

GUIDE DE MISE EN ŒUVRE DE LA RÉGION DE VANCOUVER, CÔTE ET MONTAGNES (VCM)

Étude de cas sur la ville de Surrey

Août 2024



INTRODUCTION



Le [Guide de mise en œuvre de la gestion et du développement de la destination](#) de la région de Vancouver, Côte et Montagnes (VCM), document complémentaire à sa [Stratégie régionale de développement de la destination](#), met en relief les liens entre la gestion et le développement des destinations touristiques et les rôles et responsabilités des municipalités. Le guide et les études de cas qu'il renferme soulignent l'influence des décisions administratives sur le tourisme et les avantages d'une collaboration entre la municipalité et la communauté pour les visiteurs, la population locale, les partenaires de l'industrie et l'environnement.

ADAPTATION DU GUIDE POUR D'AUTRES DESTINATIONS



Les trois études de cas illustrent concrètement l'application du [Guide de mise en œuvre](#) de la région de VCM, qui peut être adapté à d'autres destinations. Le cas de la ville de Surrey en particulier montre les premières étapes de la gestion et du développement d'une destination, qui correspondent vraisemblablement à la situation actuelle de nombreuses destinations canadiennes.

Voici quelques exemples du travail que l'organisme Discover Surrey a déjà accompli :

- La recherche et l'élaboration des plans qui orientent le développement et la croissance du tourisme dans la ville. Par exemple, en 2023, l'organisme a réalisé une étude sur la valeur du tourisme en collaboration avec Destination BC.
- L'association de biens communautaires pour créer de nouvelles expériences touristiques immédiatement commercialisables. C'est ainsi qu'à l'été 2021, la ville a inauguré le Spice Trail, un parcours culinaire qui a fait bondir de 25 % l'indice d'opinion sur le tourisme à Surrey par rapport à la moyenne de la province.

Des éléments des trois phases du [continuum touristique](#) (p. 22) entrent en jeu à Surrey : peu de produits et d'expériences immédiatement commercialisables; une planification communautaire axée sur le développement économique et culturel, mais faisant peu référence au tourisme; la reconnaissance des défis et du potentiel touristiques; un organisme de marketing de destination (OMD) actif qui perçoit et utilise à bon escient la taxe de vente municipale et de district régional; les premiers pas d'une collaboration entre partenaires touristiques; et la reconnaissance de l'importance économique et sociale de l'accueil d'événements.



La mise en œuvre de la **Stratégie de la région de VCM** se fait en trois étapes (p. 26 à 28), qui, dans le cas de la ville de Surrey, correspondent davantage aux étapes 1 et 2.

1

L'étape 1 est axée sur l'analyse des chevauchements entre la gestion et le développement du tourisme et les rôles, responsabilités et fonctions des municipalités. Les thèmes du développement de la destination indiqués dans le [Guide de mise en œuvre](#) de la région de VCM orientent cette analyse. Dans le cas de la ville de Surrey, deux des thèmes du développement de la destination sont explorés, soit le transport et les infrastructures, d'une part, et le développement de produits et d'expériences, d'autre part, et des possibilités de partenariats avantageux pour l'industrie du tourisme et la collectivité sont mises en relief.

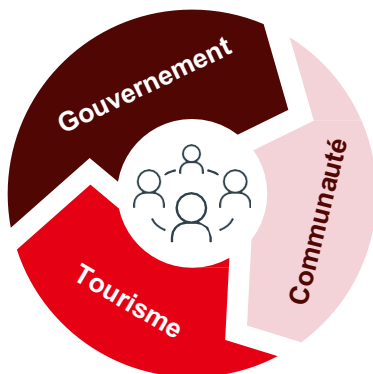
2

L'étape 2 est axée sur l'exploration des intérêts communs avec les municipalités. Dans l'étude de cas, les partenaires touristiques ont entrepris une collaboration et reconnaissent davantage la valeur du tourisme, et il y a moyen de poursuivre le développement et la gestion touristiques dans le processus de planification de la Ville.

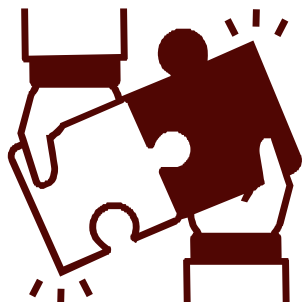
Le plan d'action donne un aperçu des étapes suivantes pour la destination, notamment l'utilisation de forums pour approfondir le dialogue avec la population, la sensibilisation accrue du personnel et du conseil municipaux, et l'information continue sur la valeur du tourisme pour l'économie locale et la qualité de vie des résidents. La collaboration continue prévue dans le plan d'action se poursuivra tout au long de l'étape 2 et mènera la ville de Surrey à l'étape 3.

GUIDE DE MISE EN ŒUVRE DE LA RÉGION DE VANCOUVER, CÔTE ET MONTAGNES

Étude de cas sur la ville de Surrey



Comme l'indique le [Guide de mise en œuvre](#) de la région de VCM, les décisions des élus municipaux influent sur le tourisme – leur collaboration avec les organismes communautaires, sur la base et dans le respect des intérêts de la ville, est essentielle au succès de la destination touristique.

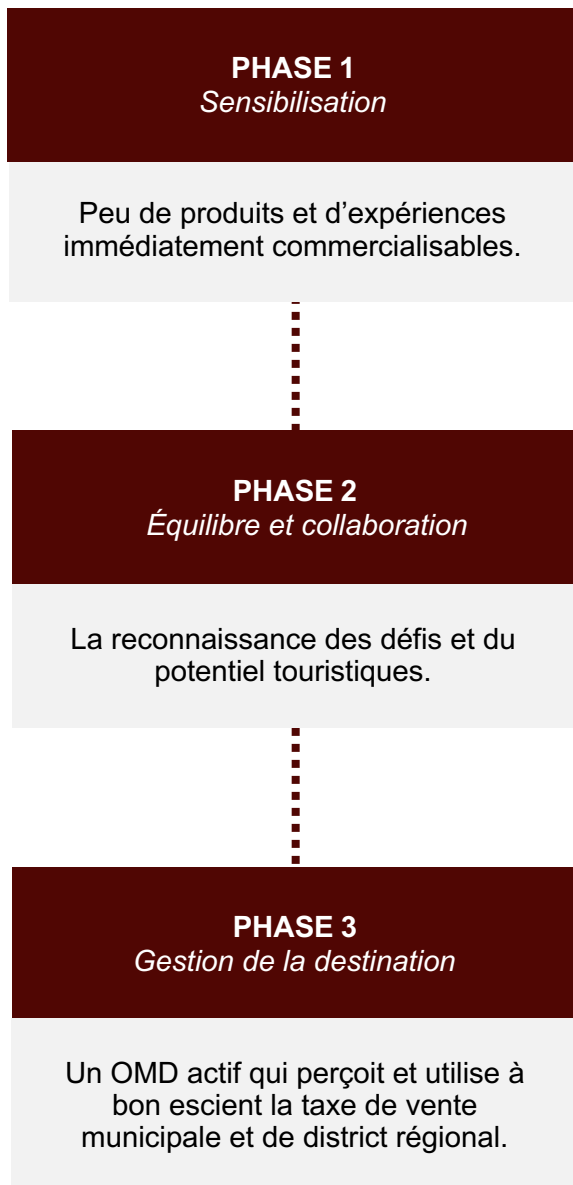


Discover Surrey a déjà commencé à réunir les pièces du casse-tête pour la gestion et le développement de la ville comme destination touristique. En collaboration avec Destination BC, elle a réalisé une enquête sur la valeur du tourisme et conçu de nouvelles expériences touristiques immédiatement commercialisables, comme le parcours culinaire Spice Trail.

1 Continuum touristique

Le continuum touristique décrit dans le [Guide de mise en œuvre](#) de la région de VCM permet d'évaluer la situation de la ville par rapport à son développement en tant que destination.

Dans le cas de Surrey, des éléments des trois phases entrent en jeu, comme l'illustrent les exemples ci-dessous.



2 Approche de la mise en œuvre

	Priorités	Ville de Surrey
ÉTAPE 1	Analyse des chevauchements entre la gestion et le développement du tourisme et les rôles, responsabilités et fonctions des municipalités.	Deux des thèmes de développement de la destination sont explorés, et des possibilités de partenariats avantageux pour l'industrie du tourisme et la collectivité sont mises en relief.
ÉTAPE 2	Exploration des intérêts communs avec les municipalités.	Les partenaires touristiques ont entrepris une collaboration et reconnaissent davantage la valeur du tourisme, et il y a moyen de poursuivre le développement dans le processus de planification de la Ville.
ÉTAPE 3	Présentation des résultats et des recommandations.	Cette étape sera réalisée plus tard.



3 Plan d'action

Le plan d'action dans l'étude de cas sur la ville de Surrey donne un aperçu des étapes suivantes pour la destination, notamment :



L'utilisation de forums pour approfondir le dialogue avec la population.



Une sensibilisation accrue du personnel et du conseil municipaux.



L'information continue sur la valeur du tourisme pour l'économie locale et la qualité de vie des résidents.