

ATELIER

DIALOGUE SUR LES DESTINATIONS 2024

RAPPORT

Créer des expériences
inoubliables pour
les visiteurs

Novembre 2024
Rédigé par Celes Davar

📍 Montréal (Québec)



Table des matières

- 3 Investir dans l'élaboration d'une approche du développement des expériences propre à chaque destination
- 4 Adopter une approche de développement des expériences en dix étapes
- 8 Études de cas
- 9 Avantages

Découvrez les principales notions et leçons présentées dans le cadre du [Dialogue sur les destinations de 2024](#), webinaire et atelier virtuel organisé par Destination Canada en septembre dans le but d'inspirer, d'informer et d'outiller les spécialistes du développement des destinations rurales. Le présent rapport est rédigé par [Celes Davar](#), animateur du Dialogue sur les destinations, et reflète le point de vue personnel de l'auteur et sa contribution à la discussion. Le rapport reprend et approfondit les idées et les points de vue échangés lors de l'atelier en ligne. Destination Canada publie ce rapport indépendant avec l'autorisation de Celes Davar. Le rapport du webinaire est disponible [ici](#).



À propos de Celes Davar

Celes Davar est président et propriétaire d'Earth Rhythms, une entreprise touristique axée sur les expériences fondée en 1995, et établie sur le territoire non cédé des Mi'kmaq de la vallée de Gaspereau, dans l'ouest de la Nouvelle-Écosse. Il est aussi guide-conteur, animateur d'ateliers communautaires, défenseur du tourisme régénérateur, catalyseur communautaire et coach en tourisme expérientiel.

Investir dans l'élaboration d'une approche du développement des expériences propre à chaque destination

Consultez les mesures suivantes, qui s'inscrivent dans une approche globale suggérée pour le développement des expériences au sein d'une destination, afin d'améliorer collaborativement la capacité du tourisme régénérateur axé sur les expériences.

Mise en place d'un groupe de travail composé des bonnes personnes dans la destination : réunir un groupe de travail diversifié, formé d'exploitants d'entreprises touristiques, de spécialistes du développement économique, de personnes issues de groupes sous-représentés et même de personnes représentant de potentiels organismes commanditaires, et mettre l'accent sur le développement de relations, la collaboration, les initiatives fructueuses, l'inclusion et la participation d'hôtes communautaires non traditionnels comme conteurs.

Investissement pour une période d'au moins trois ans pour favoriser l'évolution locale de l'encadrement et du développement des expériences : effectuer une analyse de rentabilisation pour cet investissement et cibler les avantages qui pourraient en découler.

Encadrement des hôtes communautaires et développement de nouvelles expériences immersives axées sur une approche narrative avec ces hôtes : adopter une approche systématique pour encadrer et développer ces nouvelles expériences.

Investissement dans la formation et l'apprentissage communs en matière de durabilité et de mesures, pratiques et méthodes régénératrices : contribuer aux objectifs de développement durable des Nations Unies, ce qui permet de réduire les déchets et les émissions de carbone et de stimuler l'utilisation des énergies renouvelables ainsi que les investissements dans les projets communautaires qui restaurent les écosystèmes.

Exploration des différentes sources de financement des gouvernements, des fondations, des agences de développement économique et des organismes municipaux : reconnaître que le tourisme, qui contribue grandement à l'économie actuelle, mérite des investissements beaucoup plus importants, et ce, non seulement pour stimuler les recettes ou obtenir un rendement du capital investi, mais aussi parce que le secteur du tourisme peut apporter des bénéfices nets à nos collectivités, protéger nos cultures régionales et notre écologie, et être à l'avant-garde en matière de durabilité. Dans le cadre de ce processus, il faut également élaborer de nouveaux indicateurs.



Saskatoon (Saskatchewan)

Adopter une approche de développement des expériences en dix étapes



1 MENTORAT

Il faut identifier des mentors qui ont les compétences et l'expérience requises pour encadrer les nouveaux conteurs et hôtes d'expériences, de même que contribuer au développement de nouvelles expériences : renforcer les capacités; former les mentors à l'aide de toutes les ressources offertes au Canada, dans la province, le territoire ou la région; élargir le répertoire; cibler les personnes qui désirent recevoir de la formation et préparer la formation à l'intention des mentors.

Il s'agit d'un facteur et d'un domaine d'investissement essentiels : l'accélération du développement des expériences nécessite un encadrement. L'évolution de la promotion d'une région, d'un paysage et des possibilités offertes aux visiteurs dépend de l'élargissement du répertoire de nouveaux récits et de nouvelles expériences et destinations.



2 REPÉRAGE DE JOYAUX POTENTIELS DANS LA COMMUNAUTÉ

Dans toutes les destinations, il y a des gens dont les récits peuvent se prêter à la création d'expériences uniques pour les visiteurs. Ces personnes sont appelées les « **joyaux de la communauté** ». Le processus de recherche de conteurs et d'hôtes figure ci-dessous.

- Entretenir des relations avec les gens pour connaître leur histoire, leur milieu de vie et leurs passions.
- Favoriser les nouvelles idées en sondant leur intérêt pour la création d'une expérience autour de leur métier, leur propriété ou leurs produits locaux.
- Offrir du soutien au développement de l'expérience par l'entremise d'un processus collaboratif avec un organisme de marketing de destination (OMD) ou le personnel responsable du développement économique régional.
- Veiller à la pertinence de la nouvelle expérience par rapport au lieu, à l'emplacement ou à la collectivité.

Expériences inoubliables pour les visiteurs



Où trouver les joyaux de la communauté? Dans les marchés de producteurs et les festivals, dans les journaux locaux et les guides culinaires provinciaux ou régionaux, auprès d'organismes locaux de conservation, d'art, d'artisanat, de culture et d'arts du spectacle, et même grâce aux recommandations de nos proches.



3 ÉLABORATION D'UNE DEMANDE D'EXPRESSION D'INTÉRÊT

Il faut dresser une liste de conteurs potentiels dans la région. Qui sont les conteurs (joyaux de la communauté) prêts à investir du temps et des ressources pour créer de nouvelles expériences au sein de leur entreprise? Il faut ensuite créer une demande d'expression d'intérêt pour informer les hôtes communautaires intéressés de l'engagement et du soutien qu'ils recevront et les inviter à présenter leur candidature. Il faut évaluer les candidatures admissibles avec rigueur pour trouver les bons joyaux de la communauté qui sont bel et bien prêts à consacrer temps et efforts au développement de nouvelles expériences.



4 SÉLECTION DE NOUVEAUX HÔTES D'EXPÉRIENCES

À partir de la liste de conteurs et d'hôtes et de la demande d'expression d'intérêt, il est possible de mettre en place un processus de sélection pour cibler les hôtes communautaires non traditionnels qualifiés. Voici quelques mesures à prendre à cet égard.

- **Élaborer des critères de sélection** pour aider à cibler les personnes prêtes à investir du temps et des ressources.
- **Repérer un OMD** ou une personne responsable du développement économique régional ou du tourisme pour mettre en œuvre ce processus.
- **Créer un groupe de collègues** de différentes professions pour assurer la diversité ainsi que le suivi et les investissements relatifs au processus.
- **Sélectionner seulement quelques hôtes d'expériences à encadrer annuellement**, en fonction de la capacité d'encadrement régionale, du budget et de la capacité à soutenir le processus de développement du marketing.



5 DÉVELOPPEMENT DES EXPÉRIENCES

Une approche régionale de la formation et du développement des capacités permettant de soutenir de nouvelles expériences pendant plusieurs mois devrait comprendre les éléments importants suivants.

- **Ressources de formation de base** : boîte à outils pour le développement des expériences, guide ou autres ressources utiles axées sur le développement des expériences.
- **Mentors** : personnes dont le rôle est de contribuer au développement de chaque expérience, de la conception jusqu'au lancement, et de veiller à ce que chaque expérience soit toujours régénératrice. Le processus de développement complet peut prendre plusieurs mois.
- **Visites sur place** : visites pour voir et découvrir le lieu ou la propriété de l'hôte, évaluer la logistique et veiller à la préparation au marché. Une visite sur place ouvre également la voie au processus créatif entre le mentor et l'hôte de l'expérience.
- **Séance de remue-méninges créative** : processus itératif qui peut prendre plusieurs semaines ou, plus probablement, plusieurs mois, en fonction des capacités et des disponibilités de l'hôte, ainsi que d'autres facteurs propres à l'expérience, comme les conditions météorologiques locales et la capacité de la communauté.
- **Matériel lié à l'expérience** : accessoires, outils et matériel propres à chaque expérience qu'il peut être nécessaire d'acheter.
- **Établissements des coûts et tarification** : étape devant être effectuée correctement afin que la décision de lancer le produit sur le marché repose sur des bases solides.



6 MISE EN ŒUVRE D'UN ESSAI PILOTE DE L'EXPÉRIENCE

L'essai pilote est l'occasion de tester l'expérience avec un petit groupe de personnes pouvant fournir de la rétroaction utile et constructive. Toutes les personnes qui participent à l'essai pilote devraient recevoir de l'information concernant l'objectif de l'essai et la manière de fournir de la rétroaction. Le groupe doit inclure le personnel de l'OMD, le personnel responsable du développement économique, le personnel des entreprises touristiques ou des voyagistes d'intérêt dans la région, ainsi que quelques membres de la communauté susceptibles de participer et pouvant donner une rétroaction honnête. Il est essentiel d'allouer un budget à l'essai pilote pour soutenir l'hôte d'une nouvelle expérience. Un coordonnateur de l'OMD régional devra coordonner la mise en œuvre de l'essai pilote.



7 CRÉATION DU MATÉRIEL DE MARKETING NUMÉRIQUE

Il est primordial de disposer d'un budget et de s'engager à investir dans la création de contenu numérique pour chaque expérience. Contrairement à l'approche habituelle de vente au détail ou de marketing de produits, des vidéastes et des photographes qui savent raconter une histoire doivent être embauchés. Trois principaux éléments de contenu doivent être produits :

- des photographies à haute résolution;
- une vidéo de présentation du conteur hôte, de son histoire et de son milieu de vie;
- une vidéo sur les points forts de l'expérience montrant ce à quoi les visiteurs peuvent s'attendre.

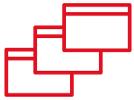
Pour créer du contenu marketing, il faut faire appel à des rédacteurs, des éditeurs et des spécialistes du marketing. C'est l'occasion de nouer de nouvelles relations avec des professionnels locaux et d'élargir leur portée dans le domaine du tourisme grâce à des techniques de narration.



8 CONFIRMATION DE L'ÉTAT DE PRÉPARATION AU MARCHÉ

La préparation au marché permet de peaufiner l'expérience et de s'assurer qu'elle est prête à être lancée.

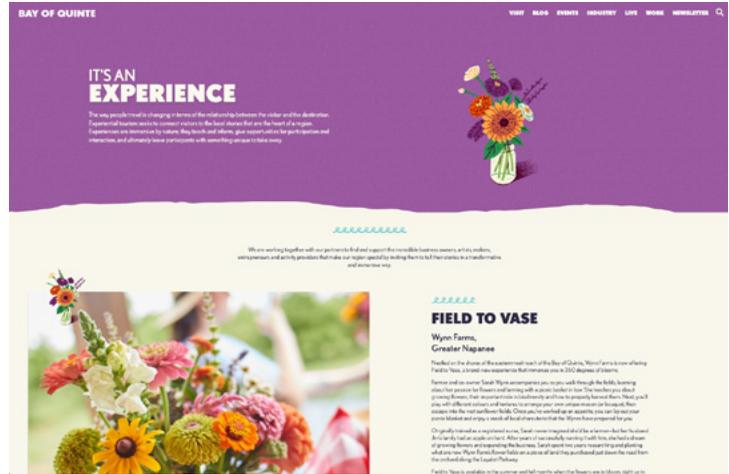
Chaque hôte a un niveau de compétence différent, en fonction de son expérience et du fait qu'il ait déjà accueilli ou non des visiteurs. C'est pourquoi il est nécessaire d'établir des critères cohérents. Lorsqu'il est possible de le faire, il est préférable d'utiliser les critères de préparation au marché de l'OMD ou de la province ou du territoire. Autrement, il est possible d'élaborer ses propres critères ou de collaborer avec d'autres personnes prêtes à présenter leurs critères. Ensuite, il convient de parachever l'expérience en vue du lancement et de finaliser le contenu marketing pour le site Web, le matériel imprimé et les promotions en même temps que le nouveau matériel de marketing numérique.



9 CRÉATION D'UNE PAGE DE RENVOI POUR LE SITE WEB AINSI QUE D'UNE PLATEFORME DE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Il est essentiel de mettre en place un site Web et une plateforme de commerce électronique (comme EventBrite ou FareHarbor) afin que l'OMD et l'hôte de l'expérience puissent facilement effectuer des réservations et des ventes.

L'OMD régional et l'hôte de l'expérience doivent bien comprendre leurs responsabilités respectives en ce qui concerne la mise en place de tous les éléments et la mise à jour du contenu. Leurs responsabilités en matière de marketing collaboratif doivent également être précisées. De quoi l'OMD est-il responsable sur le plan du marketing? Comment chaque hôte doit-il commercialiser son expérience à partir de son propre site Web et de ses médias sociaux?



bayofquinte.ca/visit/experiences

Voici le site Web de Bay of Quinte, en Ontario, qui présente la page de renvoi des nouvelles expériences où figurent plusieurs nouveautés offertes aux visiteurs. Il s'agit d'une nouvelle approche marketing et d'une nouvelle voie d'accès pour l'OMD et sa clientèle. Cette approche permet à l'OMD de soutenir ses cinq partenaires municipaux et régionaux ainsi que les nouveaux hôtes d'expériences et reflète les investissements effectués sur le plan du contenu numérique comme la photographie et les vidéos.



10 LANCEMENT, VENTE ET MARKETING

La dernière étape consiste à lancer l'expérience en s'appuyant sur des tactiques de vente et de marketing. Idéalement, un budget triennal est alloué au lancement, à la vente et au marketing. Il conviendrait de définir clairement les grandes lignes de cette étape, afin que chaque hôte d'expérience sache ce que son OMD lui proposera comme promotions de marketing. Encore une fois, l'hôte et l'OMD devront comprendre leurs responsabilités respectives en ce qui concerne la mise à jour de leurs sites Web, leurs descriptions de marketing, leur calendrier d'offres, leur plateforme de commerce électronique pour les ventes et les réservations, et le suivi des ventes.

Études de cas

Les études de cas suivantes illustrent la façon dont quelques organismes, OMD et communautés canadiennes ont entrepris leurs propres démarches pour investir dans le développement des capacités et assurer la mise en marché de nouvelles expériences pour les visiteurs grâce aux mesures de soutien régionales appropriées.



- **Étude de cas n° 1 :** [Création d'expériences au sein de la Meewasin Valley Authority](#)



- **Étude de cas n° 2 :** [Création d'expériences dans le Sud-Ouest de l'Ontario](#)



- **Étude de cas n° 3 :** [Création d'expériences dans la baie de Quinte](#)



- **Étude de cas n° 4 :** [FoodArtNature dans la vallée de l'Annapolis \(Nouvelle-Écosse\)](#)

Avantages

L'objectif du développement d'expériences inoubliables et régénératrices pour les visiteurs est de concevoir d'excellentes expériences, hautement immersives et concrètes, qui sont axées sur les récits d'un guide-animateur et qui permettent aux visiteurs de garder un souvenir de l'expérience et d'être transformés et influencés par les gens et les lieux qu'ils visitent. Si l'expérience régénératrice est exceptionnelle, les visiteurs deviendront des ambassadeurs de la destination tout aussi exceptionnels.

La durabilité et les pratiques régénératrices sont au cœur de la mise en œuvre de l'expérience des visiteurs, et ce, au profit de l'entreprise, de la communauté, de l'écologie locale et de la planète.

En repensant la manière dont nous développons les expériences offertes aux visiteurs pour faire du tourisme une force en faveur du bien commun, nous pouvons inclure de nouveaux hôtes d'expériences et inspirer les entreprises pour qu'elles génèrent de nouvelles sources de revenus de manière novatrice. Ce processus favorise également la gestion des capacités dans le respect de l'écologie locale et des infrastructures municipales, et crée de nouvelles façons d'émerveiller et de transformer les visiteurs.

Un investissement pancanadien dans le développement d'expériences prendra du temps, mais il engendra des retombées à long terme.

- **Le développement d'expériences pour les visiteurs dans les destinations canadiennes est un processus collaboratif de conception.** Tout le monde apprend au cours de ce processus.
- **L'accent est mis sur le renforcement des capacités de la population de la destination.** Le financement nécessaire pour y parvenir est essentiel à la réussite à long terme.
- **Les mentors n'offrent pas de plans, mais ils sont formés pour poser des questions, cibler les possibilités et inspirer.** Si les mentors posent les bonnes questions, les hôtes d'expériences fourniront les bonnes réponses.
- **Tout le monde comprend que le développement d'expériences prend du temps.** Il s'agit d'un processus qui nécessite la participation active d'un mentor, de l'hôte de l'expérience et d'un OMD ou d'une personne-ressource de la région, et ce, de la conception au lancement.
- **La relation avec l'OMD ou l'organisme de soutien permet d'approfondir les relations de manière durable.** C'est à ce moment qu'a lieu la transformation de l'hôte de l'expérience, au fur et à mesure qu'il avance dans le processus. Alors, la confiance s'installe entre tous les partenaires.

Lire le rapport sur le webinaire du Dialogue sur les destinations de 2024 [ici](#).



Onhwa' Lumina (Québec)



Fox Harbour (Nouvelle-Écosse)