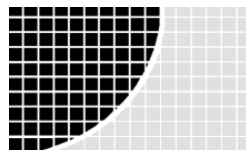


# *Étude d'évaluation des besoins d'hébergement au Cap-Breton*

## *Sommaire*



THE ECONOMIC PLANNING GROUP of Canada  
Tourism Consultants

# *Étude d'évaluation des besoins d'hébergement au Cap-Breton*

## *Sommaire*

par

**The Economic Planning Group of Canada**

Mars 2004

# Sommaire

## Introduction

En 2003, le «*Carnet de route touristique*» du Cap-Breton - *Plan de développement des destinations*<sup>1</sup> a été préparé pour la Corporation Fonds d'investissement du Cap-Breton. Cette stratégie a énoncé un plan à long terme visant à transformer l'industrie touristique du Cap-Breton et a fixé un objectif global, soit faire passer les recettes annuelles tirées de l'industrie touristique de 230 millions de dollars à 400 millions de dollars d'ici 2008.

Dans le cadre de cette stratégie touristique globale, la Société d'expansion du Cap-Breton (SECB) a commandé la présente étude d'évaluation des besoins d'hébergement qui illustrera l'offre et la demande se rattachant aux établissements d'hébergement et aux terrains de camping du Cap-Breton et qui permettra de cerner les besoins et les occasions en matière de nouveaux produits, de croissance et d'améliorations sur le plan de l'hébergement, pour soutenir l'objectif global du *Carnet de route touristique*.

L'étude a été effectuée par l'Economic Planning Group en collaboration avec le groupe Canada Select de la Nouvelle-Écosse qui a procédé à l'inspection et à l'évaluation des établissements non inscrits au programme Canada Select.

## La conjoncture du marché

### Le tourisme en Nouvelle-Écosse

La Nouvelle-Écosse accueille environ 2,2 millions de visiteurs non-résidents par année, sur une période de douze mois. La plupart de ces visiteurs arrivent en voiture, même si on observe pour l'année 2003 une importante augmentation (13 %) des arrivées par avion. En 2003, les arrivées par autocar ont chuté de façon importante, tout comme les arrivées par véhicule de plaisance.

Les principaux marchés touristiques de la Nouvelle-Écosse sont les autres régions du Canada atlantique, l'Ontario et les États-Unis. Pendant la saison touristique de mai à octobre, la Nouvelle-Écosse accueille quelque 1,5 million de visiteurs qui passent en moyenne 6,5 nuits dans la province.

Les voyages des Néo-Écossais dans la province représentent une part des activités touristiques de la province. En 2001, les résidents ont effectué quelque 5,7 millions de voyages sur le territoire de la Nouvelle-Écosse, dont 2 millions de plus de vingt-quatre heures et le reste était des voyages d'une durée de moins de vingt-quatre heures sur une distance de plus de 80 km à l'aller.

---

<sup>1</sup> Economic Growth Solutions, «*Carnet de route touristique*» - *Plan de développement de destinations, Résumé*, 2003.

## **La stratégie et la vision touristiques de la Nouvelle-Écosse**

L'industrie touristique de la Nouvelle-Écosse a conçu Vision touristique – une croissance de 100 % des recettes touristiques en dix ans - et a lancé un défi à tous les intervenants de l'industrie touristique pour qu'ils changent et envisagent différemment le tourisme afin de créer un «environnement propice à l'amélioration et au changement de l'industrie». Cette vision a cerné un certain nombre d'éléments clés sur lesquels il faut se pencher, comme la mise au point et la qualité des produits, ainsi que le transport, la technologie et le marketing.

## **Le tourisme au Cap-Breton**

Le «*Carnet de route touristique*» du Cap-Breton - *Plan de développement des destinations* comprend les données les plus récentes, provenant de plusieurs sources, sur les activités touristiques au Cap-Breton. Le rapport indique que l'ensemble des activités des visiteurs au Cap-Breton représente environ un million de déplacements par personne par année, ce qui comprend les voyages de moins de vingt-quatre heures des Néo-Écossais (y compris les Cap-Bretonnais) qui parcourent plus de 80 km à l'aller à partir de la maison et les voyages effectués pour toute autre raison.

Environ les deux tiers de ces visiteurs, ou approximativement 650 000 personnes, proviennent d'autres régions de la Nouvelle-Écosse, y compris d'autres parties du Cap-Breton. Le Cap-Breton accueille environ 340 000 visiteurs de l'extérieur de la Nouvelle-Écosse, comparativement à environ 2,2 millions de visiteurs non-résidents dans l'ensemble de la province.

### **Attentes futures relatives au tourisme au Cap-Breton**

Le «*Carnet de route touristique*» du Cap-Breton - *Plan de développement des destinations* dresse un plan à long terme du tourisme en tant que secteur stratégique du Cap-Breton. Cette stratégie traite de plusieurs questions et stratégies essentielles et globales en vue de stimuler la croissance du tourisme au Cap-Breton et d'atteindre le but global. Les trois objectifs principaux sont :

- **Augmenter le nombre de visiteurs au Cap-Breton.**
- **Augmenter le rendement** – En améliorant sa connaissance du marché, son utilisation des données concernant les réservations et ses stratégies de prix et de conception de forfaits.
- **Augmenter la somme d'argent dépensée par chaque visiteur en achats de biens et services.**

Les trois orientations stratégiques globales du *Carnet de route touristique* sont :

- **Une infrastructure stratégique améliorée et complétée**
- **Un effort conjugué des partenaires du secteur** y compris un nouveau partenariat touristique du Cap-Breton pour entamer des programmes de marketing de destinations ainsi que le développement continu de produits.
- **Des forfaits, des ventes et un marketing dynamiques**

## **Établissements d'hébergement et terrains de camping : offre et demande**

### **Le contexte de la Nouvelle-Écosse**

#### Offre

En 2003, la Nouvelle-Écosse comptait presque 1 100 établissements d'hébergement, totalisant plus de 18 500 unités. La plupart de celles-ci se retrouvent dans des établissements de type hôtel, près de 60 % des unités étant dans des hôtels ou motels.

En 2001, la Nouvelle-Écosse comptait 128 terrains de camping privés, totalisant quelque 10 000 emplacements, ainsi que 22 terrains de camping provinciaux et 10 terrains de Parcs Canada. En tout, on comptait environ 13 200 emplacements de camping dans la province.

#### Demande

La demande totale de chambres-nuitées en Nouvelle-Écosse est demeurée plutôt stable au cours des dernières années, passant de 2 594 000 en 1999 à 2 637 000 en 2003.

Les taux d'occupation des établissements d'hébergement de la province au cours des trois dernières années ont oscillé entre 53 % et 54 % par année, les taux d'occupation de pointe atteignant 70 % et plus en juillet et août.

Dans le secteur des terrains de camping, les emplacements-nuitées à court terme (campeurs de passage) s'élevaient à 328 000 en 2001, ont atteint 338 000 en 2002 et ont chuté à 305 000 en 2003. Le total des ventes d'emplacements de camping, qui comprend la demande des campeurs de passage et la demande saisonnière, est passé de 714 000 en 1998 à 775 000 en 2003. Les taux d'occupation se situent en moyenne à 40 % par saison et peuvent osciller entre 50 % et 55 % en juillet et août.

### **Offre et demande en établissements d'hébergement au Cap-Breton**

#### Offre

Selon les données de 2003, il existait 281 établissements d'hébergement au Cap-Breton, totalisant 3700 unités. Comme l'indique le tableau ci-dessous, la plupart des établissements (près de 40 %) sont des gîtes du passant, mais ceux-ci ne représentent que 11 % des unités d'hébergement.

Type d'établissement	Établissements		Unités	
	Nombre	Pourcentage du total	Nombre	Pourcentage du total
Gîte du passant	108	38,4 %	400	10,8 %
Chalet	74	26,3 %	498	13,5 %
Pêche-chasse	1	0,4 %	6	0,2 %
Petit hôtel	8	2,8 %	20	0,5 %
Hôtel-motel	65	23,1 %	2 036	55,1 %
Auberge	19	6,8 %	243	6,6 %
Centre de villégiature	6	2,1 %	493	13,3 %
Total	281	100,0 %	3 696	100,0 %

### Classement Canada Select des établissements du Cap-Breton

Le programme Canada Select de classement des établissements d'hébergement est un programme volontaire auquel prennent part 35 % des établissements, ce qui représente 70 % des unités du Cap-Breton. Ce taux de participation est de loin inférieur à celui de l'ensemble de la province. La participation est particulièrement faible dans le secteur des gîtes du passant.

Dans le cadre de ce projet, les employés de Canada Select de la Nouvelle-Écosse ont évalué les 184 établissements qui ne participent pas actuellement au programme Canada Select pour établir leur classement possible. Puisqu'ils ne satisfaisaient pas aux exigences minimales relatives à 1 étoile du programme Canada Select, 61 établissements n'ont pu être cotés. Toutefois, 38 établissements pourraient être cotés si certains changements mineurs étaient effectués. Aux fins de cet exercice, nous avons supposé que ces 38 établissements avaient la cote qui leur aurait été décernée si les changements mineurs avaient été effectués.

Parmi les établissements évalués lors de cette étude, la plupart (106 ou 58 %) auraient obtenu une cote de 2,5 étoiles, 25 ou 13 % auraient obtenu une cote minimum de 3 étoiles ou plus et un nombre presque équivalent aurait reçu une cote de 2 étoiles ou moins.

Les résultats de cette étude ont été intégrés aux classements des établissements qui participent au programme Canada Select, afin d'obtenir un sommaire global pour le Cap-Breton en fonction des types d'établissements et des cotes. Cette évaluation indique que, dans l'ensemble, la moitié des établissements d'hébergement et plus de 30 % des unités ont actuellement une cote de 1 à 2,5 étoiles, en raison surtout du nombre important (2/3) de gîtes du passant qui ont une cote de 2 à 2,5 étoiles (bon nombre d'entre eux n'ont pas de salle de bain privée, exigence requise pour attribuer une cote de 3 étoiles à un gîte du passant).

Total de toutes les régions du Cap-Breton												
	Nombre d'établ.	Nombre d'unités	1 – 1,5 étoile		2 – 2,5 étoiles		3 – 3,5 étoiles		4 – 5 étoiles		Ne peuvent être cotés*	
			Établ.	Unités	Établ.	Unités	Établ.	Unités	Établ.	Unités	Établ.	Unités
Gîte du passant	108	400	2	7	72	258	11	41	17	65	6	29
Chalet	74	498	8	63	13	80	32	186	10	97	11	72
Pêche-chasse	1	6	0	0	0	0	1	6	0	0	0	0
Petit hôtel	8	20	0	0	3	4	3	11	1	1	1	4
Hôtel-motel	65	2036	4	42	35	690	20	1154	2	101	4	49
Auberge	19	243	0	0	2	14	7	87	9	139	1	3
Centre de villégiature	6	493	0	0	0	0	5	396	1	97	0	0
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>3696</b>	<b>14</b>	<b>112</b>	<b>125</b>	<b>1046</b>	<b>79</b>	<b>1881</b>	<b>40</b>	<b>500</b>	<b>23</b>	<b>157</b>
<b>% par type d'établissement</b>			5,0	3,0	44,5	28,3	28,1	50,9	14,2	13,5	8,2	4,2

\*Les établissements qui ne peuvent être cotés ont refusé l'inspection ou ne pouvaient être cotés en raison des réparations, de la propreté ou autre.

### Relevé des établissements d'hébergement par région

L'offre et la demande en hébergement ont aussi été examinées par régions du Cap-Breton et établies en fonction des communautés ainsi que des tendances touristiques. Une liste des régions avec le sommaire de l'offre d'hébergement pour chacune d'entre elles figure au tableau ci-dessous. Une carte des régions est présentée dans le rapport principal.

Sydney compte le plus grand nombre d'unités, où la plupart des établissements sont des hôtels ou des motels. La région de Baddeck compte presque le même nombre d'unités que Sydney, plus de la moitié des établissements étant des hôtels ou des centres de villégiature.

Relevé des établissements d'hébergement et des unités par région		
Région	Nombre d'établissements	Nombre d'unités
Sydney	23	809
North Sydney-Sydney Mines	13	217
Baddeck	46	683
Louisbourg	21	128
Port Hawkesbury-Port Hastings (incl. Dundee)	19	460
Chéticamp	18	209
Comté d'Inverness au sud de Chéticamp	48	447
Piste Cabot – de St. Ann jusqu'à la limite d'Ingonish	12	50
Piste Cabot – de Neils Harbour jusqu'à Chéticamp	16	96
Reste de la municipalité régionale du Cap-Breton	22	132
Région de l'île Madame et de St-Peter	13	98
Ingonish, Ingonish Beach et Ingonish Centre	14	268
Sud-Est du comté d'Inverness	16	99
<b>Total</b>	<b>281</b>	<b>3696</b>

## Demande

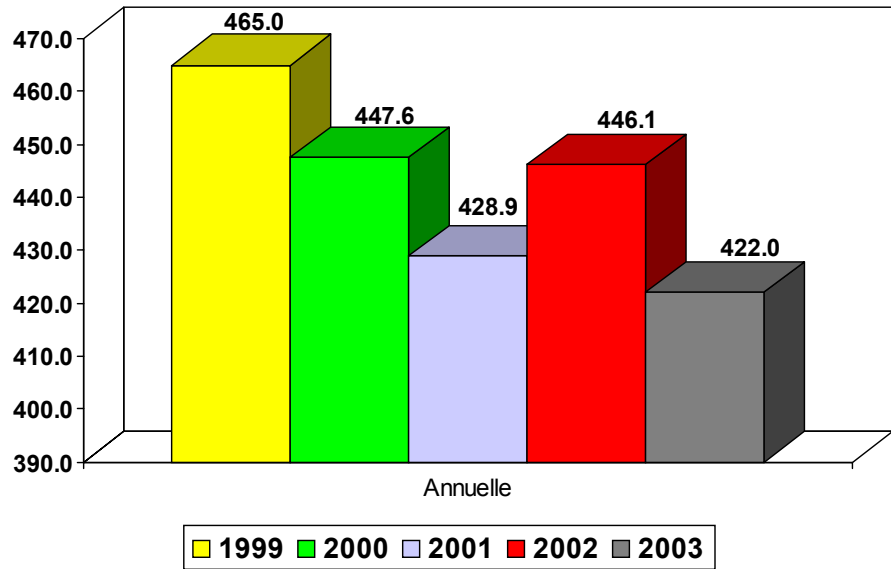
Les données obtenues à partir des rapports statistiques du ministère du Tourisme, de la Culture et du Patrimoine de la Nouvelle-Écosse indiquent que la demande totale en chambres-nuitées du Cap-Breton a chuté de plus de 9 % au cours des dernières années, passant de 465 000 chambres-nuitées occupées en 1999 à 422 000 en 2003.

Au cours de la même période, les taux d'occupation annuels ont chuté pour passer de 54 % en 1999 à 47 % en 2003.

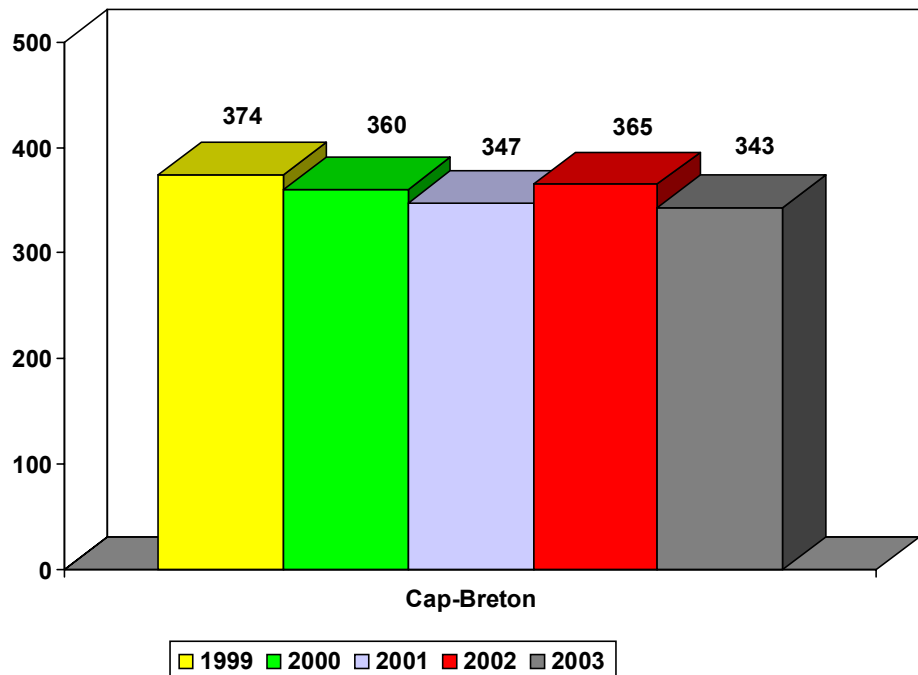
Sur une base saisonnière, pour les mois de mai à octobre, le changement dans la demande a été semblable, quoique légèrement inférieur. Il y a eu une baisse de 8,3 %, soit de quelque 374 000 chambres-nuitées en 1999 à 343 000 chambres-nuitées en 2003. Les taux d'occupation au Cap-Breton pour la période de juin à septembre ont chuté de 65 % en 2000 à 60 % en 2003.

Au cours de la période de mai à octobre, le changement dans la demande en chambres-nuitées n'a pas été constant au fil des saisons. La période de mai et juin a subi le plus important déclin en

**Demande annuelle en chambres-nuitées au Cap-Breton, de 1999 à 2003**



**Chambres-nuitées occupées au Cap-Breton, de mai à octobre: 1999-2003**





pourcentage avec une baisse continue totalisant 13 % entre 1999 et 2003. La demande en juillet et août a fluctué au cours de cette période de cinq ans, atteignant un sommet en 2002 et le niveau le plus bas en 2003, soit une baisse de 6 % par rapport à 1999. Pour septembre et octobre, la demande a aussi fluctué même si aucune année n'a atteint les niveaux de 1999, tandis que la demande de 2003 a baissé de 9 % par rapport à 1999.

Visiblement, de nombreux facteurs externes ont contribué à la faible demande de 2003, y compris la guerre en Irak et le SRAS. Le segment de marché des États-Unis et celui des autocars ont été particulièrement touchés par ces deux facteurs et il s'agit de deux secteurs importants pour le tourisme du Cap-Breton. Toutefois, les données et nos entrevues avec des exploitants d'établissements du Cap-Breton indiquent un déclin plus général de la demande d'hébergement dans la région.

### La demande d'hébergement par région

Une analyse de la demande d'hébergement pour chacune des treize régions figure dans le rapport principal. Dans l'ensemble, les taux d'occupation sont plutôt élevés en juillet et août, s'élevant à plus de 80 % dans de nombreuses régions du Cap-Breton. Toutefois, depuis cinq ans, on observe un déclin plutôt stable des taux d'occupation au cours de cette période dans presque toutes les régions. Hors de la haute saison, les taux d'occupation ont chuté de façon importante au cours des deux dernières années pour s'établir à l'automne autour de 45 % à 55 %. Les taux d'occupation au printemps sont généralement très inférieurs, n'ayant atteint 45 % dans aucune région.

Les taux d'occupation les plus élevés lors de la haute saison ont été observés de façon constante dans la région de North Sydney et de Sydney Mines, à Baddeck, à Louisbourg, à Chéticamp, dans la région d'Ingonish et d'Ingonish Beach et le long de la Piste Cabot, au sud d'Ingonish.

### Demande d'hébergement par type d'établissement et classement

Une analyse des données d'occupation par type d'établissement indique que les chalets et les centres de villégiature connaissent généralement des taux d'occupation plus élevés que la moyenne, tandis que les gîtes du passant ont des taux moins élevés que la moyenne. Lorsque l'on examine les données en fonction du classement (pour les établissements qui participent au programme Canada Select), les établissements cotés obtiennent généralement des taux d'occupation plus élevés que les autres (phénomène surtout évident dans le secteur des gîtes du passant).

## **Offre et demande en terrains de camping au Cap-Breton**

### Offre

Le Cap-Breton compte 42 terrains de camping, qui offrent un peu plus de 3000 emplacements. Ce nombre comprend trois parcs provinciaux qui comptent 255 emplacements et huit terrains de camping dans le Parc national des Hautes-Terres-du-Cap-Breton (y compris deux aires de camping de groupe), offrant en tout quelque 550 emplacements de camping.

Région	Nombre de terrains de camping	Nombre d'emplacements
North Sydney et Sydney Mines	2	195
Baddeck	3	269
Louisbourg	4	197
Chéticamp	3	308
Comté d'Inverness, au sud de Chéticamp	5	274
Piste Cabot – de St-Ann jusqu'à Ingonish	3	55
Piste Cabot – de Neils Harbour jusqu'à la limite de la baie St-Laurent	3	60
Reste de la municipalité régionale du Cap-Breton	4	496
Île Madame et St-Peters	2	88
Ingonish – Ingonish Beach et Ingonish Centre	4	371
Sud-Est du comté d'Inverness	4	326
<b>Total</b>	42	3015

La Nouvelle-Écosse a lancé le programme Camping Select il y a quelques années. Le programme Camping Select classe les terrains de camping en deux catégories – installations et commodités récréatives - et chaque terrain de camping qui participe au programme reçoit deux séries d'étoiles. Les terrains de camping provinciaux et fédéraux ne participent pas au programme Camping Select.

L'évaluation des terrains de camping du Cap-Breton indique que 21 d'entre eux participent actuellement au programme, 6 ne peuvent être cotés et 11 sont des terrains de camping provinciaux ou nationaux non admissibles. Selon notre évaluation, au total, plus de la moitié des terrains de camping privés ont obtenu une cote de 3 étoiles ou plus pour leurs installations et un peu plus de la moitié ont obtenu une cote de 2 étoiles ou plus pour leurs commodités récréatives. Notez que les installations et services et les commodités récréatives peuvent obtenir une cote maximale de 5 étoiles.

### Demande

En 2003, la demande totale en terrains de camping au Cap-Breton s'élevait à environ 140 000 emplacements-nuitées - 110 000 dans les terrains de camping privés et 30 000 dans les terrains de camping provinciaux et fédéraux. Les données sur les terrains de camping privés comprennent la demande des campeurs saisonniers et de passage. Les campeurs saisonniers représentent plus de 60 % de la demande des terrains de camping privés des trois ou quatre régions pour lesquelles les données ont été analysées.

Les taux d'occupation pour la période de mai à octobre se situent à environ 36 % depuis quelques années.

## **Perspectives du marché et des intervenants de l'industrie touristique**

Nous avons interrogé divers forfaitistes et planificateurs de réunions ainsi que des intervenants de l'industrie touristique, y compris des exploitants d'établissements du Cap-Breton, de l'industrie touristique en général et des représentants d'agences de développement économique de la région. Voici les principaux points de vue découlant de ces entrevues :

### **Forfaitistes**

La plupart des forfaitistes se sont dits satisfaits des établissements d'hébergement actuels au Cap-Breton. Leurs voyages comprennent généralement un séjour de deux nuits au Cap-Breton et ils ne prévoient aucun changement dans la durée du séjour ou dans les itinéraires. Comme prévu, la plupart des forfaitistes ont déclaré que leurs volumes avaient baissé en 2003, baisse qui était sensible dans certains cas. Les prévisions pour les cinq prochaines années étaient positives dans l'ensemble, tandis que quelques forfaitistes étaient plus pessimistes.

Trois des treize forfaitistes ont parlé du manque d'établissements d'hébergement de luxe ou haut de gamme adéquats pour leur marché de circuits de groupe tandis que plusieurs autres ont identifié un besoin général en matière d'une offre accrue d'hébergement de qualité supérieure.

### **Planificateurs de réunions**

Nous avons interrogé plusieurs planificateurs de réunions qui, dans la plupart des cas, n'ont pas formulé de plaintes quant aux installations offertes au Cap-Breton. Toutefois, ces derniers estimaient que les limites de capacité du Cap-Breton pour les réunions ne leur permettaient pas toujours de choisir cette destination et que les défis logistiques relatifs à l'accès représentaient aussi une contrainte pour certains segments de marché. Plusieurs ont aussi indiqué qu'ils ne voyaient pas beaucoup de marketing du Cap-Breton comme endroit pour organiser des réunions.

### **Personnes-ressources clés**

Nos entrevues avec diverses personnes-ressources clés et des représentants de l'industrie ont révélé certaines préoccupations et certains commentaires qui revenaient constamment, c'est-à-dire:

- Dans l'ensemble, au cours des dernières années, la demande en établissements d'hébergement au Cap-Breton a connu une baisse. Le printemps a été jugé particulièrement faible. Bon nombre des personnes interrogées ont formulé des commentaires positifs au sujet du festival Celtic Colours et de ses répercussions positives à l'automne.
- Dans l'ensemble, on estime que le parc d'hébergement a l'air défraîchi et mérite certaines améliorations. On a reconnu que la situation s'était améliorée au cours des cinq dernières

années et qu'on retrouvait maintenant davantage d'établissements de qualité, mais que plus de réinvestissements et d'améliorations s'imposaient.

- Bon nombre des personnes interrogées ont identifié deux besoins essentiels quant au tourisme du Cap-Breton – un effort de marketing de destination considérablement accru et davantage de choses à voir et à faire. On estime que les efforts doivent être axés sur ces deux éléments afin de renforcer l'intérêt des marchés actuels à l'égard du Cap-Breton et d'accroître le nombre de visiteurs avant d'ajouter des établissements d'hébergement. On a aussi identifié des besoins quant à l'amélioration de l'accès par avion et des infrastructures routières.

## **Le rôle des hébergements à l'appui du tourisme**

Tous les types d'établissements d'hébergement jouent un rôle important dans le programme touristique global, et ce, de diverses façons et à divers niveaux. Entre autres :

- Les établissements d'hébergement de services aux voyageurs qui répondent aux besoins des voyageurs, mais qui ont une influence limitée sur le comportement de ceux-ci. Il s'agit des gîtes du passant, des motels, des hôtels (sauf ceux qui offrent des services de réunions et de congrès), des terrains de camping de passage.
- Les établissements d'hébergement générateurs de demande qui peuvent avoir une grande influence en générant des voyages vers la destination, comme les centres de villégiature, les pavillons pleine nature, les retraites d'activité à caractère unique et les chalets de vacances. Ces établissements peuvent eux-mêmes être des destinations.
- Les établissements d'hébergement influenceurs de la demande qui peuvent avoir une influence sur les voyages en raison des attraits qu'ils ajoutent au voyage et qui peuvent aussi augmenter les dépenses et la durée du séjour. Il s'agit des plus petits centres de villégiature et des chalets, des établissements à caractère unique comme les auberges historiques ou de campagne, ou des établissements de prestige.

## **Conclusions et stratégies relatives au développement des établissements d'hébergement du Cap-Breton**

### **Développement des établissements d'hébergement**

Compte tenu de la composition du marché et des niveaux de demande actuels, il n'existe pas beaucoup de preuves établissant qu'il faudrait plus d'établissements d'hébergement en général au Cap-Breton à l'heure actuelle. Rien ne prouve non plus qu'il y ait d'importantes lacunes de l'offre dans une région précise de l'île. Toutefois, il existe manifestement un manque d'établissements de qualité supérieure puisque la plupart des établissements ne répondent plus aux normes actuelles ou aux attentes des voyageurs. De plus, tel qu'indiqué ci-dessus, certains établissements peuvent contribuer de façon importante à générer une nouvelle demande et prolonger la durée du séjour et augmenter les dépenses. Donc, en dépit des faibles taux d'occupation, ces établissements méritent qu'on évalue leur développement.

Dans l'ensemble, les conclusions font ressortir que, jusqu'à ce que la mise en œuvre du *Carnet de route touristique* soit bien entamée et qu'il y ait des preuves de croissance de la demande, les priorités en matière de développement des établissements devraient d'abord porter sur l'amélioration de la compétitivité et sur le développement du potentiel du marché de certains établissements existants qui génèrent de la demande ou qui l'influencent, puis sur le développement de nouveaux établissements qui génèrent la demande et qui pourront contribuer de façon importante au développement de nouveaux marchés pour le Cap-Breton.

Nous recommandons les stratégies suivantes de développement des établissements d'hébergement, par ordre de priorité :

1. Appuyer la mise en valeur des établissements existants qui génèrent une demande ou qui l'influencent – centres de villégiature, pavillons, auberges de campagne, auberges historiques, etc., afin de pouvoir attirer des voyageurs ayant un rendement plus élevé. Il faudrait améliorer les installations, ajouter des commodités, des activités et des programmes et améliorer le marketing et la création de forfaits.
2. Appuyer le développement dans certains cas où une région possède un potentiel de marché important, mais manque d'établissements du type décrit ci-dessus qui peuvent se prêter à des travaux d'amélioration.
3. Appuyer les projets qui génèrent une demande multisaisons et qui attirent les visiteurs, les retiennent et augmentent le rendement. Il s'agirait de projets comme le centre de villégiature et le club de golf d'Inverness, le centre de villégiature de Cape Smokey, les pavillons pleine nature, les retraites d'activité à caractère unique qui desservent des marchés haut de gamme spécialisés et les chalets 4 et 5 étoiles au bord de la mer, d'un lac ou d'une rivière.
4. Comblent d'autres lacunes importantes de l'offre qui pourraient se présenter dans l'avenir – il s'agirait de nouveaux établissements haut de gamme qui influencent la demande.

Nous ne voyons aucune raison de soutenir l'expansion ou l'amélioration des établissements de services aux voyageurs qui n'ont que peu ou pas du tout de potentiel d'influencer la demande, sauf dans de rares cas de communautés de destination clés.

Les politiques existantes de la SECB énoncent les critères d'admissibilité pour le financement des projets et nous proposons des modifications limitées à ces critères. Celles-ci visent surtout à veiller à ce que les types d'établissements supplémentaires qui entrent dans la catégorie de génération de la demande décrite ci-dessus soient admissibles au financement, y compris les pavillons pleine nature et les retraites d'activité à caractère unique. De plus, nous recommandons que tous les projets d'établissements d'hébergement pris en considération pour un financement contribuent à offrir plus de choses à voir et à faire dans la région, soient exploités pendant au moins trois saisons et répondent aux normes de conception et de qualité des attentes contemporaines des voyageurs, surtout ceux des segments de marché à rendement plus élevé. À cet égard, nous recommandons que le classement de Canada Select ne soit qu'un des facteurs d'évaluation et qu'il soit conjugué aux autres éléments comme la qualité de l'expérience offerte par l'établissement.

Les occasions dans chaque région du Cap-Breton, dans les conditions de marché existantes, et les occasions qui pourraient se présenter après la mise en œuvre d'une bonne partie du *Carnet de route touristique* et d'autres stratégies visant à stimuler la croissance du tourisme sont décrites dans le rapport principal.

### **Stratégies générales pour soutenir la viabilité des établissements et stimuler le développement au Cap-Breton**

Il existe un besoin manifeste d'amélioration de la viabilité de l'industrie touristique globale au Cap-Breton, notamment dans le secteur de l'hébergement. La stratégie du *Carnet de route touristique* a présenté diverses stratégies pour augmenter la demande touristique. Dans le contexte de la stratégie d'hébergement, nous présentons d'autres propositions :

#### Grandes priorités

- Élargir les objectifs de développement et de marketing touristiques pour inclure le tourisme d'activité et le tourisme de destination – renforcer l'expérience touristique, offrir des destinations intéressantes combinées à un ensemble unique d'activités, d'expériences et de divertissements de qualité.
- Offrir davantage de choses à voir et à faire.
- Stimuler la saison intermédiaire au moyen d'activités saisonnières, de forfaits et d'itinéraires, de festivals et événements spéciaux, et de programmes de marketing ciblés.
- Étendre les efforts de création de forfaits en recourant aux services des professionnels en création de forfaits et en marketing qui travailleraient de concert avec les exploitants touristiques.
- Mener des efforts de marketing coopératif, en faisant appel à des organisateurs professionnels (semblables aux efforts de marketing de Fab Four), avec un éventail d'autres initiatives de marketing, y compris une organisation professionnelle de marketing de destination avec un important soutien financier.

#### Priorités moyennes

- Renforcer certaines communautés de destination.
- Améliorer l'accès par avion.
- D'autres initiatives de priorité moyenne ou faible sont identifiées dans le rapport.

### **Future demande potentielle en chambres-nuitées avec la réalisation des objectifs du *Carnet de route touristique***

Nous avons demandé à des experts-conseils de déterminer les répercussions de la réalisation des objectifs du *Carnet de route touristique* visant à accroître les recettes des 230 millions de dollars actuels à 400 millions de dollars avant 2008 sur la demande en établissements d'hébergement. Nous avons analysé les répercussions possibles, en examinant diverses sources de données et en formulant certaines hypothèses. Nous avons estimé que si les recettes atteignaient ce niveau, il faudrait de 1500 à 1800 unités d'hébergement de plus pour répondre aux besoins des visiteurs. Nous avons aussi évalué les répercussions d'une croissance plus modeste de 40 % des recettes

touristiques, qui passeraient à 322 millions de dollars. À partir d'hypothèses semblables pour ce scénario, nous avons établi qu'une augmentation de quelque 700 unités par rapport à l'offre actuelle était nécessaire.