

SYNTHÈSE DES ATELIERS

FORUM CÔTE-NORD 2018

ATELIER SUR LA MAIN D'OEUVRE

1. Mettre en place une agence régionale de main-d'œuvre touristique

- ▶ Faire le recrutement, la formation, le placement et l'évaluation de la main-d'œuvre
- ▶ Garder les travailleurs à l'année en optimisant leur placement dans plus d'une entreprise touristique selon les besoins saisonniers
- ▶ Offrir des services clé en main pour accueillir la main-d'œuvre de l'extérieur (ex. : logement)
- ▶ Garder une « traçabilité » des jeunes de la région qui étudient à l'extérieur dans des domaines pertinents et les rappeler régulièrement pour garder un lien avec eux
- ▶ Coordonner des stages, notamment les stages internationaux

2. Recourir à des bassins de main-d'œuvre qui sont sous-représentés actuellement

- ▶ Autochtones
- ▶ Retraités (recyclage en tourisme)
- ▶ Immigrants

3. La grande séduction : promouvoir l'attractivité de la région pour les travailleurs

- ▶ Faire la promotion du style de vie de la région / plan de communication
- ▶ Faire vivre aux jeunes des expériences dans notre milieu (ex. : Place aux jeunes / séjours exploratoires)
- ▶ Programme d'ambassadeurs
- ▶ Faire le recrutement au bon endroit, fréquenter les foires de l'emploi à l'extérieur de la région

4. Guichet unique en formation

- ▶ Offrir de la formation en région pour être moins dépendant de l'extérieur.

5. Créer des services d'accueil pour favoriser la rétention des travailleurs

- ▶ Programmes incitatifs à l'établissement
- ▶ Développer des unités de logement pour s'assurer qu'on couvre leurs besoins (en particulier dans les petits villages)
- ▶ Intégration sociale des immigrants – favoriser les rencontres (5 à 7, etc.), l'éducation de la communauté d'accueil, etc.
- ▶ Favoriser des lieux/occasion pour rencontrer l'amour

ATELIER SUR LE TOURISME AUTOCHTONE

Engouement pour le développement du tourisme autochtone qui vient de toutes parts, soit des communautés et de l'extérieur. Pour réussir :

1. Rapprochement entre deux grandes solitudes ; dans le respect des valeurs autochtones

- ▶ Véritables liens de confiance à bâtir. Créer des relations, pas seulement chercher un partenariat ponctuel pour un projet. S'impliquer de part et d'autre.
- ▶ Bâtir des ponts : Provoquer des rencontres avec les gens dans les communautés
- ▶ Ne pas imposer un modèle classique de développement touristique : éducation du reste de l'industrie à faire sur ce point
- ▶ Mise en garde contre l'appropriation culturelle
- ▶ Développer un « protocole » pour se préparer à travailler ensemble : que les centres d'amitié se déploient sur la Côte-Nord
- ▶ Toutes les communautés fonctionnent différemment. 9 communautés sur la Côte-Nord. Plusieurs belles initiatives pour offrir un poste au CA pour les représentants autochtones
- ▶ Prolonger des initiatives comme Innu Rassemble

2. Structure de concertation et de maillage entre les communautés entre elles et l'industrie

- ▶ Développer une **ressource ou une structure définie** pour le développement touristique dans chaque communauté
- ▶ Faciliter un point de contact avec le reste de l'industrie
- ▶ Permettre le maillage. Transfert de connaissances. Mentorat
- ▶ Calendrier commun pour la complémentarité offre

3. Authenticité recherchée par les touristes

- ▶ Pour que ça fonctionne, un élément fondamental est le respect des éléments de la culture :
 - L'initiative doit venir des autochtones (ils doivent être les premiers intéressés) et doit se développer à leur rythme.
 - Miser sur la qualité de l'expérience. **Importance de s'attarder à la mise en valeur (et non la mise en scène).**
 - Respecter la capacité et la volonté de livrer, sans essouffler les gens. Partir lentement et petit.
 - Identifier les spécificités dans chacune des communautés

4. Affichage touristique autochtone / Effort plus concerté de mise en valeur

- ▶ Panneaux d'interprétation
- ▶ Promotion commune des événements
- ▶ Créer l'appartenance et la fierté

5. Saisir les opportunités que l'industrie touristique offre pour les jeunes

- ▶ Culture entrepreneuriale : Développer la confiance des jeunes pour qu'ils aient envie de se partir des entreprises touristiques
- ▶ Mettre en valeur la main-d'œuvre autochtone / carrière touristique
- ▶ Formation

ATELIER SUR L'ENTREPRENEURIAT TOURISTIQUE ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE

- ▶ Offrir du support à l'entrepreneuriat via de la formation, notamment en ligne :
 - École de mentorat
 - Espace de coworking, en prenant en considération la phase de maturité de l'entreprise touristique (pas seulement du support au démarrage).
- ▶ Développer des circuits thématiques panrégionaux et les promouvoir adéquatement via une agence de forfaitisation avec plusieurs points de services et impliquant plusieurs entreprises.
- ▶ S'assurer d'être considéré par les bailleurs de fonds et les institutions financières comme une industrie à part entière qui a des particularités propres, nécessitant une modulation des critères.
 - Ex. Congé d'intérêt en saison creuse (prêteur), considérer les coûts et l'achalandage propres à la région
- ▶ Pour TCN : S'appuyer sur les statistiques à disposition pour mettre en lumière les exemples de réussite et pour faire connaître les opportunités d'affaires inexploitées en lien avec la demande exprimée par la clientèle.
- ▶ Consolider les attraits existant et favoriser l'innovation pour l'augmentation de clientèles et des revenus autonomes.
- ▶ Travailler à la prolongation de la saison touristique et au développement du tourisme hivernal.
- ▶ Créer un guichet unique pour aider et simplifier le travail des entreprises dans leurs efforts de promotion, de développement et de réseautage. Créer une trousse d'accompagnement pour les promoteurs.
- ▶ Harmoniser les formulaires de demande d'aide financière des bailleurs de fond : Ils demandent tous la même chose, mais de façon différente, ce qui alourdit considérablement le travail des promoteurs.

ATELIER SUR L'ACCESSIBILITÉ À LA RÉGION

- ▶ Relier la route 138 entre Baie-Sainte-Catherine et Tadoussac par un **PONT**. Comme c'est dit un peu partout : **LA SOLUTION, C'EST UN PONT**.
- ▶ Route 138 : Mieux l'aménager, mieux l'entretenir, développer des voies doubles et des espaces de dépassement, définir des haltes routières.
- ▶ Prolongement de la 138 en Base Côte-Nord et création de la boucle nordique Labrador Côte-Nord.
- ▶ Amélioration du transport aérien : Coûts plus accessibles.
- ▶ Lien inter-rives Gaspésie, Anticosti, Côte-Nord. Vente du Grand tour du Saint-Laurent et possibilité de forfaits Parc Canada et SÉPAQ des Parcs Forillon, Anticosti, Archipel de Mingan, Parc Marin et le Parc du Fjord du Saguenay.

ATELIER SUR L'IMAGE DE MARQUE DE LA RÉGION

- ▶ L'image de marque de la baleine et du slogan sont bien acceptés et représentatifs.
- ▶ Nos images et/ou la façon dont on les utilise devraient faire plus ressortir nos plages, notre nature et nos *roadtrips*.
- ▶ L'image de la Côte-Nord devrait inciter à aller plus loin.
- ▶ L'image de marque de la Côte-Nord devrait être véhiculée par des influenceurs et des ambassadeurs.
- ▶ Elle devrait être enseignée aux Nord-Côtiers : mieux se connaître et mieux connaître notre industrie touristique.
- ▶ Notre image se reflètera ainsi également dans notre accueil des visiteurs.