



hearst

ontario • canada

1-800-655-5769

[www.hearst.ca](http://www.hearst.ca)



SNOWMOBILING IN HEARST ONTARIO

# **Plan triennial 2013-2016**

## **Tourisme Hearst Tourism**

Dans le cadre des travaux du plan d'action 2012 de la CDÉ de Hearst, une consultation a été tenue en mai et par la suite, un comité d'actions pour le développement touristique a vu le jour. Ce comité d'actions s'est rencontré en septembre 2012 et voici les orientations et les actions qui découlent de ces travaux.

### **OBJECTIFS DU COMITÉ :**

Dans le cadre d'une mobilisation dans le secteur touristique, le comité a comme objectifs de :

- Développer et diffuser l'offre touristique du territoire de la Ville de Hearst;
- Appuyer la CDÉ dans ses efforts touristiques;
- Maximiser les retombées économiques;
- Promouvoir le partenariat dans l'industrie touristique;
- Créer une visibilité pour la Ville de Hearst.

### **MEMBRES DU COMITÉ D' ACTIONS TOURISTIQUES**

- Un représentant du conseil municipal- monsieur Jonathan Blier
- Trois représentants des intervenants touristiques- mesdames Mélanie Veilleux, Hearst Air Service, Nancy Jacques, Villa Motel et Angèle Guindon-Brunet, Marina Veilleux
- Un représentant arts et culture, monsieur Jacques Doucet
- Deux représentants de la CDÉ de Hearst, madame Sylvie Fontaine, directrice générale et monsieur Daniel Lemaire, président
- Un représentant de RDÉE Ontario, madame Francine Lecours
- Un représentant de Nordaski, monsieur Gilles Matko
- Un représentant du Conseil des arts de Hearst, madame Valérie Picard
- Un représentant de la radio communautaire CINN-FM, madame Cathy Rancourt
- Un représentant de la communauté, monsieur Gaëtan Longval

Le comité sera appuyé par le personnel de la CDÉ de Hearst et des étudiants embauchés durant la période estivale.

Le plan s'attaque aux enjeux suivants :

- Augmentation des séjours, de la durée des séjours et des dépenses touristiques afin d'augmenter les retombées économiques sur le territoire;
- Renforcement du positionnement de Hearst comme destination touristique :
  - plein air pour quatre saisons;
  - culturelle et patrimoniale;
  - sportive;
- Amélioration des services du secteur touristique pour les clientèles (touristes qui nous visitent et les entreprises touristiques);
- Création d'un effet de mobilisation des partenaires touristiques vers les services touristiques de la Ville de Hearst.

Pour se faire, trois axes d'intervention ont été identifiés et c'est à travers de ceux-ci que se déploie la stratégie et les actions proposées :

- l'accueil et l'information touristique;
- la commercialisation, la visibilité et la promotion;
- l'amélioration et le développement de l'offre touristique.

Voici les actions ciblées selon les axes d'interventions :

### **L'ACCUEIL ET L'INFORMATION TOURISTIQUE**

Le Centre d'accueil Gilles Gagnon est visible et accessible à longueur d'année. Il devient donc important d'avoir un personnel compétent et bien formé pour offrir un service d'accueil de qualité. Il va de soi que ceci est aussi vrai pour le personnel de première ligne avec les visiteurs de Hearst (taxis, stations-service, garages, quincailleries, dépanneurs, etc.). La CDÉ de Hearst produira et distribuera un répertoire aux employés de ces entreprises afin qu'ils puissent informer les visiteurs. Le développement d'une culture d'accueil à Hearst permettra de nous démarquer par un avantage distinctif et aussi, aux visiteurs de se sentir les bienvenus et de vraiment pouvoir dire à leur départ Hearst...impossible d'oublier.

**Année 1 : Démontrer aux entreprises la valeur ajoutée de former leurs employés**

Il s'agit de préparer un document d'information qui sera distribué aux entreprises qui ont un contact avec les visiteurs à Hearst. Par la suite, il deviendra important d'informer les employés sur tout ce qui concerne le secteur touristique : les offres, les attractions, les activités, les festivals, etc.

Par le fait même, le comité d'actions et ses ressources prépareront un document pour les entreprises qui traitera des politiques internes de ressources humaines pour les appuyer dans leurs démarches de formation à leurs employés.

Il faudra aussi s'assurer de maintenir le niveau de ressources touristiques au Centre d'accueil Gilles Gagnon et à la Place du marché de la scierie patrimoniale.

**Année 2 : Mettre en place une charte de qualité touristique**


Afin de rehausser et de préserver un niveau de qualité élevé de l'accueil chez les intervenants touristiques, le comité croit que la mise en place d'une charte de qualité touristique arrivera à cette fin. Cette charte sera élaborée en collaboration avec le comité d'actions et le personnel de la CDÉ de Hearst.

**Année 3 : Participer au programme d'échange communautaire « premières impressions » du Ministère du Développement du Nord et des Mines**

Ce programme permet un échange entre deux municipalités afin de mieux connaître leurs forces et leurs défis par l'œil d'un nouveau visiteur. C'est l'occasion pour notre communauté de découvrir les premières impressions dans le domaine touristique, de notre centre-ville et des services municipaux sur les étrangers.

*L'amélioration des services touristiques passe entre autres par le maintien du Centre d'accueil Gilles Gagnon. Son emplacement est un avantage pour les visiteurs et les intervenants touristiques. Un bon accueil est un élément essentiel en tourisme et le rehaussement du niveau d'accueil doit rester le point de mire pour tous. Il est important que les résidents de Hearst soient aussi informés afin qu'ils deviennent des ambassadeurs de la ville.*

## LA COMMERCIALISATION, LA VISIBILITÉ ET LA PROMOTION

Depuis quelques années, la promotion de Hearst comme destination touristique a été laissée pour compte. Avec la venue d'une nouvelle direction générale, de la mise en place d'un plan touristique triennal, du positionnement des municipalités limitrophes avec produits similaires, il devient important de redonner à Hearst ses lettres de noblesse. Avec le slogan Hearst... Impossible d'oublier, Hearst... Impossible to Forget et le nouveau « branding » , nous pourrions nous positionner et nous démarquer de nos concurrents.

Les intervenants en collaboration avec la Ville de Hearst devront se concerter afin de fournir les ressources financières et humaines pour mener à bien les actions. Actuellement, la Ville de Hearst se retrouve dans l'association touristique régionale Algoma-Kinawabi. Cette région est avantagée par sa proximité aux frontières américaines, par ses attraits majeurs tels que le train du Canyon, « Tour of the Line », ses musées d'envergures, son centre de congrès pour en nommer quelques-uns.

Étudier la faisabilité de mettre en place un plan partenaires pour les entreprises touristiques du territoire afin de constituer une visibilité regroupée et structurée viendra positionner Hearst comme destination touristique. Ce plan pourrait permettre aux partenaires touristiques d'obtenir certains privilèges en échange d'une adhésion annuelle.

### **Année 1 : Mettre en place les outils de promotion du web 2.0 tels que Facebook, Twitter, Blog touristique, etc.**

Le secteur touristique doit avant tout se concerter autour des enjeux afin de favoriser des partenariats stratégiques avec des organisations locales et régionales. Il devient important d'unir les forces vives du milieu afin de mieux collaborer sur la mise en commun de ressources. Il faut que tous connaissent les outils traditionnels de promotion avant même de penser s'attaquer aux outils du web 2.0. Il devient donc primordial que le Comité d'actions et la CDÉ de Hearst s'assurent que les intervenants soient informés.

Pour les outils du web 2.0, la CDÉ de Hearst en collaboration avec le Collège Boréal offrira en 2013 un atelier sur la mise en ligne d'une page Facebook et d'un compte Twitter, de leurs bénéfices et impacts et du suivi de ces comptes.

**Année 2 : Entretenir des liens étroits avec les intervenants touristiques du territoire**

Impossible d'oublier ne peut se vivre sans des liens étroits entre les intervenants touristiques du territoire. Le Comité d'actions et la CDÉ de Hearst entendent d'organiser des occasions de réseautage, de collaboration en publicité, en échange de services et en commercialisation.

**L'AMÉLIORATION ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE**

Le Comité d'actions et la CDÉ de Hearst effectuera un travail terrain afin de stimuler le développement de produits avec nos infrastructures existantes et la création de nouveaux services et de nouvelles entreprises. En offrant un soutien technique et un transfert d'information touchant les programmes d'aide, nous contribuerons à une meilleure mobilisation des partenaires envers le développement et la consolidation de l'offre touristique.

*L'offre touristique actuelle doit être améliorée par l'entremise de projets de développement chez les entreprises touristiques existantes ou par la création de nouvelles entreprises touristiques. Le développement de cette offre passe par une présence terrain tout comme cela se fait dans le secteur d'entreprises. Le personnel des organisations économiques devra veiller à ce que les programmes d'aides soient accessibles aux entreprises touristiques.*

**Année 1 : Appuyer l'élaboration de forfaits touristiques**

Réaliser une enquête afin d'évaluer l'intérêt auprès des intervenants touristiques. Si positive, proposer des idées de forfaitisations avec les intéressés et en faire la promotion auprès des visiteurs.

**Année 2 : Mettre en valeur les festivals et les spectacles du territoire de la Ville de Hearst**

Susciter la mise sur pied d'une programmation estivale de spectacles en soirée dans les bars et restaurants et à la Place du marché et de la scierie patrimoniale.

Appuyer les organismes qui sont impliqués dans la présentation de festivals comme le Conseil des Arts, la Gang à Bob, CINN 91,1 pour en nommer quelques-uns.

**Année 3 : Promouvoir Hearst comme destination pour le tourisme sportif**

Le tourisme sportif consiste en toute activité où des gens sont attirés vers un lieu en particulier soit comme participant (e)s à une compétition sportive, soit comme spectateurs ou encore pour assister à des activités sportives ou des réunions d'affaires.

L'augmentation récente de l'activité dans le domaine du tourisme sportif est un phénomène qui a fait ses preuves non seulement dans les grandes agglomérations métropolitaines, mais tout autant dans les communautés plus petites partout au Canada. Avec les installations sportives de première classe, ce secteur d'activités mérite d'être exploré par le Comité d'actions et la CDÉ de Hearst.

Répertorier les événements qui pourraient se tenir dans la région de Hearst.

Pour les organismes qui désirent poser la candidature de Hearst, la CDÉ de Hearst s'engage à les aider à monter leur dossier ou le cahier de charges, les accompagner et soutenir en matière de logistique hôtelière, d'équipement, d'activités sociales, de transport et de sites, à promouvoir l'événement, offrir un soutien dans la recherche de financement et à l'accueil touristique.