DOCUMENT DE PLANIFICATION DU

DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

Numéro 4

COLLOQUE SUR LA PLANIFICATION ET L'EXPANSION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

DU 19 AU 22 MARS 1974

CENTRE DE CONFÉRENCES DU GOUVERNEMENT CANADIEN
À OTTAWA

Direction de l'expansion de l'industrie
Office de tourisme du Canada
Ministère de l'Industrie et du Commerce
Ottawa (CANADA) Décembre 1974.

LKC
G 155 .C2 T7 1974
Travel Industry Planning and Developme
Seminar (2nd : 1974 : Ottawa, Ont.)
Travel Industry Planning and Developme
Seminar, March 19-22, 1974

DATE DUE
DATE DE RETOUR

CARR McLEAN
38-296

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA
40424

Canadian Government Office of Tourism
Office de tourisme du Canada

Ottawa, Canada
K1A 0H6

DIRECTION DE L'EXPANSION DE L'INDUSTRIE

le 24 décembre 1974

DOCUMENT DE PLANIFICATION DU

DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

Numéro 4

COLLOQUE SUR LA PLANIFICATION ET L'EXPANSION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

DU 19 AU 22 MARS 1974

**CENTRE DE CONFÉRENCES DU GOUVERNEMENT CANADIEN
À OTTAWA**

Canada

Canadian Government Office of Tourism
Office de tourisme du Canada

Ottawa, Canada
K1A 0H6

le 24 décembre 1974

PRÉFACE

Le Programme d'expansion de l'industrie touristique de l'Office de tourisme du Canada, au ministère de l'Industrie et du Commerce, représente l'engagement du gouvernement canadien de planifier l'expansion touristique. Pour réussir ce projet, il est essentiel que les responsables de la planification et du développement du tourisme au sein des gouvernements fédéral et provinciaux se réunissent de temps à autre pour discuter les progrès accomplis et les dernières innovations techniques. Ces échanges de vues ont été partiellement réalisés au moyen de colloques périodiques qui portaient naturellement sur la planification et le développement de l'industrie touristique.

Le premier colloque a eu lieu à Montébello (Québec) les 6, 7 et 8 mars 1973; le procès-verbal de la réunion a paru le 30 mars 1973 sous le titre de: "Document de planification du développement de l'industrie touristique, numéro 2". Le deuxième colloque s'est tenu au Centre de conférences du Gouvernement canadien du 19 au 22 mars 1974. Nous vous envoyons ci-joint un résumé des discussions qui y ont eu lieu et des communications qu'on y a présentées. Il est publié sous le même titre et porte le numéro 4.

Les communications intégrales des divers conférenciers sont disponibles mais en nombre limité. On peut se les procurer en écrivant à M. G.D. Taylor, chef, Recherche et Développement, Direction de l'expansion de l'industrie, Office de tourisme du Canada, 150, rue Kent, Ottawa (Ontario) K1A 0H6.

Canada

TABLE DES MATIÈRES

Préface ..... (i)

Table des matières ..... (iii)

I. Introduction 1

II. Ordre du jour 1

III. 1er jour
- (a) Bienvenue 1
- (b) Utilisation des données en planification 1
- (c) Planification pour le tourisme et évaluation de son impact 2
- (d) Étude du marché actuel et son application à la planification et au développement 2
  - (i) Enquête d'Air Canada 2
  - (ii) Étude de la fragmentation du marché américain 2
- (e) Problèmes posés par le développement de l'industrie touristique .. 3

IV. 2e jour
- (a) Technique de la planification du tourisme 4
- (b) Processus de la planification 5
- (c) Logique irréfutable de l'analyse de la planification 5
- (d) Cartographie pour la planification 5
- (e) Participation du public à la planification 6

V. 3e jour
- (a) Fixation des objectifs dans la planification 6
- (b) Réunion-débat sur l'expérience de l'étude globale 7
- (c) Groupes de discussion 8

VI. 4e jour
- (a) Recherche de capitaux pour les projets d'expansion, 1re partie ... 10
- (b) Recherche de capitaux pour les projets d'expansion, 2e partie 11

VII. Programme de développement de l'industrie touristique 11

VIII. Résumé du colloque 12

Annexe I - Ordre du jour 15

Annexe II - (Extraits des remarques d'ouvertures de M. D.C. Bythell) ... 19

*****

COLLOQUE SUR LA PLANIFICATION ET L'EXPANSION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

I. Introduction

Un deuxième colloque sur la planification et l'expansion de l'industrie touristique a eu lieu au Centre de conférences du gouvernement canadien, du 19 au 22 mars 1974, à la suite du succès remporté par le premier colloque tenu au Château Montébello, au Québec, du 6 au 8 mars 1973. Les principaux participants au colloque étaient des fonctionnaires fédéraux et provinciaux chargés du développement et de la planification du tourisme au Canada.

La facture exploitée pour le colloque était axée sur des communiqués présentés par des spécialistes, des conférenciers du gouvernement et du secteur privé, suivis de groupes de discussion ou d'ateliers. Le but du colloque était d'évaluer le processus de la planification et de l'expansion du tourisme au Canada, spécialement par rapport au programme du développement de l'industrie touristique de l'Office de tourisme du Canada et d'étudier les meilleurs moyens pour servir les objectifs provinciaux et fédéraux en matière du développement et de la planification du tourisme au Canada.

II. Ordre du jour

L'ordre du jour prévu pour les quatre journées est reproduit dans ce résumé (à l'annexe I) pour servir de guide aux sujets qui ont été débattus.

III. 1er jour

(a) Les délégués ont été accueillis par M. D.C. Bythell, directeur, Direction de l'expansion de l'industrie, Office de tourisme du Canada. Dans sa brève allocution, M. Bythell a mis en évidence divers problèmes (à l'annexe II) en termes d'expansion de l'industrie touristique et il a suggéré que le colloque recherche des solutions ou des voies conduisant aux solutions.

(b) Utilisation des données en planification
M. J.L. Knetsch, Université Simon Fraser (C.-B.)

M. Knetsch a indiqué la nécessité de fixer des objectifs clairs pour la planification touristique et il a fait remarquer que ceux-ci doivent dépasser le but traditionnel visant à l'accroissement des touristes. Il est nécessaire de s'intéresser vivement à l'incidence des gains et des pertes au sein de la communauté et à la nature des impacts sociaux. Il a également soulevé le problème de l'impact sur la qualité de l'environnement et celui de la satisfaction des touristes.

En essayant d'élaborer un cadre dans lequel les différentes préoccupations pourraient être évaluées, M. Knetsch a estimé que l'évolution de l'analyse des coûts et bénéfices constituait une méthode d'approche encourageante à la prise des décisions requises face aux options.

(c) Planification pour le tourisme et évaluation de son impact
M. M. Doctoroff, Bureau des conseillers en gestion, Ottawa

M. Doctoroff a présenté sous une forme schématique, une brève description de l'aspect que pourrait avoir un modèle d'impact du tourisme. Le modèle se centrait sur les activités "nationales" et plus particulièrement sur les activités "provinciales et territoriales".

Le but du modèle est de créer un vaste contexte dans lequel on puisse considérer le développement des industries du tourisme. On espère que les technocrates qui sont responsables des décisions, s'intéresseront de plus en plus à un vaste ensemble d'effets économiques, sociaux, géographiques et qu'ils s'occuperont aussi des répercussions sur le milieu associés à la tendance vers la croissance et aux pressions de celle-ci.

L'importance des modèles d'impact du tourisme est d'aider à la réalisation du processus de la prise de décision et de l'établissement de politiques, ainsi que de contribuer à l'expansion du tourisme selon les désirs et les besoins qui existent partout au Canada.

(d) Étude du marché actuel et son application à la planification et au développement

(i) Enquête d'Air Canada
M. W. Garrett, Air Canada, Montréal (Québec)

M. Garrett exposa à grands traits les résultats d'une vaste enquête sur le marché canadien des voyages touristiques entreprise par Market Facts Ltée pour le compte d'Air Canada. Les buts de la recherche étaient de fournir aux administrateurs une analyse du marché des loisirs au Canada, de découvrir de nouvelles possibilités dans les loisirs qui se rattachent aux voyages et dans les activités récréatives, et de mettre au point un cadre pour la conception de produits de base afin de refléter les types de demandes du consommateur qui existent sur la place du marché.

La recherche a révélé quatre groupes de modes de vie distincts et six expériences de vacances. Le résultat est une matrice de 4 x 6 se composant de 24 éléments autour desquels les expériences de voyages peuvent être construites par les agents commerciaux d'Air Canada.

Puis, M. Garrett exposa à grands traits comment le marketing d'Air Canada a mis au point une expérience de voyages pour deux des 24 groupes possibles.

(ii) Étude de la fragmentation du marché américain
M. D. Livingstone, Direction du marketing, OTC

L'étude de la segmentation du marché des États-Unis a été conçue pour sonder le marché américain en ce qui concerne les attitudes à l'égard des voyages d'agrément et du Canada comme une destination de vacances. Elle se basait sur des entrevues détaillées faites auprès de 4,810 ménages aux États-Unis.

L'enquête a distingué six segments distincts du marché des vacances:

(a) le visiteur non actif
(b) le visiteur actif de villes
(c) les touristes visitant en famille
(d) le vacancier amateur de vie au grand air
(e) le vacancier des centres de villégiature
(f) le touriste voyageant à l'étranger.

Les segments (a) représentant 29% du total et (f), 26%, étaient les deux plus grands.

Une importante campagne publicitaire de 1974 se base presque entièrement sur les résultats de l'étude de la segmentation.

On a souligné que le segment (f) offre une résistance à la venue au Canada parce que nous n'avons pas le type d'installations que les Américains recherchent.

(e) Problèmes posés par le développement de l'industrie touristique
M. J. Sibbald, Association de l'industrie touristique du Canada

M. Sibbald exposa à grands traits un grand nombre de problèmes que le petit exploitant dans l'industrie touristique affronte dans la gestion de son entreprise. Plusieurs zones de problèmes-clefs se dégagent de son analyse:

1. un manque de compréhension de l'industrie touristique, particulièrement au niveau du gouvernement;

2. le nombre et la complexité des règlements gouvernementaux qui affectent l'industrie et le fait que de nouveaux règlements soient introduits sans qu'il y ait eu au préalable un entretien avec les représentants de cette industrie;

3. la difficulté de réunir des capitaux pour l'établissement de nouveaux aménagements ou la modernisation des installations touristiques présentes.

Ces problèmes ont de l'importance pour le petit exploitant et ils devraient être résolus afin d'assurer sa survie.

IV. 2e jour

(a) Technique de la planification du tourisme
M. C.A. Gunn, Université de Guelph, Guelph (Ontario)

M. Gunn a montré comment la planification du tourisme a été effectuée auparavant et il a exposé quelques idées sur la façon dont elle devrait être réalisée. Actuellement, la planification est sur une base d'entreprise individuelle avec peu ou pas de communication entre les principales catégories de personnes qui exploitent une entreprise dans laquelle elles ont elles-mêmes investi (les exploitants-investisseurs): le gouvernement, l'entreprise privée et les organismes sans but lucratif.

Afin d'être efficace, la planification globale du tourisme doit favoriser la réalisation de plusieurs buts en même temps:

(i) rémunérations des propriétaires,
(ii) satisfaction accrue de l'usager,
(iii) équilibre de l'environnement.

Ensuite, il indiqua 10 étapes qui peuvent fournir la base pour une planification d'ensemble:

(i) compréhension globale des caractéristiques des ressources naturelles,
(ii) études des marchés et du transport,
(iii) analyse des points (i) et (ii) pour faire ressortir les domaines primordiaux,
(iv) développement des identités régionales,
(v) division des régions en trois parties:
  (a) les complexes d'attractions touristiques communautaires
  (b) les corridors de circulation
  (c) l'arrière-pays qui n'attire pas le touriste,
(vi) étude plus détaillée des communautés stratégiques,
(vii) identification des complexes d'attractions touristiques possibles,
(viii) analyse des possibilités totales et attribution des priorités en vue de nouvelles études de praticabilité,
(ix) modifications du transport et création d'aménagements et de services (ou remaniement des installations plus anciennes),
(x) prise de décision pour la mise en application.

Le processus tel qu'il a été esquissé, requiert une étroite collaboration.

M. Gunn a exposé d'une façon sommaire l'application de cette théorie à la planification de la péninsule supérieure du Michigan et il a analysé quelques-uns des résultats qui se sont produits à la longue.

(b) Processus de la planification
M. W. Baker, expert-conseil en tourisme, Toronto (Ontario)

Tout d'abord, M. Baker a déclaré qu'afin de stimuler ou de porter au maximum les possibilités et de conserver les options d'une façon réellement efficace, le processus de la planification doit être réaliste par rapport aux modes de vie et aux aspirations socio-économiques canadiens et à leurs variations régionales et provinciales. Il doit exister une flexibilité et une latitude suffisantes dans le processus de la planification et dans son rendement final pour concilier les divers points de vue provinciaux et régionaux.

Puis, il a étudié le processus de la planification au Canada et il a identifié clairement les principaux intérêts du gouvernement et de l'entreprise privée dans l'expansion du tourisme. Il a insisté sur la nécessité de la participation du public à un plan et il a souligné le fait que sans cette participation, l'exercice de la planification pourrait bien être inutile. La planification ne doit pas s'arrêter à la mise au point d'un ensemble de stratégies générales, mais elle doit contenir des éléments de projets de mise en oeuvre.

On a insisté sur le fait que nous n'avons pas les réponses au développement du tourisme et que l'expérience passée a nettement illustré cet état de choses. Il était persuadé cependant, que la tâche de la planification pour le développement du tourisme pourrait être réalisée.

(c) Logique irréfutable de l'analyse de la planification
M. A.A. MacKinnon, Decision System Inc., Toronto

M. MacKinnon a étudié la nature de la prise de décision et de la nécessité de prévisions raisonnables des événements futurs. Il a montré comment le même groupe de faits analysé par différentes personnes, pourrait conduire à des décisions et à des lignes de conduite totalement différentes. Il a également fait remarquer qu'indépendamment de la précision que pourrait atteindre la planification analytique et de l'avancement auquel elle pourrait parvenir, le facteur de jugement ne peut être éloigné.

Il a cité divers exemples parmi lesquels il a décrit CANTRAV, un programme pilote conçu pour déterminer la possibilité de mettre au point un système orienté sur calculateur pour aider les exploitants du tourisme dans la gestion.

(d) Cartographie pour la planification
M. J.H. Richards, Université de la Saskatchewan, Saskatoon

M. Richards au moyen d'une causerie avec projections, a décrit un projet de cartographie qui avait été réalisé dans la province de la Saskatchewan. Le but du projet était de recueillir des renseignements qui se rapportaient au tourisme dans cette province et de mettre au point une méthodologie qui permettraient à ces éléments d'être représentés graphiquement en corrélation.

Cette tentative d'utiliser "la cartographie pour la planification" n'est pas un concept nouveau et la technique employée, consistant à filtrer ou à mettre en corrélation des éléments les uns avec les autres grâce à l'emploi d'images transparentes, n'est certainement pas une ancienne technique. C'est une technique utile dont la valeur repose dans l'extraction des critères-clefs et dans leur synthèse en des blocs de renseignements connexes, c'est-à-dire aux groupements des régions. Ce n'est pas l'unique méthode pour aborder la planification, en ce qui concerne le tourisme ou tout autre but, mais c'est une méthode d'approche essentielle à la compréhension des relations pertinentes. Il ne semble faire presque aucun doute qu'un plan global pour les activités récréatives et pour le tourisme aurait dû être fait depuis longtemps dans la province; et ce projet pilote peut fournir quelques directives générales.

(e) Participation du public à la planification
M. P. Wyatt, ministère des ressources naturelles de l'Ontario

L'une des mesures stratégiques dans le processus de la planification qu'on ne saurait négliger, est la participation du public. M. Wyatt analysa l'évolution de la participation du public dans l'enquête Canada-Ontario Rideau-Trent-Severn. Il décrivit rapidement la nature et l'étendue de la participation avec les Ministères du Gouvernement, les gouvernements locaux et les citoyens, par l'intermédiaire de communiqués de presse, d'auditions du public et d'assemblées d'intérêt spécial. Il a souligné également l'importance des personnalités influentes locales pour découvrir les problèmes et connaître les intérêts de la population.

Bien que la participation ralentisse le processus de la planification, elle est une mesure essentielle si l'on veut que le plan réussisse. Se basant sur l'expérience de l'enquête CORTS (Canada-Ontario Rideau-Trent-Severn Study), il a réalisé qu'il n'y avait pas de méthode préparée d'avance pour obtenir la participation du public, mais il était persuadé que tous les efforts devraient être entrepris afin d'impliquer la population dans le processus de la planification.

V. 3e jour

(a) Fixation des objectifs dans la planification
M. H.K. Eidsvik, Parcs Canada, Ottawa

M. Eidsvik exposa à grants traits la méthode selon laquelle Parcs Canada fixe ses objectifs et comment ceux-ci sont utilisés dans un système de rapports réguliers pour évaluer s'ils ont été réalisés ou non. Il a fait valoir le fait que les objectifs doivent être mesurables, accessibles et accompagnés de dates-limites. Voici quelques-unes des valeurs opérationnelles réelles des objectifs:

(i) ils offrent une base en regard de laquelle on peut mesurer les réalisations;
(ii) ils fournissent un stimulant à l'association ou à l'individu qui les pousse à accroître leurs réalisations;
(iii) ils assurent une direction;
(iv) ils aident à la coordination.

Ils sont, en principe, un instrument pour améliorer le processus de la prise de décision.

(b) Réunion-débat sur l'expérience de l'étude globale

La réunion-débat comprenaient les membres suivants:

- Wayne Fergusson, Direction de l'expansion de l'industrie, OTC
- Jack McKay, ministère du tourisme (Nouveau-Brunswick)
- Ed Shaske, Travel Alberta (Alberta)
- Hal McGonigal, ministère de l'industrie et du tourisme (Ontario)
- Don Bahnuik, ministère du tourisme et des ressources renouvelables (Saskatchewan)
- Neil Nixon, ministère du tourisme, des divertissements et des affaires culturelles (Manitoba)
- Bernie Campbell, Direction du marketing, OTC.

L'une des mesures du programme d'expansion de l'industrie touristique a été orientée vers l'élaboration d'études globales d'expansion du tourisme par les provinces. Sept conférenciers ont passé en revue le processus tel qu'il a été réalisé dans leurs diverses organisations. À la suite de la discussion, la réunion-débat a établi les points-clefs suivants:

(i) Il y aura une étude annuelle du programme d'expansion de l'industrie touristique avec le Conseil du Trésor du gouvernement fédéral.

(ii) Il est évident qu'il existait des difficultés au niveau de la terminologie. Un travail est en train de se faire pour voir où se place "l'étude globale" dans l'exercice de la planification totale. Au fur et à mesure que cette tâche s'accomplira, les termes difficiles devront être redéfinis pour rendre les objectifs plus clairs.

(iii) L'étude globale devrait devenir une déclaration dynamique au sujet d'une possibilité d'expansion touristique à un moment précis.

(iv) L'étude globale a été conçue comme un raccourci pour accélérer le processus de la planification.

(v) Un problème surgit lorsqu'il s'agit de persuader les autres secteurs du gouvernement de tenir compte des objectifs du tourisme dans leur planification et lorsqu'il s'agit d'établir un mode de communication entre les groupes interministériels de coordination et les secteurs du gouvernement chargés de la prise des décisions, de l'élaboration des politiques et des budgets.

(vi) Il faut procéder à l'évaluation de la répercussion économique et des effets multiplicateurs des investissements dans l'industrie touristique, de l'emploi dans les services connexes, non seulement ceux qui se rattachent directement aux hôtels et aux restaurants, mais aussi les services d'essence, des ventes au détail et des activités récréatives.

(vii) Une approche flexible à la planification est indispensable; cependant, la mise en application dépend d'une mesure d'uniformité.

(viii) En plus de l'étude globale provinciale, on devrait accorder une priorité importante à la production d'une étude globale nationale.

(ix) La participation du public soulève un problème. Quels sont les moyens pour obtenir la participation du public à la planification touristique et à sa mise en application, si l'on considère l'intérêt du public comme investisseur possible et employé probable?

(x) Toute proposition sur le tourisme devra non seulement tenir compte entièrement des avantages économiques du tourisme, mais aussi elle devra exposer clairement les avantages sociaux et les répercussions sur l'environnement.

(c) Groupes de discussion

Cinq groupes de discussion ont été organisés pour favoriser un échange d'idées entre l'industrie privée, les gouvernements des provinces et des territoires, l'Office de tourisme du Canada et les autres organismes fédéraux. Au cours des trois premiers jours, une période de temps a été consacrée à la rencontre des cinq groupes. Chaque groupe a reçu une liste de points à discuter au sujet desquels il devait soumettre des recommandations à la fin de l'après-midi.

Voici un résumé du rapport et des recommandations présentés par chaque groupe:

1. Le programme de l'expansion de l'industrie touristique devrait être exécuté en termes réalistes de délais, de mise en place du programme.

2. Les fonctionnaires de l'Office de tourisme du Canada devraient savoir ce qu'est le processus de la planification tel qu'ils le voient. Ceci signifie qu'un document définitif et clair doit être élaboré afin d'aider à déterminer ce que l'Office de tourisme du Canada est en train d'accomplir concernant la planification, une vaste étude globale englobant le pays dans son ensemble.

3. Toute planification, que ce soit en termes de plans régionaux, provinciaux ou de plan national réalisé en collaboration, devrait être faite en étroite collaboration avec les associations commerciales provinciales, les groupes communautaires et tous membres du secteur privé qui sont censés être intimement associés au domaine du tourisme.

4. Il devrait exister une distinction précise entre le processus de la planification et le processus de la recherche.

5. Les provinces devraient faire un effort pour reconnaître les cadres ministériels provinciaux et accepter que tout plan qui provient de la juridiction du tourisme au sein des provinces, devrait être exécuté dans le cadre du gouvernement provincial.

6. Le genre de possibilités des services consultatifs découvert en traitant avec les instituts de recherches scientifiques et les groupes de la planification au Canada, devrait être recueilli dans une espèce de document consultatif d'étude globale.

7. Il devrait y avoir une plus grande communication entre les provinces et le gouvernement fédéral sur les diverses activités qui ont lieu, particulièrement du point de vue fédéral et provincial, en raison de la profusion des doubles emplois.

8. La terminologie qui se rapporte à la planification de l'industrie touristique doit être définie.

9. En ce qui concerne les données, il semblerait possible d'établir une sorte d'organe centralisateur des renseignements relatifs à la recherche en industrie touristique. Il pourrait y avoir un service d'enquête téléphonique qui se tiendrait à jour au sujet de la recherche en industrie touristique effectuée dans toutes les parties du Canada.

10. Les recommandations pour le prochain colloque étaient les suivantes:

    (a) Les provinces devraient être invitées à apporter leurs suggestions à propos de l'ordre du jour pour le prochain colloque.

    (b) On devrait augmenter la proportion du temps consacré aux groupes de discussion.

    (c) Le prochain colloque devrait faire appel à une organisation plus active et s'orienter vers des réunions-débats, vers des discussions en ateliers, en insistant sur l'implication de délégués du secteur provincial et du secteur privé.

VI. 4e jour

(a) Recherche de capitaux pour les projets d'expansion, 1re partie

(i) G.W. Bethell, Direction de l'expansion de l'industrie, OTC

M. Bethell exposa à grands traits la mesure relative à la mise en application du programme d'expansion de l'industrie touristique. Il souligna qu'avant de passer à leur exécution, les projets devaient être en mesure de faire face aux problèmes-clefs ou aux possibilités tels que définis dans les plans du tourisme provincial. On a signalé que le programme est expérimental parce qu'il doit démontrer que nous pouvons mettre au point des attractions et des aménagements qui auront des impacts significatifs sur les modes de tourisme au Canada et que le programme appelle la création de quelques centres majeurs d'attractions touristiques au Canada.

(ii) M. D. Clendenning, Direction de l'expansion de l'industrie, OTC

M. Clendenning a cité quelques-uns des problèmes qui doivent être affrontés afin d'attirer des capitaux pour l'expansion du tourisme et il a examiné le fondement de l'enquête récemment ordonnée sur le sujet. Il y a eu peu de difficulté pour attirer les capitaux dans les régions urbaines, mais ce fut tout une autre histoire dans les régions rurales.

Il a également déclaré que tout projet de tourisme cherchant des financements privés, doit concurrencer les autres projets venant des divers secteurs de l'économie pour obtenir les fonds disponibles. La solidité de la présentation et la compétence démontrable dans la gestion ainsi que la viabilité financière seront les critères nécessaires sur lesquels on basera toute décision.

(iii) M. E. Burks, P.S. Ross and Associates, Ottawa

M. Burks analysa quelques-uns des résultats qui ressortent de l'enquête qui a été effectuée pour l'Office de tourisme du Canada au sujet de la recherche de capitaux. Il a indiqué certains critères de succès que les investisseurs recherchent:

(a) unicité, capacité d'attirer les gens,
(b) échelle, capacité de retenir les gens,
(c) variété, qui se rattache encore au pouvoir de retenir les gens,
(d) communications,
(e) personnel, un marché du travail sûr,
(f) capacité de gestion,
(g) stabilité et réputation.

(b) Recherche de capitaux pour les projets d'expansion, 2e partie
M. B. McDougall, P.S. Ross and Associates, Ottawa

M. McDougall a décrit comment lui et ses associés ont choisi huit projets d'expansion touristique typiques et les ont étudiés avec le marché des capitaux privés. Il a résulté de la discussion qu'il semble exister quatre principaux types de projets:

(i) A - Les développements urbains majeurs qui sont praticables économiquement et qui n'ont pas besoin d'aide de la part des gouvernements fédéral ou provincial.

(ii) B - Les développements profitables de façon marginale qui ne requièrent pas d'assistance financière du gouvernement, mais qui nécessitent une aide pour entrer en contact avec les institutions financières privées et publiques, ou pour traiter des règlements.

(iii) C - Les développements qui devraient être principalement du secteur privé, mais qui demandent une intervention extraordinaire du gouvernement.

(iv) D - Les projets qui requièrent l'initiative importante du secteur public.

VII. Programme de développement de l'industrie touristique (PDIT)

M. D.C. Bythell, Direction de l'expansion de l'industrie, OTC

M. Bythell mentionna que le concept original du programme de développement de l'industrie (PDIT) et le programme, approuvés en principe par le conseil des ministres, contenaient la notion voulant que les personnes concernées par le PDIT, soient capables de prendre part à l'aide au financement grâce à une participation aux actions. Le but du gouvernement fédéral est d'introduire la flexibilité dans la façon dont les conditions de financement peuvent être présentées et rendues disponibles à l'entreprise. Bien que la Banque d'expansion industrielle ou le gouvernement n'aient aucunement l'intention d'encombrer les sources de financement du secteur privé, on juge que cette assistance doit exister dans le secteur fédéral pour aider l'activité de développement des entreprises partout au Canada comme dernier ressort.

Un autre changement majeur a été le nouveau programme de possibilités du ministère de l'Expansion économique régionale. Il y a quelques mois, les programmes du MEER étaient appliqués presque entièrement aux provinces Atlantiques et de façon moins importante aux provinces de Québec, de l'Ontario, et dans des proportions beaucoup moindres dans les provinces de l'Ouest. Compte tenu du fondement de la collaboration entre les ministères de l'Expansion économique régionale et de l'Industrie et du Commerce, il semblerait souhaitable que les études globales deviennent des documents de consultation et de référence, non seulement en vue de l'obtention d'aide en vertu du PDIT, de l'Office de tourisme, mais aussi de toute aide fédérale du MEER et même de nos programmes fédéraux.

Les mesures du PDIT à compter de décembre 1973 sont:

1. Le rôle important de l'information; cette industrie semble être très mal informée;

2. La mesure visant à apporter l'assistance professionnelle et financière aux provinces dans l'élaboration des plans d'expansion touristique; celle-ci est essentielle à tout le programme;

3. La mesure visant à apporter une assistance financière sélective pour l'expansion des aménagements et des attractions dont on a particulièrement besoin, i.e. la réalisation des projets;

4. Des programmes pour améliorer les normes de productivité et de gestion des opérations du tourisme privé et ainsi faciliter l'accès aux sources de capitaux; ceci comprend par exemple le programme d'amélioration technique;

5. La création de bureaux de tourisme régionaux dans les centres importants du Canada.

VIII. Résumé du colloque

M. G.D. Taylor, Direction de l'expansion de l'industrie, OTC

Lorsque les fonctionnaires de l'OTC ont commencé à organiser ce colloque, l'objectif fixé était le suivant:

> "mettre au point des moyens pour transformer les projets en améliorations nécessaires dans les installations de l'industrie touristique du Canada."

En accord avec cet objectif, le thème choisi était la "planification en vue de l'exécution".

Lors des quatre jours consacrés au colloque, un thème différent a été élaboré au cours de chaque jour selon l'ordre suivant:

1er jour:	Problèmes de l'industrie et de la recherche appliquée
2e jour:	Techniques de planification
3e jour:	Étude globale
4e jour:	Réalisation.

On a suggéré qu'il devrait y avoir un examen des données, de la recherche et des renseignements requis pour la planification, des techniques utilisées pour parvenir aux solutions proposées afin de résoudre les problèmes, du rôle de l'étude globale comme un moyen pour accélérer la planification et le développement, et finalement, il faudrait voir comment le développement peut être réalisé.

Le point qui est apparu évident très tôt, était que le tourisme ne peut être considéré uniquement en termes économiques, mais que les conséquences sociales et que les répercussions sur le milieu doivent recevoir une attention égale. M. Jack Knetsch a entamé les débats en exposant le cadre conceptuel et la raison d'être de ce type d'analyse. Mark Doctoroff a expliqué une nouvelle poussée analytique majeure qui est destinée à fournir un cadre au sein duquel ces impacts peuvent être mesurés. La mise au point d'un modèle d'impact du tourisme est vue comme un instrument essentiel dans l'élaboration de plans solides et dans l'évaluation des propositions de planification.

Walter Garrett et David Livingstone ont attiré l'attention sur l'importance et les sortes de renseignements sur le marché qui sont disponibles. La connaissance de la demande des produits que nous avons à vendre ou que nous pourrions mettre au point pour vendre, est de toute première importance dans la planification.

De façon semblable, les planificateurs doivent tenir compte le plus possible des problèmes auxquels se heurtent les administrateurs qui exploitent l'industrie. John Sibbald donna un aperçu de quelques-uns des problèmes qui confrontent un segment de l'industrie.

La question de savoir comment réaliser la planification est apparue comme un problème capital. En se basant sur une riche expérience pratique et des travaux de recherches abondants, Clare Gunn exposa à grands traits, en s'appuyant sur un exemple spécifique, la façon dont un plan a été mis au point dans une région. Bill Baker énonça les éléments essentiels du processus de la planification, alors que Archie MacKinnon souligna l'importance d'une planification à long terme et insista sur le fait que les décisions doivent être prises sans que tous les faits soient disponibles. Howard Richards a démontré l'importance de la carte comme un instrument utile dans la détermination des régions d'expansion touristique possibles.

L'année dernière, au cours du colloque qui a eu lieu à Montébello, et cette année encore, la nécessité de la participation du public au processus de la planification et de la prise de décision est apparue comme une préoccupation primordiale. Paul Wyatt a étudié un certain nombre de techniques relatives à cette participation qu'il a utilisées au cours du déroulement d'une enquête de planification majeure.

Harold Eidsvik a établi un cadre pratique et logique pour fixer des objectifs. La planification doit être effectuée au sein d'un cadre d'objectifs clairs et accessibles. La réunion-débat chargée de discuter sur le processus de l'étude globale, a indiqué de façon précise la quantité de travail et de réflexion sérieuse qui a été fournie au cours de l'année dernière.

Les rapports des groupes de discussion ont révélé un désir sincère de se débarrasser de quelques-unes des contraintes apparentes et de s'atteler à la tâche de la planification et du développement.

***

ANNEXE I

ORDRE DU JOUR

19 MARS

RECHERCHE SUR LA PLANIFICATION ET LE DÉVELOPPEMENT

PRÉSIDENT: M. G.D. Taylor

9h:-9h:15	Bienvenue et allocution d'ouverture - D.C. Bythell
9h:15-10h	L'utilisation des données en planification - J.L. Knetsch
10h:-10h:15	PAUSE-CAFÉ
10h:15-11h:	L'incidence économique du tourisme - Rapport de situation - M. Doctoroff
11h:-12h:30	Étude du marché actuel et son application à la planification et au développement (a) Enquête d'Air Canada - Walter Garret (b) Étude sur la fragmentation du marché américain - D. Livingstone
12h:30-14h:	DÉJEUNER

PRÉSIDENT: M. E.W. Newton

14h:-15h:	Problèmes posés par le développement de l'industrie touristique - M. John Sibbald, président du Board of Ontario Travel Associations représente l'Association Canadienne de l'industrie touristique
15h:-15h:15	PAUSE-CAFÉ
15h:15-15h:30	Groupes de discussions - G.D. Taylor (six groupes doivent être formés)
15h:30-17h:30	Séance plénière
17h:30-17h:45	Fin de la séance - J.L. Knetsch

SOIRÉE

18h:30	Réception et dîner - Centre national des arts Hôte: Office de tourisme du Canada Rencontre avec les délégués du Colloque sur l'organisation des voyages.

20 MARS

LE PROCESSUS DE PLANIFICATION

PRÉSIDENT: R.W. Yuel

9h:-10h:30	Technique de la planification du tourisme - Clare Gunn
10h:30-10h:45	PAUSE-CAFÉ
10h:45-11h:30	Processus de la planification - W. Baker - expert-conseil en tourisme
11h:30-12h:15	La logique irréfutable de l'analyse en planification - A.A. MacKinnon
12h:15-13h:45	DÉJEUNER

PRÉSIDENT: P. Klopchic

13h:45-14h:30	Cartographie pour la planification - H. Richards
14h:30-15h:15	Participation du public à la planification - P. Wyatt
15h:15-15h:30	PAUSE-CAFÉ
15h:30-17h:30	Groupes de discussion
17h:30-17h:45	Fin de la séance - Clare Gunn

21 MARS

LE PROCESSUS "D'ÉTUDE GLOBALE"

PRÉSIDENT: R.W. Duncombe

9h:-10h:	Fixation des objectifs dans la planification - H.K. Eidsvik, Parcs Canada
10h:-10h:15	PAUSE-CAFÉ
10h:15-12h:	Débat sur l'expérience de "l'étude globale" avec MM. Shaske, Bahnuik, Nixon, McGonigal, McKay, Campbell, et Fergusson.
12h:-13h:30	DÉJEUNER
13h:30-14h:45	Groupes de discussion
14h:45-15h:	Fin de la séance
15h:-15h:15	PAUSE-CAFÉ

CO.-PRÉSIDENTS: G.D. Taylor, G. Bethell et W. Newton

15h:15-17h:	Recommandations découlant des discussions de groupes, discussion.

22 MARS

IL FAUT S'Y METTRE

PRÉSIDENT: G.W. Bethell

9h:-10h:	Recherche de capitaux pour les projets d'expansion, 1re partie
10h:-10h:15	PAUSE-CAFÉ
10h:15-11h:	Recherche de capitaux pour les projets d'expansion, 2e partie
11h:-11h:30	Programme de développement de l'industrie touristique
	Récapitulation/Budgets/Horaire/Formule coopérative
11h:30-12h:30	Discussion
12h:30-	Résumé et fin du Colloque - D.C. Bythell

* * * * *

ANNEXE II

COLLOQUE SUR LA PLANIFICATION ET L'EXPANSION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE

(Extraits des remarques d'ouverture de M. D.C. Bythell)

Des problèmes et des obstacles au développement de l'industrie

... j'ai bon espoir que, au cours de ce colloque, vous pourrez trouver des solutions, ou, du moins, les entrevoir.

1. La plupart des travaux élaborés à partir du Plan de développement du tourisme (PDT) sont encore loin de constituer les documents de base espérés: la plupart d'entre eux sont encore à l'état de projet et n'ont pas atteint le niveau de prise de position; dans la majorité des cas, les provinces ne se sentent pas prêtes à discuter de façon plus approfondie;

2. dans la plupart des PDT, la priorité des projets à réaliser n'a été déterminée et établie que de façon très provisoire. Il est donc difficile de déterminer quelle aide pourrait apporter le fédéral;

3. en général, les budgets provinciaux constituent encore un obstacle: les provinces peuvent tout juste assumer le coût des subventions, inutile de parler de la difficulté qu'elles éprouveraient à réaliser les projets. Mentionnons en passant que les budgets de PDIT de l'OTC sont disponibles en vue: de la formulation des plans; de l'amélioration de la technologie; de l'exécution de mesures gestionnelles (quant aux subventions servant à la réalisation des projets — basées sur les PDT, nous en sommes à l'étape finale de la demande de ressources et nous croyons que cette question importante sera clairement définie d'ici six semaines, peut-être avant);

4. malgré une amélioration rapide, l'appui organisation/personnel nécessaire au développement de l'industrie, demeure toujours un obstacle, en particulier pour certaines provinces;

5. il semble y avoir des lacunes importantes dans les PDT et les projets provisoires examinés et ce, au niveau de l'évaluation des marchés. Avons-nous vraiment étudié nos marchés et l'évolution rapide qui se produit dans les besoins et les désirs des touristes d'aujourd'hui et de demain? La disponibilité de données solides pour appuyer ces considérations fait souvent défaut. Ainsi en est-il des évaluations financières et des prévisions revenus/coûts — celles qui ont été soumises laissent beaucoup à désirer. Cela engendre des difficultés supplémentaires quand il s'agit de trouver de l'aide financière;

6. la majorité des projets provisoires soumis se rapportent aux installations possédées et exploitées par les gouvernements: on a, semble-t-il, davantage tendance à travailler avec les plans de développement gouvernementaux comme les parcs, par exemple, etc. qu'à susciter l'intérêt et la participation du secteur privé;

7. peu d'entre nous ont songé au long chemin à parcourir — et même au temps qu'il faut passer entre la conception d'un projet, les consultations, les études de faisabilité, le processus de prises de décision "on y va ou on n'y va pas", le financement et la mise au point finale, la construction, la mise en chantier — toutes des étapes qui deviennent de plus en plus compliquées par l'interaction des responsabilités à tous les niveaux de gouvernement, par les considérations qu'il faut apporter aux politiques et aux contrôles publics et enfin par la nécessité nouvelle de faire correspondre soigneusement le développement du tourisme avec les considérations et les lignes directrices destinées à protéger l'environnement;

8. on est encore en plein brouillard lorsqu'il s'agit de déterminer quels seraient les partenaires les plus appropriés, les plus pertinents et les plus prometteurs pour oeuvrer au développement touristique. Au niveau des provinces, en particulier, on se pose les questions suivantes: avec quels ministères provinciaux, avec quels ministères fédéraux devrait-on travailler?;

9. Enfin, le milieu financier traditionnel est encore sceptique quand il s'agit d'investir dans des activités touristiques.

Malgré cette kyrielle de problèmes et d'obstacles non encore résolus, il n'y a, selon moi, aucune raison de se décourager. À l'heure actuelle, l'industrie progresse. Je suis d'ailleurs persuadé que, si au cours de ce colloque vous pouvez régler au moins quelques-uns de ces problèmes, ou entrevoir des solutions, les efforts que vous aurez déployés auront été des plus profitables pour notre industrie.

Je vous souhaite de nouveau la plus chaleureuse des bienvenues. Et maintenant, au travail!

Mars 1974