

BAY OF QUINTE REGIONAL MARKETING BOARD

Étude de cas

**Trevor Norris, Gestionnaire principal du
développement des destinations, Bay of Quinte
Regional Marketing Board**

Décembre 2024



De gauche à droite : Jack McAvoy, Anna Fraiberg, Jen Achilles, Dug Stevenson, Trevor Norris

Rédigé par [Celes Davar](#), président et propriétaire d'Earth Rhythms



Luke Jeffries, du sanctuaire de semences et centre d'apprentissage de Kenhte:ke, anime une expérience de groupe

Cette étude de cas figure dans le rapport de l'atelier en ligne du [Dialogue sur les destinations de 2024](#) « Créer des expériences inoubliables pour les visiteurs au Canada » rédigé par [Celes Davar](#). Ce rapport souligne les principales notions et leçons présentées lors de cet événement virtuel organisé par Destination Canada pour inspirer, informer et responsabiliser les professionnels du développement des destinations rurales. Celes Davar a animé la séance où [Trevor Norris](#), gestionnaire principal du développement des destinations au sein du Bay of Quinte Regional Marketing Board, était conférencier.

La baie de Quinte est située à la limite sud du territoire mohawk de Tyendinaga, dans l'est de l'Ontario, sur la rive nord du lac Ontario et juste au nord du comté de Prince Edward. C'est dans cette région que le Bay of Quinte Regional Marketing Board s'est engagé avec quatre municipalités et les Mohawks de la baie de Quinte à soutenir un changement dans l'exploitation du tourisme, en mettant l'accent sur les pratiques régénératrices et le développement des expériences. D'abord en tant que gestionnaire du développement des entreprises et des programmes, puis en tant que gestionnaire principal du développement des destinations, Trevor Norris a travaillé avec ses partenaires communautaires pour promouvoir un investissement annuel qui a permis de réviser le site Web de l'organisme et d'offrir de nouvelles expériences

inspirantes qui font connaître les histoires, la culture et les expériences des Mohawks ainsi que des fabricants de jouets et des producteurs agricoles locaux.

En 2016, avant cet investissement, Trevor a constaté que l'organisme Bay of Quinte faisait face à une crise identitaire : l'équipe savait que sa destination était spéciale, mais elle s'est rendu compte qu'elle ne la voyait pas sous le bon angle. Estimant qu'elle ne disposait pas d'atouts traditionnels comme les chutes du Niagara, la Tour CN ou d'autres points de repère emblématiques, l'équipe craignait de se comparer à d'autres destinations dans un contexte touristique dépassé.

En fait, l'équipe de Bay of Quinte se posait les mauvaises questions. Elle voulait aider ses partenaires régionaux à développer le tourisme de manière positive, mais elle ne savait pas par où commencer. L'équipe s'est également aperçue que ses partenaires avaient des visions différentes du tourisme, des changements nécessaires et même du concept du tourisme régénérateur et expérientiel.

Après avoir participé à un programme de formation du Gros Morne Institute for Sustainable Tourism sur le tourisme transformateur axé sur les expériences appelé « Edge of the Wedge », Trevor a commencé à voir les choses sous un autre angle.

ADOPTER UN NOUVEL ÉTAT D'ESPRIT



Chloe Maracle montre à des visiteuses le jardin du sanctuaire de semences et centre d'apprentissage de Kenhte:ke

Après un ajustement minutieux du budget annuel, l'équipe de Bay of Quinte a commencé à investir dans la formation régionale sur le développement des expériences. Elle a intentionnellement mis fin à des partenariats non viables avec des mentors et des professionnels des voyages et s'est engagée à arrêter d'offrir des produits à bas prix. Elle a réalisé que ses nouveaux atouts étaient en fait les histoires et les personnes qui vivent dans la baie de Quinte.

Adoptant un nouvel état d'esprit à l'égard de ses relations avec les intervenants du tourisme, l'équipe de Bay of Quinte a commencé à considérer que le tourisme était axé sur les relations, et non sur les transactions, et s'est demandé ce qui devait changer. Privilégiant la collaboration plutôt que la compétition, l'organisme a commencé à investir dans la formation sur le renforcement des capacités afin de développer les expériences offertes dans la baie de Quinte, dans le but de devenir un chef de file et un catalyseur qui exploiterait le tourisme en faveur du bien commun.

Pour cibler les histoires de la région, l'équipe a dû chercher des conteurs et des porteurs de projets dans la communauté, entretenir peu à peu des relations personnelles avec eux et les convaincre que leurs histoires valaient la peine d'être transmises et de faire l'objet d'une expérience. Réalisant qu'elle avait négligé ce qui se trouvait pourtant sous son nez, l'équipe de Bay of Quinte a commencé à investir massivement dans les récits, ce qui a donné lieu à un changement majeur au sein de l'organisme. Au cours de ce processus, l'équipe a réalisé qu'un organisme de marketing de destination (OMD) n'est pas toujours le mieux placé pour raconter une histoire. Il fallait développer de nouveaux outils pour soutenir les hôtes communautaires non traditionnels, y compris une image de marque et des plans de marketing, des projections de coûts et de prix, et de nouvelles stratégies de financement.

Après avoir participé à un programme de formation du Gros Morne Institute for Sustainable Tourism sur le tourisme transformateur axé sur les expériences appelé « Edge of the Wedge », Trevor a commencé à voir les choses sous un autre angle.

VIVRE, APPRENDRE ET TRANSMETTRE SES CONNAISSANCES



Des partenaires créateurs d'expériences assistent à une formation sur la conception d'expériences offerte par Bay of Quinte

L'organisme Bay of Quinte a lancé un processus de formation et de mentorat d'un an et codéveloppé un atelier d'apprentissage expérientiel de trois jours conçu comme une expérience complète en soi. Cinq partenaires d'expériences (des hôtes communautaires non traditionnels) ont chacun reçu un financement de départ de 5 000 \$ pour développer leur expérience. Les hôtes ont également reçu un financement de 10 000 \$ supplémentaires pour réaliser des vidéos et des photographies à haute résolution de la mise en marché des expériences.

Ces expériences ont été conçues dans une optique de zéro déchet : les services de restauration et de transport ont mis en valeur les partenariats locaux et on a veillé à limiter l'empreinte carbone de l'atelier. Les mentors municipaux ont été formés et les nouveaux hôtes d'expériences ont appris ensemble, tout en renforçant leurs capacités en matière de langue, d'outils et de méthodes pour concevoir ces nouvelles expériences. La structure de l'atelier de formation était axée sur la diversité et l'inclusion, ainsi que sur les propriétaires d'entreprises autochtones et néo-canadiennes. Toute l'équipe de Bay of Quinte a apporté un grand soutien au cours de ce processus, et ce, de l'idéation jusqu'à la mise en marché.



L'un des aspects les plus inspirants de cette initiative est que la formation avait pour but d'aider Trevor à devenir un mentor en tourisme régénératif axé sur les expériences, afin qu'il puisse travailler directement et individuellement avec chacun des nouveaux hôtes d'expériences.



EXPÉRIENCE « BEE OUR GUEST »



Frances MacParland, montre ses ruches à des visiteuses dans le cadre de l'expérience « Bee Our Guest »



Frances MacParland offre la nouvelle expérience apicole « Bee Our Guest » à la ferme Just Bee Cuz, qu'elle a cofondée avec Thomas McParland en 2019.

Aujourd'hui leader du tourisme régénératif dans la région, Frances anime cette nouvelle expérience sur les abeilles mellifères, qui comprend l'exploration de ruches en portant l'équipement complet, la dégustation de miel et

une formation sur les fleurs sauvages. Durant cette expérience, les visiteurs fabriquent une pellicule alimentaire réutilisable en cire d'abeille qu'ils emportent chez eux. Frances verse une partie des recettes à des programmes de conservation de Quinte. La passion de Frances pour l'apiculture, la durabilité et la réduction des plastiques à usage unique est au cœur de cette expérience.



EXPÉRIENCE « RECONNECTING ONE SEED AT A TIME »



Chloe Maracle parle de l'importance de la souveraineté alimentaire pendant l'expérience « Reconnecting One Seed at a Time »

« Reconnecting One Seed at a Time » est une nouvelle expérience inspirante offerte au Kenhte:ke Seed Sanctuary and Learning Centre, qui se trouve sur le territoire mohawk de Tyendinaga. Chloe Maracle a quitté sa communauté pour poursuivre ses études, mais elle est revenue lorsqu'elle a réalisé qu'elle pouvait réapprendre sa langue et renouer avec sa culture en travaillant au Seed Sanctuary.

D'une durée de trois heures, l'expérience « Reconnecting One Seed at a Time » invite les visiteurs à découvrir la pratique Rotinohsyón:ni qui consiste à cultiver des plantes pour en recueillir les semences. Les visiteurs y découvrent une approche régénératrice de l'agriculture, les enseignements des Mohawks et l'importance de la souveraineté alimentaire pour les communautés autochtones. Les gens sont invités à voir la réconciliation sous un nouvel angle et peuvent repartir chez eux avec des semences ancestrales.



Cette nouvelle expérience représente une étape importante pour les Mohawks de la baie de Quinte, car elle leur a permis de s'approprier leur propre histoire et de commencer à mettre fin à la marchandisation de leur culture. La mise en œuvre de mesures pour établir des relations est une étape de la réconciliation.



LEÇONS TIRÉES



En accordant une attention particulière au tourisme régénérateur dans le cadre du développement des expériences régionales, Bay of Quinte a relevé les leçons importantes suivantes.

1. Il faut absolument intégrer des éléments régénérateurs dans chaque expérience développée.
2. Le développement de nouvelles expériences a permis de renforcer et de faire évoluer l'économie circulaire régionale.
3. Les expériences servent de catalyseurs donnant lieu à une évolution positive du comportement des nouveaux visiteurs et de ceux qui reviennent.
4. Les expériences permettent au Bay of Quinte Regional Marketing Board et à ses partenaires touristiques de s'approprier leurs propres histoires et d'assurer une exploitation du tourisme durable, qui soutient la communauté.
5. Les expériences permettent à des hôtes communautaires non traditionnels de transmettre leurs histoires dans le cadre de l'économie touristique.
6. De nouvelles relations émergent entre les résidents, les entreprises touristiques et les voyageurs.



Conseils de Trevor pour développer sa propre destination

Trevor et son équipe du Bay of Quinte Regional Marketing Board ont assurément mis en pratique un grand nombre des choses qu'ils ont apprises. Voici ses recommandations aux organismes qui souhaitent favoriser le tourisme expérientiel au sein de leurs propres communautés :

- faire preuve de patience et célébrer les petites victoires, puisque le développement d'expériences durables fructueuses prend du temps;
- trouver des conteurs et s'adapter à eux, à leurs contraintes et à leurs réalités;
- réexaminer les obstacles au financement, comme les anciens paradigmes et les règlements qui excluent les dépenses d'investissement;
- faire preuve d'ouverture, montrer l'exemple à ses partenaires communautaires, tendre l'oreille et toujours être prêt à parler de sa vision et de ses idées, si on nous demande de le faire;
- ne jamais sous-estimer sa communauté, puisqu'elle peut nous surprendre si elle est inspirée et déterminée à faire mieux;
- comprendre qu'au sein du nouveau cadre de l'approche régénératrice, les régions rurales du Canada peuvent également être des chefs de file.

COORDONNÉES

Trevor Norris

Gestionnaire principal du développement des destinations, Bay of Quinte Regional Marketing Board

Site Web : www.bayofquinte.ca