côtière.
- Les visiteurs qui font des excursions en bateau sont un peu plus âgés et disposent de niveaux de revenus et d'éducation plus élevés. Ils préfèrent des établissements d'hébergement de classe intermédiaire à luxueuse. En vacances, ils aiment la bonne cuisine. Le côté apprentissage du voyage ainsi que l'histoire et la culture de la destination sont très importants pour eux.

Priorités de développement

- Nouveaux bateaux et modernisation des bateaux existants, y compris améliorations structurelles et mécaniques permettant l'exploitation efficace et conforme aux normes de Transports Canada et de la Garde côtière.
- Amélioration des accès faciles (sans obstacles).
- Programmes d'interprétation.
- Commodités et services (toilettes, stationnement, panneaux de direction, accessibilité, etc.).
- Quais, installations d'amarrage et modernisation ou agrandissement des infrastructures pour les bâtiments d'accueil.
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.

Besoins de développement dans les régions

- Le développement est nécessaire dans toute la province. Cependant, l'accent sera mis sur la baie des Chaleurs, sur les rivières Restigouche, Tobique, Sainte-Croix et sur le fleuve Saint-Jean.
- On considère que le marché de l'observation des baleines dans la baie de Fundy est développé à pleine capacité. Les nouveaux venus ne seront donc pas encouragés. Pour la même raison, les exploitants existants ne seront considérés que pour des améliorations. Les agrandissements ne seront pas acceptés.
- L'observation des baleines sur les côtes nord et est du Nouveau-Brunswick sera considérée.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le Service canadien de la faune, le ministère de l'Environnement, les organismes non gouvernementaux, le ministère des Ressources naturelles, le ministère des Pêches et des Océans Canada et le ministère de l'Agriculture et de l'Aquaculture et le ministère des Pêches.

Type d'expérience : expériences côtières

Plages

Définition

- Plages d'eau salée ou d'eau douce adaptées à la baignade ou à la découverte. Les plages de découverte ont un potentiel limité de baignade ou de navigation de plaisance, mais offrent des possibilités intéressantes d'activités au bord de la mer comme le ramassage de coquillages, l'observation d'oiseaux, les pique-niques, la marche.

Justification de la priorité

- Les plages d'eau de mer adaptées à la baignade font partie des éléments qui incitent le plus fortement les Canadiens à visiter le Nouveau-Brunswick. Une journée au bord de mer est au premier rang des activités des visiteurs de la province.
- L'accès par la plage aux plages de découverte est une opportunité pour le segment de l'écotourisme. Ces plages constituent une activité extraordinaire pour les personnes en quête d'une expérience sereine et naturelle.

Attentes et profil du consommateur

- Plages accessibles et de haute qualité pour la baignade, l'observation de la nature, la marche et la découverte.
- Plages pas trop fréquentées offrant des services et des commodités.
- Panorama et milieu côtier offrant un cadre naturel et photogénique.
- Les visiteurs des plages ont tendance à être un peu plus jeunes que la moyenne. Ils ont un bon niveau d'éducation. Ils se situent au-dessus de la moyenne en ce qui a trait au camping et à la pratique d'activités de plein air (vélo, randonnée), et affichent aussi de nombreux intérêts, notamment pour l'histoire et la culture, les festivals et les représentations théâtrales. Aller dans des restaurants qui servent des recettes et des ingrédients locaux est aussi très important pour ce segment de consommateurs.

Priorités de développement

- Expositions ou panneaux d'interprétation à thème éducatif sur des espèces animales spéciales ou rares, ou des phénomènes naturels géologiques ou biologiques sur place.
- Commodités et services modestes (toilettes, stationnement, panneaux de direction, accessibilité, etc.).
- Mesures de nettoyage des plages et de la côte.
- Modernisation de l'infrastructure des installations pour visiteurs (tables de pique-nique, bancs, poubelles, accès facile, promenades ou trottoirs en bois, clôtures de protection des dunes, etc.).

Besoins de développement dans les régions

- Travaux d'aménagement dans tous les sites de dunes et de plages de découverte identifiés comme étant prioritaires par le ministère du Tourisme et des Parcs. Un inventaire complet des dunes et plages de découverte est disponible auprès du ministère.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère des Pêches et des Océans du Canada, le ministère de l'Environnement, le ministère des Ressources naturelles, les organismes non gouvernementaux, le Service canadien de la faune et le ministère de l'Agriculture et de l'Aquaculture et le ministère des Pêches.

Type d'expérience : expériences côtières

Aventures dans les îles

Définition

- Les aventures dans les îles englobent les activités dans les îles de la baie de Fundy (c.-à-d., Campobello, Deer et Grand Manan) et celles de la Péninsule acadienne (Miscou et Lamèque).
- La priorité initiale ira à la conception d'une visite libre en vélo des trois îles de la baie de Fundy. Cette excursion mettra l'accent sur les attributs uniques et la diversité des îles et pourra inclure l'exploration du littoral et des paysages naturels, l'observation de la faune et la découverte des villages côtiers.
- Le concept de cette visite des trois îles pourra être élargi jusqu'à ajouter des liens entre les îles (excursion en bateau, kayak de mer, etc.).
- Toutes les autres initiatives de développement touristique expérientiel mettant en valeur les attributs uniques des îles (conformément aux autres secteurs de priorité de ce guide) seront encouragées.

Justification de la priorité

- Les produits de cyclotourisme (prêts à vendre) qui fonctionnent ont une thématique géographique très forte (cyclotourisme dans la région viticole du Niagara, dans la vallée Annapolis de la Nouvelle-Écosse, etc.). Les îles de la baie de Fundy offrent un thème géographique puissant et unique en Amérique du Nord.
- Les îles conviennent bien à un produit de cyclotourisme.
- La conception de cette visite ouvre la voie à de nombreuses possibilités de participation du secteur privé (hébergement, transport, nourriture et boissons).
- Les cyclistes figurent parmi les visiteurs de la province les plus éduqués. Ils ont en majorité moins de 45 ans et tendent à faire beaucoup d'activités en plein air (ils sont au-dessus de la moyenne pour la randonnée, la baignade et le kayak). Bien que très portés sur le plein air, ils affichent aussi de l'intérêt pour la nature, la culture, l'histoire et la table. Les cyclistes peuvent très bien voyager seuls en plein air et leur large éventail d'intérêts en fait des candidats parfaits pour ce produit.

Attentes de la clientèle

- Expérience propre aux îles, introuvable sur le continent.
- Accès aux îles et service régulier de traversier.
- Routes et sentiers convenant à la circulation en vélo.
- Établissements d'hébergement et restauration adéquats.
- Cartes, guides, location de vélos et services de réparation.

Priorités de développement

- Cartes des sentiers et guides.
- Location de vélos et services de réparation.
- Programmes d'interprétation sur les lieux.
- Panneaux éducatifs sur l'histoire marine et naturelle de l'île pour les visites sans guide.
- Expériences fondées sur les attributs uniques de l'île (flore, faune, phénomènes ou formations géologiques).
- Études de marché potentiel et de produit pour explorer d'autres possibilités de développement.

Besoins régionaux de développement

- Limité aux îles Deer, Campobello, Grand Manan, Miscou et Lamèque.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère des Pêches et des Océans du Canada, le ministère de l'Environnement, le ministère des Ressources naturelles, les organismes non gouvernementaux et le ministère de l'Agriculture et de l'Aquaculture et le ministère des Pêches.

Type d'expérience : expériences côtières

Pêche en haute mer

Définition

- Sorties de pêche en haute mer nolisées ou à horaires réguliers. Il s'agit plutôt de pêche récréative (non experte), adaptée à la famille.

Justification de la priorité

- La pêche en haute mer est une des activités les moins développées au Nouveau-Brunswick par rapport au reste des Maritimes.
- La pêche en haute mer peut attirer un marché large. Ce type de pêche utilise du matériel classique (cannes à pêche et moulinets) et plaît au marché de la pêche récréative en eau douce (ce qui peut comprendre les familles).
- Elle offre une expérience typiquement maritime et un potentiel très élevé en matière de conception d'éléments expérientiels et de prolongement de la durée des séjours.

Attentes et profil du consommateur

- Sécurité sur l'eau et à bord, capitaines autorisés et bateaux approuvés par la Garde côtière.
- Fourniture du matériel de pêche, d'équipement contre la pluie, de gilets de sauvetage et d'appâts.
- Possibilité raisonnable de pêcher un poisson d'océan comestible. Nettoyage et emballage des prises.
- Les visiteurs qui ont participé à une sortie de pêche en haute mer affichent un intérêt bien au-dessus de la moyenne pour les plages océaniques. Ce type d'expérience correspond donc très bien à la côte Est. L'intérêt de ces visiteurs pour le camping est légèrement au-dessus de la moyenne, mais se situe en dessous de la moyenne pour ce qui est des forfaits de vacances. Par contre, les restaurants offrant de la cuisine locale et les cafés-terrasses suscitent auprès d'eux un intérêt très au-dessus de la moyenne.

Priorités de développement

- Nouveaux bateaux et modernisation des bateaux existants, y compris améliorations structurelles et mécaniques permettant l'exploitation efficace et conforme aux normes de Transports Canada et de la Garde côtière.
- Commodités et services (toilettes, stationnement, panneaux de direction, accessibilité, accès facile, etc.).
- Quais, installations d'amarrage et débarcadères.
- Programmes d'interprétation.
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.

Besoins régionaux de développement

- Occasions de développement dans les régions du littoral de Fundy et de la côte Est. La priorité ira à la côte Est.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère des Pêches et des Océans du Canada et le ministère de l'Environnement.

Type d'expérience : expériences côtières

Voile

Définition

- Cours de voile, croisières ou départs en mer réguliers ou nolisés (pas de location).

Justification de la priorité

- Faire de la voile en mer est une activité unique aux Maritimes. Ce type d'expérience est offert à l'Île-du-Prince-Édouard et en Nouvelle-Écosse, mais pas au Nouveau-Brunswick (à part les excursions d'observation de baleines).
- Bien que le marché soit relativement petit, le potentiel de développement expérientiel est élevé. Les possibilités de prolongation de la durée de séjour sont, quant à elles, très élevées, surtout dans le cas des cours de voile.
- Au Nouveau-Brunswick, en matière de voile, la région de Moncton et de Shediac est un pivot. Elle offre une population de base très importante, tant en ce qui concerne la population résidente, que la longueur des séjours des visiteurs et le nombre des gens de passage.
- Depuis longtemps, faire de la voile dans le Bas-Saint-Jean attire des visiteurs du monde entier. Un développement plus poussé de cette expérience est porteur d'un potentiel de revenus accrus.

Attentes et profil de la clientèle

- Sécurité sur l'eau et à bord, capitaines autorisés et bateaux approuvés par la Garde côtière.
- Instructeurs qualifiés, bateaux appropriés et programme organisé dans le cas des cours de voile.
- Les visiteurs qui ont fait de la voile ont tendance à être plus jeunes et à avoir un niveau d'éducation très élevé. Leur intérêt pour les expériences culinaires, le tourisme vinicole, le kayak de mer, les festivals et les événements se situe au-dessus de la moyenne. Il descend sous la moyenne pour ce qui est du camping et des forfaits de vacances.

Priorités de développement

- Modernisation des bateaux, y compris améliorations structurelles et mécaniques permettant l'exploitation efficace et conforme aux normes de Transports Canada et de la Garde côtière.
- Commodités et services (toilettes, stationnement, panneaux de direction, accessibilité, accès facile, etc.).
- Quais, installations d'amarrage et débarcadères.
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.

Besoins régionaux de développement

- Occasions de développement dans les régions de la baie des Chaleurs, du littoral Est et de Fundy. La priorité sera donnée à la région de Shediac.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère des Pêches et des Océans du Canada et le ministère de l'Environnement.

Type d'expérience : expériences côtières

Surf cerf-volant

Définition

- Pratique, cours et location de matériel de surf cerf-volant.

Justification de la priorité

- Le surf cerf-volant est une expérience complémentaire au produit « plage de la côte Est ».
- Cette activité attire beaucoup le segment plus jeune et plus actif du marché de la plage.
- Le Nouveau-Brunswick possède des conditions favorables uniques pour le surf cerf-volant et commence à se bâtir une réputation pour ce sport.

Attentes et profil de la clientèle

- Équipement bien entretenu et de haute qualité et solides protocoles de sécurité.
- Instructeurs et exploitants qualifiés.
- Les visiteurs qui ont pris part à ces activités ont tendance à être plus jeunes et à s'intéresser énormément aux plages au bord de l'océan, à la randonnée et au vélo. Leur intérêt pour les restaurants qui proposent de la cuisine locale se situe au-dessus de la moyenne, mais descend sous la moyenne pour ce qui est de l'art, de l'artisanat et de l'histoire.

Priorités de développement

- Nouveau matériel et améliorations du matériel existant.
- Commodités et services (toilettes, stationnement, panneaux de direction, accessibilité, accès facile, etc.).
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.

Besoins régionaux de développement

- Occasions de développement dans la région du littoral nord-est de la province, où les conditions sont considérées adéquates.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère des Pêches et des Océans du Canada et le ministère de l'Environnement.

Type d'expérience : activités de plein air

Observation de la faune

Définition

- Toute activité ayant trait à l'observation de la vie animale dans son milieu naturel, telle que l'avitourisme (observation des oiseaux), l'observation des baleines, des phoques, des orignaux et des ours.

Justification de la priorité

- Plus de 20 % des visiteurs du Nouveau-Brunswick sont très intéressés par la faune. Ce chiffre est appelé à augmenter à mesure que l'intérêt de la société pour la nature et l'environnement grandit. Le tourisme de nature est l'un des segments qui connaissent la croissance la plus rapide dans le marché touristique américain.
- La faune est une des forces des produits de nature du Nouveau-Brunswick.
- La province offre des expériences uniques d'observation de la faune.

Attentes et profil de la clientèle

- Visites guidées et autonomes riches en apprentissages et cadre naturel et intact.
- Possibilité de voir et photographier des animaux sauvages et des espèces rares dans leur habitat.
- Commodités et services sur place ou à proximité (établissements d'hébergement, restaurants, carburant, abris à pique-nique, toilettes, etc.)
- Les visiteurs qui observent les animaux s'intéressent à tous les aspects de la nature. Ils se situent nettement au-dessus de la moyenne pour ce qui est de l'observation de la faune marine, des oiseaux et de la flore. Ces visiteurs sont un peu plus âgés et préfèrent des installations haut de gamme. S'ils aiment moins les activités balnéaires et récréatives, ils accordent une extrême importance à la table. Leur taux de fréquentation des attractions culturelles et historiques dépasse de loin les taux moyens. La proximité des restaurants et des attractions culturelles et historiques est très importante.

Priorités de développement

- Diversification des pourvoiries (hébergement) pour répondre aux besoins des passionnés de la nature.
- Programmes d'interprétation et tours guidés sur terre et sur l'eau.
- Formation de personnel guide et interprète.
- Aménagement de sentiers avec cartes, panneaux de direction, plates-formes et postes d'observation.
- Diversification des exploitations existantes pour offrir des expériences et visites d'observation de la faune.
- Amélioration des accès faciles (sans obstacles).
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.

Besoins régionaux de développement

- Travaux d'aménagement pour l'observation de la faune dans toutes les régions de la province.
- Pour l'avitourisme, répertoire des sites disponible auprès du ministère du Tourisme et des Parcs.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère des Ressources naturelles, le Service canadien de la faune et le ministère de l'Environnement.

Type d'expérience : activités de plein air

Canot et kayak : canotage et kayak en eau douce et kayak de mer

Définition

- Utilisation de petites embarcations mues à la pagaie, qui sont louées avec ou sans guide à des fins d'enseignement, d'observation de la faune et du paysage, de pêche ou d'interprétation du patrimoine culturel d'une région particulière. Comprend les exploitations avec installations de mise à l'eau et de randonnée pour les visiteurs qui possèdent leur propre canot ou kayak.

Justification de la priorité

- Au Nouveau-Brunswick, le segment du kayak de mer est moins développé par rapport au reste des Maritimes. Le tourisme de la province devrait pouvoir faire vivre plusieurs autres entreprises de ce type.
- Le canotage et le kayak sur les voies navigables intérieures (eau douce) sont pratiquement inexploités. Le potentiel économique de ce type de tourisme est donc considérable. C'est une activité de plein air familiale relativement facile et un facteur de motivation pour un grand nombre de visiteurs potentiels.
- Les cours d'eau du Nouveau-Brunswick offrent d'excellentes possibilités de canotage et de kayak, adaptées aux familles, aux débutants et aux experts.
- Ces activités sont porteuses d'un grand potentiel de développement de produits touristiques expérientiels à valeur ajoutée.

Attentes et profil de la clientèle

- Possibilité de location de matériel neuf et bien entretenu, équipement de sécurité nautique et formation.
- Guides et instructeurs accrédités possédant une connaissance historique et locale des marées et des cours d'eau.
- Cartes des itinéraires et guides de canotage sérieux.
- Panoramas, circuits en rivière et sur lac, excursions d'une journée et expéditions de plusieurs jours en pleine nature, choix d'eaux calmes et d'eaux vives de niveau facile à modéré, excursions à terre et observation de la faune.
- Les visiteurs qui pratiquent le canot ou le kayak en vacances possèdent un bon niveau d'éducation, participent beaucoup à d'autres activités de plein air (baignade, randonnée, vélo) et s'intéressent à tous les aspects du plein air et de la nature. Ils se situent

au-dessus de la moyenne en matière de camping et aiment aller au restaurant (établissements de quartier et haut de gamme). Ils ont un large éventail d'intérêts, notamment les galeries d'art, le théâtre et les attractions historiques.

Priorités de développement

- Interprétation et établissement d'itinéraires.
- Formation de l'industrie en interprétation de la nature, accompagnement, assurance et planification de la gestion des risques.
- Aménagement de campings sauvages (non commerciaux) avec toilettes ou fosses d'aisance, emplacement pour feu de camp, abri, tables de pique-nique, etc.
- Installations de mise à l'eau dotées de divers services : toilettes, stationnement, panneaux indicateurs, voies carrossables.
- Formation de partenariats entre les entreprises qui proposent les expériences et des établissements d'hébergement ou des terrains de camping.
- Services de navette et équipement de canotage et de kayak comprenant bottes, pagaies et gilets de sauvetage.
- Modernisation ou agrandissement des infrastructures pour les bâtiments d'accueil et l'équipement.
- Diversification ou expansion des services de pourvoirie pour offrir des expériences de canot ou kayak.
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.

Besoins régionaux de développement

- Modernisation ou amélioration des exploitations (eau douce et salée) et des installations existantes de toute la province.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le Service canadien de la faune, Transports Canada, le ministère de l'Environnement, les organismes non gouvernementaux, le ministère des Ressources naturelles, le ministère des Pêches et des Océans Canada, le ministère de l'Agriculture et de l'Aquaculture et le ministère des Pêches.

Type d'expérience : activités de plein air

Cyclisme

Définition

- Location de vélos ou visites guidées ou libres à vélo dans des sentiers cyclables interdits aux véhicules motorisés ou des voies désignées dans des routes provinciales ou des chemins municipaux.

Justification de la priorité

- Le vélo est très populaire dans les régions des marchés clés de la province.
- Le cyclotourisme est un secteur pratiquement inexploité au Nouveau-Brunswick par rapport au reste des Maritimes. La Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Édouard ont créé beaucoup plus d'itinéraires cyclables et ont commercialisé leur produit dans le marché touristique américain. La géographie et le paysage variés du Nouveau-Brunswick et les installations qu'il possède offrent un grand potentiel de développement d'une industrie cyclotouristique rentable.

Attentes et profil de la clientèle

- Locations et réparations de vélo, services de navette, cartes d'itinéraires et visites guidées et libres.
- Pistes cyclables panoramiques, hors du commun et ayant accès aux commodités.
- Les cyclistes font partie des visiteurs de la province qui ont le plus haut niveau d'éducation. La majorité d'entre eux ne dépasse pas 45 ans et la moitié gagne un revenu du ménage de plus de 80 000 \$ par an. Ce sont des passionnés du camping et des activités de plein air (au-dessus de la moyenne pour la randonnée, la baignade, le kayak et le ski). Bien qu'ils soient très actifs à l'extérieur, ils portent un intérêt bien au-dessus de la moyenne pour les visites d'établissements vinicoles, les représentations théâtrales et les repas dans des restaurants de cuisine locale.

Priorités de développement

- Visites guidées avec itinéraires d'une ou de plusieurs journées et programmes autonomes d'une ou de plusieurs journées pour cyclistes indépendants.
- Mise en place de nouveaux sentiers et entretien de ceux existants conformément à la stratégie du Conseil Sentiers Nouveau-Brunswick et des directives et politiques mises en avant par la stratégie de gestion des sentiers du Nouveau-Brunswick (s'il y a lieu).
- Accès à des commodités dans les sentiers (stationnement, toilettes, panneaux de direction, etc.) et routes d'accès aux services (hébergement, alimentation, attractions, services généraux, etc.).
- Location de vélo et services de navette.
- Interprétation et établissement d'itinéraires.
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.
- Promotion des possibilités de cyclisme au Nouveau-Brunswick et présentation de la province en tant que destination de cyclisme.

Besoins régionaux de développement

- Travaux d'aménagement dans toutes les régions de la province. Toutefois, les priorités iront à l'amélioration des expériences offertes dans les itinéraires existants et dans ceux proposés par le plan directeur du Conseil Sentiers Nouveau-Brunswick, dans le Sentier transcanadien ou dans les réseaux de sentiers interdits aux véhicules motorisés des communautés locales.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le Conseil Sentiers Nouveau-Brunswick, le ministère des Ressources naturelles, le ministère de l'Environnement, le ministère des Transports, le ministère de la Sécurité publique, la Fédération des clubs de motoneige du Nouveau-Brunswick, la Fédération des véhicules tout-terrain du Nouveau-Brunswick, les groupes de sentiers locaux, les municipalités et les propriétaires de terrains privés.

Type d'expérience : activités de plein air

Randonnée

Définition

- Randonnée, longue randonnée pédestre, sentiers de randonnées, services destinés aux randonneurs et fournisseurs de visites guidées et libres.

Justification de la priorité

- La randonnée est très populaire et constitue la deuxième activité préférée après la baignade chez les visiteurs de la province et chez tous les voyageurs des marchés cibles du Nouveau-Brunswick.
- Étant donné son emplacement à l'extrémité nord des Appalaches, ses grands espaces naturels, ses paysages ruraux et côtiers attrayants et son réseau de sentiers, la province est bien positionnée pour devenir une destination de randonnée.
- Par rapport aux autres provinces des Maritimes, la province n'est pas encore une destination de randonnée développée. La Nouvelle-Écosse, notamment, offre un produit beaucoup plus diversifié et perfectionné. Le Nouveau-Brunswick est donc négligé par le lucratif marché touristique américain.
- Le tourisme pédestre se prête bien au développement complémentaire de produits touristiques expérientiels à valeur ajoutée (établissements d'hébergement aux points de départ des sentiers, cuisine locale, interprétation guidée, divertissements après la randonnée et soins au spa).

Attentes et profil de la clientèle

- Visites guidées et libres.
- Variété de sentiers bien définis et sûrs possédant les commodités essentielles et des vues uniques ou spectaculaires.
- Les visiteurs qui font de la randonnée se situent au-dessus de la moyenne en matière de camping. Bien qu'ils affichent un intérêt au-dessus de la moyenne pour la nature et les activités en plein air, ils s'intéressent aussi beaucoup aux expériences culturelles et historiques. Ils visitent des villages historiques, des galeries d'art et des musées à des taux supérieurs à la moyenne et sont en tête de tous les segments du point de vue de la fréquentation des restaurants qui offrent de la cuisine et des recettes locales. C'est un groupe qui a généralement un bon niveau d'éducation et des revenus supérieurs à la moyenne. Ils ont beaucoup voyagé et voyagent souvent.
- La majorité des gens qui font de la randonnée pendant leurs vacances ou qui planifient ce genre de vacances préfèrent les randonnées d'une journée plutôt que

des longues excursions sac au dos. Ils vont chercher une destination où il est possible de faire une randonnée par jour, avec une bonne douche et un bon repas à la fin de la journée. Le marché des randonnées sac au dos est plus petit, mais non négligeable.

Priorités de développement

- Visites guidées avec itinéraires d'une journée ou de plusieurs jours.
- Expériences non guidées d'une journée ou de plusieurs jours pour les randonneurs indépendants.
- Mise en place de nouveaux sentiers et entretien de ceux existants conformément à la stratégie du Conseil Sentiers Nouveau-Brunswick et des directives et politiques mises en avant par la stratégie de gestion des sentiers du Nouveau-Brunswick (s'il y a lieu).
- Accès à des commodités dans les sentiers (stationnement, toilettes, panneaux de direction, tabliers de tente, abris, établissements d'hébergement, etc.).
- Routes d'accès aux services (hébergement, alimentation, attractions, services généraux, etc.).
- Interprétation et établissement d'itinéraires.
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Formation technologique, mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.
- Promotion des possibilités de randonnée au Nouveau-Brunswick et présentation de la province comme destination de randonnée.

Besoins régionaux de développement

- Travaux d'aménagement dans toutes les régions de la province. Toutefois, les priorités iront à l'amélioration des expériences offertes dans les itinéraires existants et dans ceux proposés par le plan directeur du Conseil Sentiers Nouveau-Brunswick, dans le Sentier transcanadien ou dans les réseaux de sentiers interdits aux véhicules motorisés des communautés locales.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le Conseil Sentiers Nouveau-Brunswick, le ministère des Ressources naturelles, le ministère de l'Environnement, le ministère des Transports, le ministère de la Sécurité publique, la Fédération des clubs de motoneige du Nouveau-Brunswick, la Fédération des véhicules tout-terrain du Nouveau-Brunswick, les groupes de sentiers locaux, les municipalités et les propriétaires de terrains privés.

Type d'expérience : activités de plein air

Pêche en eau douce

Définition

- Pêche libre (résidents du Nouveau-Brunswick seulement) ou guidée, dans les rivières et les cours d'eau intérieurs et côtiers. Différents types de pêche : pêche avec remise à l'eau, pêche pour sa propre consommation et activités complémentaires rattachées à la pêche (leçons).

Justification de la priorité

- La pêche en eau douce est une des activités de plein air les plus populaires dans les principaux marchés de la province. Elle se classe au-dessus du vélo, du golf et du canotage sur le plan de la participation à des voyages avec nuitées.
- Le Nouveau-Brunswick offre des possibilités de pêche en eau douce de calibre mondial.

Attentes et profil de la clientèle

- Des espèces disponibles en pêche sportive au simple poisson.
- Location de matériel et de bateau, lieux de mise à l'eau avec installations de soutien.
- Guides autorisés, matériel neuf et bien entretenu, sécurité nautique.
- Contrairement aux visiteurs qui font de la pêche en mer, ceux qui pratiquent la pêche en eau douce ne sont pas forcément intéressés par les autres produits touristiques du Nouveau-Brunswick. Ils se situent en dessous de la moyenne pour les plages d'océan, les visites de villages historiques, les repas dans des restaurants locaux et pratiquement pour toutes les activités en plein air. Les pêcheurs en eau douce vont en vacances pour pêcher. Ils recherchent plus de voyages organisés que tout autre segment. Toutefois, si un casino est à proximité, ils auront plus tendance à s'y arrêter que d'autres segments.

Priorités de développement

- Programmes d'interprétation et de renseignement.
- Installations de mise à l'eau dotées de divers services : toilettes, stationnement, panneaux indicateurs, voies carrossables.
- Partenariats entre les exploitations qui offrent les activités et les établissements d'hébergement et les terrains de camping.
- Services de navette.
- Matériel de pêche et locations de bateau, remorques, cannes, matériel de bateau, rames, gilets de sauvetage.
- Diversification des services de pourvoirie pour offrir des expériences de pêche.
- Installations de pêche sur la glace.
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.

Besoins régionaux de développement

- Travaux d'aménagement partout dans la province, mais surtout sur les cours d'eau suivants : Miramichi, Restigouche, Tobique, Sainte-Croix et Saint-Jean. En haute mer : baie de Fundy, détroit de Northumberland.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter l'Association des guides professionnels du Nouveau-Brunswick, le ministère des Pêches et des Océans du Canada, le ministère des Ressources naturelles et le ministère de l'Environnement.

Type d'expérience : activités de plein air

Motoneige

Définition

- Produit touristique consistant en des randonnées par les visiteurs ou les résidents dans le réseau de sentiers de la Fédération des clubs de motoneige du Nouveau-Brunswick.

Justification de la priorité

- Le secteur de la motoneige va de pair avec la saison touristique hivernale au Nouveau-Brunswick. Le développement du tourisme d'hiver est la clé de la mise en valeur du Nouveau-Brunswick comme destination de vacances à l'année.
- On note un intérêt considérable pour la motoneige dans la région et un potentiel de croissance dans le marché américain.
- Les touristes motoneigistes représentent une source importante de revenus pendant l'hiver pour les hôtels, restaurants, chalets et postes d'essence.

Attentes du consommateur

- Diversité de paysages pittoresques en milieux naturels, éloignés et accessibles.
- Commodités et services (établissements d'hébergement, restaurants, postes d'essence, abris, etc.) en bordure des sentiers ou accessibles par les sentiers.
- Établissements d'hébergement de qualité et à prix abordables pouvant répondre aux besoins particuliers des touristes motoneigistes.
- Réseau de sentiers bien aménagés, non encombrés, régulièrement damés et entretenus, bien signalisés et disposant de postes d'essence raisonnablement espacés.
- Usage exclusif du sentier.
- Carte détaillée du réseau provincial de sentiers de motoneige facile à lire (en ligne et imprimée).

Priorités de développement

- Activités de motoneige sécuritaires (formation, élaboration de nouveaux programmes), refuges d'urgence.
- Achat de motoneiges pour la location et formation de personnel pour randonnées guidées.
- Damage des sentiers – achat et entretien d'équipement.
- Développement et entretien des sentiers de motoneige.
- Remplacement, entretien et installation de panneaux de signalisation sur les sentiers de motoneige.
- Marketing dans le nord-est des États-Unis, en plus de la publicité au Québec et dans la région.
- Création d'entreprises de soutien pour visiteurs motoneigistes ou expansion d'entreprises existantes (ateliers de réparations, aires de repos, magasins, postes à essence, vendeurs, établissements d'hébergement, attractions) et développement et entretien des sentiers qui mènent à ces entreprises.
- Stationnement de nuit pour motoneiges, entre autres aux établissements d'hébergement.
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.

Besoins régionaux de développement

- L'amélioration des produits rattachés à la motoneige est nécessaire dans toutes les régions de la province où la couverture de neige est adéquate. Priorité aux sentiers du réseau provincial et de l'Odyssée dans le Nord, suivis des sentiers régionaux et communautaires, selon les résultats de la recherche.

Autres exigences

- Tous les travaux d'aménagements doivent être administrés par la Fédération des Clubs de Motoneige du Nouveau-Brunswick.
- Il peut être nécessaire de consulter les propriétaires de terrains privés, le ministère des Transports et le ministère des Ressources naturelles.

Type d'expérience : activités de plein air

Ski de fond et raquette

Définition

- Les produits touristiques de ski de fond et de raquette consistent en des randonnées dans des sentiers damés et des excursions guidées ou libres. Ils comprennent aussi les installations et les services nécessaires pour assurer les expériences de ski de fond et de raquette aux touristes.

Justification de la priorité

- Le ski de fond représente un marché potentiellement élevé pendant l'hiver, une saison où le besoin de locations additionnelles de chambres est grand, surtout dans les centres non urbains. L'EAPV 2006 indique qu'au cours des deux dernières années, 6,9 % des Canadiens adultes ont fait du ski de fond ou de la raquette à l'occasion d'une escapade d'une nuitée ou plus. Ce chiffre dépasse le segment de la motoneige.
- Un tiers des personnes qui pratiquent le ski de fond ou la raquette ont indiqué que cette activité était la raison principale d'au moins un voyage.
- Le Québec, à la frontière du Nouveau-Brunswick, est plus grand marché canadien en matière de tourisme de ski de fond et de raquette.
- En raison de sa géographie, son climat, sa culture et sa situation, le Nouveau-Brunswick peut facilement profiter du marché lucratif des vacances de raquette et de ski de fond. La province compte aussi un éventail de chalets et d'auberges qui pourraient élargir leur clientèle aux skieurs de fond et raquetteurs.
- Ce marché touristique possède un grand potentiel, mais reste inexploité au Nouveau-Brunswick. La province compte plusieurs installations de raquette et de ski de fond. Elles accueillent en grand nombre des gens de la région qui y viennent à des fins récréatives, mais il faudrait d'autres aménagements pour bâtir une industrie du tourisme de ski de fond et de raquette.

Attentes de la clientèle

- Variété de sentiers sûrs et bien entretenus, de différentes longueurs, avec des paysages uniques et des établissements d'hébergement confortables et bien situés.
- Usage exclusif des sentiers (c.-à-d., non partagés avec les motoneigistes ou les marcheurs).
- Commodités et services essentiels à distance raisonnable des sentiers.

- Centres de ski offrant du stationnement, des services de restauration, des vestiaires et autres installations.
- Activités culturelles hors sentiers.
- Les personnes qui font du ski de fond de la raquette ont des revenus élevés, un haut niveau d'éducation et voyagent souvent. En voyage, elles s'adonnent fréquemment à des activités de plein air, mais aussi à des passe-temps culturels et récréatifs. Ce sont de grands consommateurs de produits comme les festivals cinématographiques et littéraires, les représentations théâtrales et les expériences culturelles autochtones, le lèche-vitrine, les repas, les visites de lieux historiques, de musées et de galeries d'art. Par rapport au vacancier canadien moyen, ils sont deux ou trois fois plus susceptibles de participer à des activités expérientielles ou éducatives.
- Selon l'EAPV, au cours des deux dernières années, par rapport au vacancier canadien moyen, ces personnes ont été particulièrement susceptibles d'avoir séjourné en pleine nature (camp de pleine nature, chalet accessible en voiture, pavillon ou camp à liaison aérienne), dans un spa, une auberge, un centre de villégiature avec restaurant gastronomique, une ferme, un ranch ou une école de cuisine. Cela traduit le grand intérêt de ce segment pour la nouveauté, lorsqu'il voyage.⁹

Priorités de développement

- Agrandissements et améliorations des centres de ski de fond pour répondre aux besoins des touristes.
- Ouverture de nouveaux sentiers, améliorations et entretien des existants.
- Abris et installations dans les sentiers.
- Développement des sites web des exploitants et des clubs de ski de fond (affichage de liens avec des établissements d'hébergement).
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.

Besoins régionaux de développement

- Développement dans toutes les régions de la province.

Autre exigence

- S'il y a lieu, il peut être nécessaire de consulter les associations de ski de fond, les propriétaires de terrains privés, le ministère des Transports et le ministère des Ressources naturelles.

⁹ Lang Research Inc.

Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV), Ski de fond et raquette, novembre 2007.

Type d'expérience : culture, divertissement et patrimoine

Festivals et événements

Définition

- Les festivals et les événements qui entrent dans cette catégorie sont de portée régionale, nationale ou internationale et offrent des activités sur une période d'au moins deux journées.
- Les événements sont qualifiés de régionaux, nationaux ou internationaux si au moins 10 % des billets sont vendus à des personnes de l'extérieur de la province ou si au moins 25 % du budget promotionnel est investi hors province.
- Les festivals et événements admissibles comprennent des activités sportives, culinaires ou viticoles locales, artistiques, musicales et culturelles.

Justification de la priorité

- Les festivals et les événements peuvent générer un nombre de visites touristiques et des revenus considérables et ils offrent un potentiel de prolongement de la saison ou de fréquentation touristique pendant les saisons intermédiaires et l'hiver.
- Ils sont susceptibles de faire connaître le Nouveau-Brunswick dans les marchés extérieurs.
- Un des produits phares de la province, la culture acadienne, donne au Nouveau-Brunswick un avantage concurrentiel dans le marché régional. C'est aussi un produit important au Québec.

Attentes de la clientèle

- Les visiteurs des marchés extérieurs qui viennent principalement assister à un festival ou un événement spécifique s'attendent à ce qu'il soit de grande qualité, bien organisé et qu'il leur fasse vivre une expérience à la hauteur de leurs attentes (qu'il justifie le voyage).
- Possibilité de réserver les billets et se renseigner sur le programme et les prix à l'avance.
- Cadre sécuritaire, commodités, services et lieux respectueux de l'environnement.
- Les festivals et les événements portent sur une telle variété de thèmes (de la culture au sport) qu'il n'existe pas de profil général de consommateurs.

Priorités de développement

- Formation : recrutement et gestion des bénévoles, accueil et service à la clientèle.
- Élaboration de plan stratégique et de plan d'affaires, de marketing et de gestion de risques.
- Soumissions collectives pour attirer des événements artistiques ou sportifs régionaux ou nationaux.
- Infrastructure : lieux de présentation, achat ou location d'équipement.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.
- Perfectionnement professionnel, y compris en gestion d'entreprise pour gestionnaires et propriétaires-exploitants.
- Formation à l'accueil et en service à la clientèle.

Besoins régionaux de développement

- Développement dans toutes les régions de la province.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère du Mieux-être, de la Culture et du Sport et les communautés des Premières Nations ou les aînés.

Type d'expérience : culture, divertissement et patrimoine

Patrimoine et culture

Définition

- Les produits culturels et patrimoniaux représentent l'identité historique et culturelle de la province, de ses régions ou de ses communautés.

Justification de la priorité

- Les musées et les attractions historiques se classent parmi les cinq activités qui intéressent le plus les visiteurs du Nouveau-Brunswick. Les Américains sont ceux qui s'y intéressent le plus.
- Tous marchés confondus, les expériences qui ont trait au patrimoine et à la culture se classent parmi les 10 principaux intérêts des consommateurs.
- Les visiteurs qui apprécient la culture (p. ex., les musées) préfèrent une expérience informative et interactive qui leur permet de visiter sans se presser.

Attentes de la clientèle

- Exposition d'objets et événements représentatifs de l'histoire du Nouveau-Brunswick.
- Expériences authentiques et occasions de découvrir de près la culture locale.
- Expérience d'apprentissage.
- Interprétation interactive.
- Divertissement.
- Commodités et services de qualité.
- Galeries, musées, lieux historiques, monuments.

Priorités de développement

- Toutes les activités qui prolongent la saisonnalité (au-delà de la fin de l'été et de l'automne).
- Programmes d'interprétation et visites guidées.
- Ateliers sur des thèmes particuliers.
- Cérémonies régulières et événements spéciaux entraînant une fréquentation assidue.
- Prolongement dans la communauté (p. ex., programmes pour les écoles ou séries de conférences informant et sensibilisant le public).
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.
- Modernisation des accès faciles (sans obstacles).
- Perfectionnement professionnel, y compris en gestion d'entreprise pour gestionnaires et propriétaires-exploitants.
- Formation à l'accueil et en service à la clientèle.

Besoins régionaux de développement

- Développement partout dans la province.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère du Mieux-être, de la Culture et du Sport.

Type d'expérience : culture, divertissement et patrimoine

Représentations théâtrales

Définition

- Ce type d'expérience comprend tous les aspects du théâtre, depuis les soupers-théâtres et les petites représentations jusqu'aux productions de grande envergure.

Justification de la priorité

- Par rapport au reste des Maritimes, le théâtre d'été reste peu développé au Nouveau-Brunswick, aussi bien du côté des soupers-théâtre que des grandes productions. Le succès du théâtre d'été dans les autres provinces maritimes indique que ce secteur est porteur d'un potentiel de croissance économique que le Nouveau-Brunswick n'a pas encore exploité.
- Les avantages possibles sont à la hauteur des risques et de l'investissement : grands. Moncton, en particulier, a besoin d'un produit générateur de visites. Si Charlottetown peut s'offrir un programme de théâtre d'été dynamique, Moncton devrait aussi pouvoir le faire, d'autant plus que sa population et le nombre de ses visiteurs sont plus élevés. Ce qui lui faut, c'est le bon produit.

Attentes et portrait de la clientèle

- Productions (professionnelles) de qualité.
- Possibilité de réserver les billets et se renseigner sur le programme et les prix à l'avance.
- Pour les soupers-théâtre, productions avec touche locale et interprétation par des artistes d'ici.
- Les vacanciers qui assistent à des représentations théâtrales sont les visiteurs typiques du point de vue de l'âge, l'éducation et du revenu du ménage. Ils ont tendance à être légèrement moins intéressés par les activités de plein air et à préférer les activités urbaines, comme les visites de galeries d'art et, surtout, les repas au restaurant. Ils choisissent des établissements offrant de la cuisine locale, des cafés-terrasses et, bien plus que la moyenne, des restaurants haut de gamme. Bien qu'ils se situent un peu en dessous de la moyenne en matière d'activités de plein air, ils prennent des bains de soleil et pratiquent la baignade dans l'océan à des taux bien supérieurs à la moyenne. Ces caractéristiques en font un très bon marché cible pour la région de Moncton et Shediac.

Priorités de développement

- Pour les soupers-théâtre et les petites représentations, les priorités vont à la réalisation de scénarios, à la mise en scène et au matériel (son, lumière, etc.), aux accessoires et aux costumes.
- En ce qui concerne les productions à grande échelle (principalement à Fredericton, Moncton et Saint John), la priorité de développement ira d'abord aux études de faisabilité.

Besoins régionaux de développement

- Besoin de développement dans le souper-théâtre et les petites représentations dans toutes les régions de la province.
- Les grandes productions de théâtre d'été devraient rester concentrées à Moncton, Fredericton et Saint John.

Autre exigence

- Au besoin, il peut être nécessaire de consulter le ministère du Mieux-être, de la Culture et du Sport.

Type d'expérience : culture, divertissement et patrimoine

Visites pédestres guidées

Définition

- Visites à pied de villes ou de localités, en compagnie de guides en costume et sur des thèmes uniques aux lieux.
- En plus de leur thème particulier, ces visites mettent en lumière l'histoire, la culture, l'industrie et l'architecture de l'endroit. Une grande importance est accordée au fait d'avoir un guide bien informé et divertissant.

Justification de la priorité

- La relative faiblesse du nombre de visiteurs qui participent à des visites pédestres guidées s'explique en partie par la disponibilité réduite de tels produits. Les marchés cibles du Nouveau-Brunswick portent un intérêt élevé aux éléments qui constituent ces visites, notamment l'observation d'édifices et de l'architecture (52 %), la visite de lieux ou d'immeubles historiques (41 %) et la découverte de galeries d'art (26 %).
- Les visites pédestres guidées sont d'excellentes occasions de faire visiter des lieux, des galeries et des attractions différentes d'un endroit.
- Potentiel élevé de composante expérientielle.

Attentes de la clientèle

- Environnement sécuritaire.
- Horaires réguliers et possibilité de réserver d'avance.
- Guides bien informés et divertissants.
- Thèmes intéressants et divertissants, lieux et attractions qui valent le détour.
- Cartes des itinéraires et documentations sur les attractions et les principaux lieux visités.
- Distances de marche raisonnables et trajets sans difficulté.

Priorités de développement

- Conception de thèmes et d'itinéraires.
- Formation.
- Costumes.
- Mise au point de cartes et de documentation.

Besoins régionaux de développement

- Dans toutes les régions de la province, où ce type d'expérience s'applique.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère du Mieux-être, de la Culture et du Sport.

Type d'expérience : cuisine

Produits alimentaires authentiques et traditionnels

Définition

- Restaurants et entreprises du domaine de la restauration ou de l'alimentation qui offrent des expériences interactives ou des menus en grande partie composés de fruits de mer du Nouveau-Brunswick ou de produits cultivés ou transformés dans la province. Cela comprend les aliments et les ingrédients typiques des différentes régions et cultures.
- Ce type d'expérience englobe aussi les marchés publics (en ville et en campagne), les ventes de produits à la ferme et les établissements de transformation.

Justification de la priorité

- Manger dans des restaurants qui offrent de la cuisine et des recettes locales est l'activité numéro des vacanciers de tous les segments de marchés.
- Dans tous les marchés, on observe un intérêt et une demande grandissants pour des expériences culinaires variées. Goûter la nourriture et les boissons locales est maintenant une activité à part entière des vacances. Si le Nouveau-Brunswick veut être concurrentiel et répondre aux attentes des visiteurs, il doit leur offrir ce genre d'occasions.

Attentes de la clientèle

- Menus appétissants qui comprennent des aliments et des recettes typiques de la province, de la région ou de la culture et des produits cultivés localement (y compris les fruits de mer, si possible).
- Possibilités de manger dans des endroits variés : kiosques de marché, restaurants locaux, microbrasseries, cafés-terrasses, établissements gastronomiques.
- Marchés publics où on peut trouver des fruits de mer, des mets délicats locaux et des fruits et légumes frais typiques de la région.

Priorités de développement

- La priorité immédiate est la conception d'un programme d'aliments traditionnels qui 1) établira les bases et les principes du programme, 2) incitera les services et entreprises alimentaires à participer, 3) indiquera les critères d'admissibilité, 4) précisera les questions administratives et opérationnelles (qui définit l'admissibilité? Qui contrôle et réglemente?).
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.
- Remarque : pour le moment, il n'est pas recommandé de mettre les améliorations d'infrastructure au programme parce que le nombre d'entreprises du domaine de la restauration ou de l'alimentation admissibles est énorme.

Besoins régionaux de développement

- Développement nécessaire dans toute la province.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère de l'Agriculture et de l'Aquaculture, le ministère des Pêches, le ministère de la Santé et la Société des alcools du Nouveau-Brunswick.

Type d'expérience : cuisine

Établissements vinicoles

Définition

- Visites guidées et libres d'établissements vinicoles au Nouveau-Brunswick.

Justification de la priorité

- Les visites vinicoles se classent dans les premiers rangs des centres d'intérêt des visiteurs.
- La province compte un grand nombre d'établissements vinicoles, répartis un peu partout dans la province.
- Les visites d'établissements vinicoles offrent un potentiel élevé de création de produits expérientiels.
- La province est dans la moyenne sur le plan du nombre d'établissements vinicoles, mais se fait largement devancer par la Nouvelle-Écosse en ce qui concerne la promotion et le marketing.

Attentes et profil de la clientèle

- Visites guidées et libres d'établissements vinicoles.
- Événements spéciaux, comme des dégustations de vins, des soirées vins et fromages et des soupers organisés par les vignerons.
- Du point de vue démographique, les visiteurs de ces établissements sont très similaires à la population touristique générale. Ils se situent légèrement au-dessus de la moyenne pour le camping, mais restent sur la ligne médiane en matière d'établissements d'hébergement intermédiaires à luxueux (peu fréquentent des hébergements économiques). Leur participation aux autres expériences reste dans la moyenne, à l'exception des repas. Leur taux de fréquentation des restaurants locaux, des cafés-terrasses et des établissements haut de gamme dépasse de loin la moyenne. Ce lien avec les restaurants et les repas est indubitablement important pour ce marché.

Priorités de développement

- Commodités et services (toilettes, stationnement, panneaux de direction, accessibilité, accès facile, etc.)
- Modernisation ou agrandissement des infrastructures pour les bâtiments d'accueil des visiteurs.
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.

Besoins régionaux de développement

- Développement nécessaire dans toute la province, en fonction de la conformité des sols et du climat à la culture des vignes.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère de l'Agriculture et de l'Aquaculture, le ministère de la Santé et la Société des alcools du Nouveau-Brunswick.

Type d'expérience : cuisine

Agrotourisme

Définition

- Fermes, pêcheries et établissements de transformation offrant des expériences hors du commun et attrayantes au cours desquelles les visiteurs peuvent expérimenter personnellement la récolte et le traitement de produits alimentaires typiques du Canada atlantique.

Justification de la priorité

- Le Canada atlantique produit et transforme plusieurs aliments uniques au Canada et le Nouveau-Brunswick est très concurrentiel dans les secteurs de l'agriculture, des pêches et de l'aquaculture.
- Les marchés cibles du Nouveau-Brunswick démontrent un fort intérêt pour tout ce qui est culinaire et on s'attend à ce que de plus en plus de gens veuillent voir d'où les aliments locaux viennent et comment ils sont produits.
- L'agrotourisme offre un grand potentiel de création d'expériences interactives.

Attentes et profil de la clientèle

- Environnement agréable pour les visiteurs, propre et sûr (pas d'odeurs désagréables et persistantes, etc.).
- Visites guidées et libres.
- Expériences éducatives et touche-à-tout.
- Pratiques durables, écologiques et éthiques qui minimisent leurs effets sur l'environnement.
- Possibilité d'acheter et de rapporter des produits chez soi.

Priorités de développement

- Commodités et services (toilettes, stationnement, panneaux de direction, accessibilité, accès facile, etc.) et aires d'accueil des visiteurs.
- Élargir le champ des expériences et offrir, par exemple, des possibilités d'observation de la production.
- Programmation interactive et éducative.
- Rénovation ou amélioration des bâtiments existants pour faciliter la prestation d'expériences agrotouristiques. Achat de fournitures et d'équipements reliés à cette activité, agrandissements des installations de transformation et formation.
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.

Besoins régionaux de développement

- Développement nécessaire dans toutes les régions de la province.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère de l'Agriculture et de l'Aquaculture, le ministère des Pêches, le ministère de la Santé et la Société des alcools du Nouveau-Brunswick.

Type d'expériences : cuisine

Ateliers culinaires

Définition

- Prestation d'expériences éducatives pratiques, comme des démonstrations et des cours de cuisine dans des endroits reliés à l'alimentation (établissements d'hébergement, restaurants, fermes et écoles de cuisine), sous la direction de chefs et de spécialistes locaux et avec des recettes et des ingrédients typiques.

Justification de la priorité

- La faiblesse du nombre de visiteurs qui ont participé à des ateliers culinaires pendant leurs vacances s'explique par la disponibilité restreinte de ce type d'activité. L'intérêt grandissant pour ce domaine crée des possibilités de création d'entreprises et promet un avenir où la croissance pourra être au rendez-vous.
- Pour dynamiser la croissance de ce secteur, le Nouveau-Brunswick possède une base solide : chefs, restaurants, boulangeries et écoles culinaires qui ont à cœur l'emploi d'ingrédients locaux et l'excellence de leur art.
- Les ateliers culinaires offrent un très grand potentiel de création de produits touristiques expérientiels.
- Les personnes qui participent aux ateliers culinaires sont des types de voyageurs qui dépensent beaucoup.

Attentes et profil de la clientèle

- Possibilité de se familiariser avec de nouvelles techniques de cuisine et de préparation alimentaire en compagnie d'instructeurs qualifiés.
- Possibilité de découvrir de nouvelles recettes ainsi que des cuisines et des spécialités régionales, comme les fruits de mer et la cuisine acadienne traditionnelle.
- Variété des formules, notamment courtes démonstrations, cours d'une demi-journée et forfaits de plusieurs jours.
- Ateliers sur des thèmes particuliers.

- Les visiteurs qui ont participé à des ateliers culinaires sont plus âgés (la majorité affiche 45 ans et plus), ont un haut niveau d'éducation et le salaire le plus élevé de tous les segments de visiteurs. Il n'est pas surprenant qu'ils fassent partie du plus faible segment à camper et à fréquenter les établissements d'hébergement économiques. Au contraire, ce sont les plus grands utilisateurs d'établissements d'hébergement de classe intermédiaire à luxueuse. Ils sont dix fois plus susceptibles que le touriste moyen d'avoir séjourné dans des centres de villégiature avec restaurant gastronomique. Pour eux, tous les aspects d'une expérience culinaire sont importants.

Priorités de développement

- Modernisation ou agrandissement des infrastructures et bâtiments pour la prestation d'ateliers culinaires.
- Rénovation ou amélioration des bâtiments existants pour faciliter la prestation d'ateliers culinaires et achat de fournitures et d'équipements reliés à cette activité.
- Perfectionnement professionnel – formation en gestion d'entreprise, accueil et service à la clientèle.
- Possibilités de partenariat entre les restaurants, les organisateurs des cours et les producteurs alimentaires.
- Mise à niveau et amélioration des technologies de réservation en ligne, de la présence sur Internet et de la connectivité.

Besoins régionaux de développement

- Mise en place d'ateliers culinaires nécessaire dans toutes les régions de la province.

Autre exigence

- Il peut être nécessaire de consulter le ministère de l'Agriculture et de l'Aquaculture, le ministère des Pêches, le ministère de la Santé et la Société des alcools du Nouveau-Brunswick.

Infrastructure

Établissements d'hébergement

Priorités de développement des établissements d'hébergement

Les objectifs de développement de ce secteur sont les suivants :

- Élever les normes de qualité des petits établissements d'hébergement dans toute la province en vue de répondre aux attentes des clients.
- Améliorer le rendement général des établissements d'hébergement et la qualité du service à la clientèle en favorisant la modernisation en matière de technologie, de conservation énergétique et de facilité d'accès.
- Stimuler le développement et la diversification des affaires en vue d'atteindre une viabilité à long terme.

1) Hôtels et motels

Amélioration de la qualité

Un hôtel ou un motel (« Approuvé Nouveau-Brunswick » ou ayant été autorisé selon le système précédent) qui est en activité depuis au moins deux saisons (120 jours minimum par saison) et qui est classé 2,5 étoiles par le programme de classification de Canada Select peut prétendre aux améliorations en vue d'obtenir au moins une demie étoile de plus.

Améliorations additionnelles

Un hôtel ou un motel existant est admissible à des améliorations additionnelles ayant trait à :

- la facilité d'accès,
- les sources d'énergie de substitution (solaire, éolienne, biomasse, etc.),
- les améliorations technologiques à des fins de présence sur Internet et de connectivité,
- la signalisation.

2) Gîtes touristiques, auberges, chalets

Amélioration de la qualité, expansion et diversification

Un gîte touristique, une auberge ou une grappe de chalets (six chalets minimum) qui est en activité (« Approuvé Nouveau-Brunswick » ou ayant été autorisé selon le système précédent) depuis au moins deux saisons (120 jours minimum par saison) et est classé 2,5 étoiles par le programme de classification de Canada Select peut prétendre à des améliorations qualitatives en vue d'obtenir au moins une demie étoile de plus. Un passage à une classification supérieure (de 3,5 étoiles à 4 étoiles), un agrandissement ou une diversification pourrait être pris en considération s'il est démontré que cette amélioration est sensée sur le plan des affaires.

Améliorations additionnelles

Un gîte touristique, une auberge ou une grappe de chalets existants est admissible à des améliorations additionnelles ayant trait à :

- la facilité d'accès,
- les sources d'énergie de substitution (solaire, éolienne, biomasse, etc.),
- les améliorations technologiques à des fins de présence sur Internet et de connectivité,
- la signalisation.

3) Chalets au bord de l'eau

Expansion et diversification

Un établissement d'hébergement (hôtel, motel, auberge, gîte touristique, terrain de camping, grappe de chalets) qui est en activité (« Approuvé Nouveau-Brunswick » ou ayant été autorisé selon le système précédent) depuis au moins deux saisons (120 jours minimum par saison) est admissible à s'agrandir ou se diversifier par la construction d'un chalet ou plus, dans un endroit 1) adjacent ou très près de son emplacement actuel, 2) au bord de l'océan, d'un lac ou d'un cours d'eau et 3) situé dans une région encore non saturée du point de vue des unités d'hébergement.

La conception du bâtiment sera soumise à l'approbation du ministère du Tourisme et des Parcs et le chalet devra avoir une classification d'au moins 2,5 étoiles d'après le programme Canada Select.

Améliorations additionnelles

Un établissement d'hébergement existant constitué de chalets au bord de l'eau est admissible à des améliorations additionnelles ayant trait à :

- la facilité d'accès,
- les sources d'énergie de substitution (solaire, éolienne, biomasse, etc.),
- les améliorations technologiques à des fins de présence sur Internet et de connectivité,
- la signalisation.

4) Établissements d'hébergement à proximité d'un sentier de motoneige

Expansion et diversification

Un établissement d'hébergement en activité (« Approuvé Nouveau-Brunswick » ou ayant été autorisé selon le système précédent) depuis au moins deux saisons (120 jours minimum par saison) qui offre un accès à un sentier de motoneige et en est situé à proximité peut prétendre à une amélioration des services qu'il propose à ses clients motoneigistes en offrant un stationnement intérieur sécurisé avec rampes et réservoirs d'essence et une piste d'accès au réseau de sentiers de motoneige. Dans les régions où la demande du marché est forte, l'agrandissement ou l'amélioration des unités d'hébergement pourrait être pris en considération.

Améliorations additionnelles

Un établissement d'hébergement existant est admissible à des améliorations additionnelles ayant trait à :

- la facilité d'accès,
- les sources d'énergie de substitution (solaire, éolienne, biomasse, etc.),
- les améliorations technologiques à des fins de présence sur Internet et de connectivité,
- la signalisation.

5) Diversification des pourvoies

Diversification

Un établissement de pêche ou de chasse en activité (« Approuvé Nouveau-Brunswick » ou ayant été autorisé selon le système précédent) depuis au moins deux saisons (120 jours minimum par saison) peut prétendre à des améliorations en vue de se diversifier et d'offrir des activités et de l'hébergement multisaison. Un agrandissement ou une transformation permettant de changer de catégorie d'hébergement pourrait être pris en considération s'il est démontré que ces changements permettent raisonnablement une meilleure visibilité dans le marché ou une plus grande rentabilité générale.

Améliorations additionnelles

Un établissement de pêche ou de chasse existant est admissible à des améliorations additionnelles ayant trait à :

- la facilité d'accès,
- les sources d'énergie de substitution (solaire, éolienne, biomasse, etc.),
- les améliorations technologiques à des fins de présence sur Internet et de connectivité,
- la signalisation.

Exigences

- Le demandeur doit avoir des installations d'hébergement désignées « Approuvé Nouveau-Brunswick » par le gouvernement du Nouveau-Brunswick.
- Le demandeur doit se procurer une évaluation personnalisée et un rapport d'améliorations (payant) auprès de la Régie d'évaluation des gîtes touristiques du Nouveau-Brunswick et s'y conformer. Après analyse de l'avant-projet (préparé par un professionnel), la Régie expliquera les changements à apporter (selon le cas) et les normes de qualité d'ameublement et d'installations à respecter pour atteindre la classification désirée.
- Le demandeur doit se conformer à tous les codes du bâtiment applicables et consulter tous les ministères et organismes gouvernementaux appropriés au sujet de son projet (prévôt des incendies, ministère de l'Environnement, ministère de la Santé, etc.).

Terrain de camping

Priorités de développement des terrains de camping

Voici les objectifs des priorités de développement suivantes :

- Faire vivre une expérience plus agréable à toutes les catégories de campeurs, partout dans la province (sauf les campeurs saisonniers) en apportant des modernisations techniques et des améliorations en matière d'électricité, d'eau et d'égout et de toilettes et douches.
- Améliorer l'expérience des campeurs en véhicule récréatif en offrant de grands emplacements bien entretenus et des emplacements à entrée directe 30 A et 50 A.
- Aider les exploitants de terrains de camping à diversifier leurs activités et infrastructures en vue de devenir une destination de camping.
- Améliorer le rendement général des terrains de camping et la qualité du service à la clientèle en contribuant aux améliorations en matière de technologie, de conservation énergétique et de facilité d'accès.

6) Améliorations de l'infrastructure

Un terrain de camping en activité (« Approuvé Nouveau-Brunswick » ou ayant été autorisé selon le système précédent) depuis au moins deux saisons (120 jours minimum par saison) peut prétendre à des améliorations techniques (prises électriques, téléphone, systèmes d'eau et d'égout, toilettes et douches).

7) Modernisation des installations non génératrices de revenus

Un terrain de camping en activité (« Approuvé Nouveau-Brunswick » ou ayant été autorisé selon le système précédent) depuis au moins deux saisons (120 jours minimum par saison) peut prétendre à des améliorations d'installations non génératrices de revenus (chemin, attraction, bâtiment d'activité, terrain de jeux et piscine, etc.) si elles font partie d'un projet général qui vise à faire de cette exploitation une destination de camping touristique. Des améliorations en vue de diminuer la saisonnalité et la saison intermédiaire (cabine de camping, etc.) pourraient aussi être prises en considération.

Améliorations additionnelles

Un terrain de camping existant est admissible à des améliorations additionnelles ayant trait à :

- la facilité d'accès,
- les sources d'énergie de substitution (solaire, éolienne, biomasse, etc.),
- les améliorations technologiques à des fins de présence sur Internet et de connectivité,
- la signalisation.

Exigences

- Le demandeur doit avoir un terrain de camping désigné « Approuvé Nouveau-Brunswick » par le gouvernement du Nouveau-Brunswick.
- Le demandeur doit se procurer une évaluation personnalisée et un rapport d'améliorations (payant) auprès de la Régie d'évaluation des gîtes touristiques du Nouveau-Brunswick et s'y conformer.
- Le demandeur doit se conformer à tous les codes du bâtiment applicables et consulter tous les ministères et organismes gouvernementaux appropriés au sujet de son projet (prévôt des incendies, ministère de l'Environnement, ministère de la Santé, etc.).