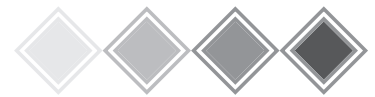




Ce dessin est une courtoisie du Metepenagiag Heritage Park inc.

# Trousse de planification du tourisme autochtone

Développement du tourisme communautaire  
destiné aux Premières Nations du Nouveau-Brunswick



## TABLE DES MATIÈRES

---

|  |         |
|--|---------|
| Le mot des coprésidents de l'ICDE . . . . .                            | 1       |
| Sommaire exécutif . . . . .  | 2       |
| Le développement du tourisme autochtone au Nouveau-Brunswick . . . . . | 3       |
| Le tourisme au Nouveau-Brunswick . . . . .                             | 4 - 6   |
| Programmes de financement . . . . .                                    | 7 - 17  |
| Formation en tourisme et liens vers l'industrie . . . . .              | 18 - 24 |
| Services touristiques . . . . .  | 25 - 30 |
| Appendices . . . . .   | 31 - 35 |
| Les aventures autochtones d'un jour . . . . .                          | 36 - 37 |
| Les communautés des Premières Nations du Nouveau-Brunswick . . . . .   | 38      |



Indian and Northern  
Affairs Canada

Affaires indiennes et  
du Nord Canada



---

## AVIS

L'information rassemblée dans cette trousse était à jour au moment de l'impression.  
Les programmes sont susceptibles de changer. Contactez directement les agences pour les mises à jour les plus récentes.



## LE MOT DES COPRÉSIDENTS DE L'ICDE

La trousse de planification du tourisme autochtone du Nouveau-Brunswick est une initiative du groupe de travail en tourisme de l'Initiative conjointe de développement économique (ICDE). Cette trousse est un outil de planification destinée à aider les quinze directeurs du développement économique communautaire au Nouveau-Brunswick ainsi que leurs clients intéressés à œuvrer dans l'industrie touristique.

Cette trousse facilite l'accès des directeurs et de leurs clients aux listes de tous les programmes de bourses et de subventions reliés à l'industrie du tourisme. Elle contient aussi de l'information sur la formation en tourisme, sur les agences, sur les centres d'accès communautaires, sur les sites Internet, sur diverses initiatives en tourisme et sur la recherche disponible.

Le développement de la trousse de planification du tourisme autochtone destinée aux Premières Nations du Nouveau-Brunswick a été financé par le Programme des opportunités économiques des Affaires Indiennes et du Nord Canada et supporté par la communauté autochtone de Burnt Church.

Le groupe de travail sur le tourisme de l'ICDE rassemble les représentants des directeurs de développement économique des Premières Nations, des directeurs de développement des Ressources humaines autochtones, de l'AINC, de Parcs et Tourisme, des Affaires Autochtones Canada, de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, de Parcs Canada et du Groupe de développement Ulnooweg.

Il est souhaité que cette trousse encourage et permette de tirer avantage des occasions en tourisme autochtone au Nouveau-Brunswick.

Sincèrement,

Alex Dedam  
Coprésident autochtone

Hermel Vienneau  
Coprésident fédéral

Patrick Francis  
Coprésident provincial



## SOMMAIRE EXÉCUTIF

---

La création de la Trousse de planification du tourisme autochtone destinée aux Premières Nations du Nouveau-Brunswick a été possible grâce aux subventions du Programme de développement économique communautaire des Affaires Indiennes et du Nord du Canada (AINC). L'information rassemblée et imprimée dans cette trousse a été spécifiquement conçue pour le développement de produits touristiques autochtones. Le groupe de travail en tourisme de l'ICDE a identifié les besoins relativement à cette inestimable ressource et a investi temps et efforts pour offrir à ses clients un guide pour le développement de produits, pour la gestion des affaires et pour l'établissement de partenariats réussis.

La Trousse de planification du tourisme autochtone destinée aux Premières Nations du Nouveau-Brunswick permettra à l'entrepreneur et à la communauté des Premières Nations de trouver des l'adresses Web qui les guideront vers des sources de financement, des programmes de formation et des services commerciaux, et qui lui permettront de choisir un secteur touristique et de développer un produit touristique authentique et unique. Une recherche datant de 2005 et portant sur le profil des consommateurs visiteurs a été incluse dans la trousse (voir l'appendice 2). La compréhension du visiteur et de l'industrie touristique par l'entrepreneur favorisera le développement de produits touristiques qui répondent aux préférences des consommateurs. Cela garantit un développement communautaire touristique planifié qui prend en compte de la culture et du patrimoine.



## LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME AUTOCHTONE AU NOUVEAU-BRUNSWICK

---

L'objectif premier du développement du tourisme autochtone au Nouveau-Brunswick est d'introduire une approche stratégique afin de créer des produits uniques, authentiques, développés à partir d'études de marché et sur la base de partenariats réussis avec les intervenants des gouvernements fédéral, provincial, des communautés autochtones et du secteur privé. Cette initiative vise à générer, à l'année longue, des revenus issus de l'industrie du tourisme pour les Premières Nations.

Le Tourisme autochtone au Nouveau-Brunswick s'est joint à la division de développement de produits du ministère du Tourisme et des Parcs (MTP) pour faire en sorte que des services de communications et de développement du tourisme autochtone soient fournis aux 15 communautés autochtones de la province. Grâce à ses partenariats, le MTP s'est assuré que le développement de produits autochtones suive les principes de base d'une expérience accueillante et interactive envers les visiteurs du Nouveau-Brunswick, tout particulièrement au cours de son Aventure d'un jour et de ses programmes Escapades.

Les partenaires du Fond de développement économique autochtone, le MTP et le Secrétariat aux affaires autochtones (AAS) ont également commandité la publicité du Sentier pow-wow de 2002 à 2006 dans le Guide touristique officiel du Nouveau-Brunswick, ce qui a contribué à stimuler l'esprit d'initiative et la conscience interculturelle au sein des communautés des Premières Nations.

La mise sur pied de partenariats réussis entre les gouvernements fédéral et provincial, le secteur privé et les communautés des Premières Nations profitera à tous par le développement d'un secteur touristique prospère et autonome. La préparation de la force de travail des Premières Nations dans les domaines de la formation en tourisme, particulièrement en matière de service aux consommateurs, en marketing et en gestion des affaires sont des outils indispensables aux communautés. Ce sont les facteurs de réussite du développement du tourisme communautaire.

Plusieurs nouveaux développements communautaires actuellement en planification au Nouveau-Brunswick seront lancés en 2006-2007. Les aspects les plus importants du développement d'infrastructures communautaires sont le caractère unique du produit, l'offre d'une expérience authentique et le soutien de la communauté.

Le tourisme autochtone est une industrie conforme au développement durable lorsqu'elle s'aligne sur les plans directeurs des Premières Nations, lesquelles encouragent la visite de leur région tout en préservant la culture, le patrimoine et l'écologie pour ainsi réserver au reste du monde un échange accueillant porteur d'un éveil culturel. Le soutien de la communauté est l'instrument qui assure le succès du développement du tourisme autochtone. Les peuples doivent vouloir partager leur culture, leur patrimoine et établir les principes de base d'un protocole avant d'accueillir des visiteurs par le tourisme.

Les protocoles peuvent être rédigés au cours de l'étape de planification des politiques de chacun des développements touristiques afin d'assurer le contrôle de la visite ainsi que le respect de la communauté hôte. L'utilisation d'une assurance dommages adéquate ainsi que d'un plan de gestion de risque pour les entreprises assurera des visites sécuritaires et renouvelées des consommateurs.





## TOURISME AU NOUVEAU-BRUNSWICK

---

Étant l'une des industries du Nouveau-Brunswick connaissant la plus grande croissance et le plus franc succès, le tourisme fait partie intégrante de l'économie provinciale. Le succès de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick provient de sa capacité à attirer des visiteurs et à leur offrir les services et les produits qu'ils désirent. L'amélioration des produits touristiques du Nouveau-Brunswick, l'adoption de technologies d'avant-garde, l'inclusion de développement professionnel, l'exploration de nouveaux marchés et l'exploitation des quatre saisons donnera au Nouveau-Brunswick l'avantage compétitif nécessaire pour devenir une destination de choix tout au long de l'année.

### ◆ INDUSTRIE TOURISTIQUE

---

L'industrie du tourisme du Nouveau-Brunswick fait partie intégrante de l'économie provinciale. Avec ses revenus de 1,1 milliards \$ en 2003, le tourisme est l'industrie connaissant la plus forte croissance dans la province et l'un des secteurs touristiques croissant le plus rapidement au pays. Le Nouveau-Brunswick accueille près de 2 millions de visiteurs chaque année et emploie 31 000 personnes à temps plein ou à temps partiel. En plus de l'industrie touristique primaire, la valeur des secteurs secondaires, tant en revenus qu'en emplois, tels que l'industrie de la restauration et boisson, est exceptionnelle.

Les touristes du Nouveau-Brunswick sont divisés principalement en quatre marchés, chacun responsables de presque 25 % des 1,86 million de personnes visitant la province. Ces quatre marchés proviennent de l'Ontario, du Québec, de l'est des États Unis et des Maritimes (Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse et Île-du-Prince-Édouard). La connaissance de ces marchés est essentielle au développement de l'industrie.

Ce qui suit est une brève description de chacun des quatre marchés (selon l'étude de profils des consommateurs).

### ◆ LES MARCHÉS TOURISTIQUES DU NOUVEAU-BRUNSWICK

---

#### **Ontario**

Le visiteur provenant de l'Ontario est éduqué et exige de la qualité. Il est jeune (53 % d'entre eux sont âgés de moins de 50 ans), dispose d'un revenu familial supérieur et préfère des activités sans risque qui ne requièrent qu'une participation modeste. Les Ontariens sont des visiteurs fidèles qui ont tendance à revenir. Plusieurs d'entre eux visitent le Nouveau-Brunswick en août et pendant la saison automnale. Ils ont aussi tendance à entreprendre des voyages prolongés (de 10 à 15 nuits) avec des itinéraires flexibles et à voyager sans enfant.

#### **Québec**

Le visiteur provenant du Québec est éduqué, dispose d'un revenu familial élevé, est très sensible aux questions environnementales. Il est le plus exigeant. Il supporte un risque élevé, mais il est ouvert à de nouveaux concepts et s'avère très spontané. Les visiteurs en provenance du Québec tendent à voyager en juillet. Ils planifient à la dernière minute, demeurent généralement au Nouveau-Brunswick pendant tout leur séjour (peu d'entre eux visitent l'Î.-P.-E. ou la N.-É.) et plus de la moitié d'entre eux reviendront au Nouveau-Brunswick.

#### **Les États-Unis**

Le visiteur provenant des États-Unis est un touriste plus âgé (73 % d'entre eux ont plus de 50 ans). Ils disposent du revenu le plus élevé de tous les marchés et sont très éduqués. Le touriste américain exige de la haute qualité et s'attend à des risques limités avec une



implication limitée. Les visiteurs des États-Unis voyagent à l'automne, sans enfant, planifient à l'avance, sont pour la majorité des nouveaux visiteurs (51 %) et le Nouveau-Brunswick ne représente pour eux qu'une partie d'un long voyage dans les Maritimes.

### **Régional**

Le visiteur régional est le type de visiteur le plus jeune (60 % d'entre eux ont moins de 50 ans). Il apprécie le minimum de risque mais il s'implique. Il exige une qualité élevée, et il est intéressé par les activités extérieures, la nature et l'exploration. La majorité d'entre eux voyagent en août, sous l'impulsion du moment, avec des enfants. Près des deux tiers d'entre eux affirment demeurer au Nouveau-Brunswick pour trois nuits et moins, et plusieurs d'entre eux y viennent sans obtenir préalablement d'information touristique ou planifier.

En plus de ces quatre principaux marchés, l'addition de nouveaux créneaux dans les marchés nichés ainsi que l'exploration de nouveaux marchés offrent plus d'une opportunité à l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick.

### **Les marchés nichés**

Ils offrent de nouvelles opportunités au Nouveau-Brunswick pour tirer parti des groupes et des intérêts spécifiques, par exemple le marché des adultes et le marché familial.

### **Les nouveaux marchés.**

Le Nouveau-Brunswick cible actuellement les nouveaux marchés suivants : l'Europe (France, Royaume-Uni, Allemagne) et l'Amérique du Nord (centre-ouest des États-Unis et ouest du Canada).

## **◆ L'EXPÉRIENCE CONSOMMATEUR ET LE DÉVELOPPEMENT DES FORCES DES PRODUITS NATURELS DU NOUVEAU-BRUNSWICK.**

La réussite de l'industrie du tourisme du Nouveau-Brunswick repose sur sa capacité à attirer des visiteurs et à leur offrir les produits qu'ils désirent. L'industrie doit continuellement améliorer les produits existants et introduire de nouvelles expériences touristiques qui aideront le Nouveau-Brunswick à devenir une destination de choix toute l'année durant. À cette fin, le ministère du Tourisme et des Parcs doit s'assurer que ces produits et expériences sont complémentaires aux forces des produits naturels, qu'ils tiennent compte de la saisonnalité, qu'ils génèrent de l'intérêt auprès des consommateurs, qu'ils attirent un nouvel achalandage et qu'ils favorisent un achalandage répété dans le secteur du tourisme. On doit tenir compte de la demande croissante des consommateurs pour des produits offrant de nouvelles expériences touristiques. Le Nouveau-Brunswick doit tirer parti de l'avantage concurrentiel de la position d'avant-garde que procurent des produits nouveaux et uniques. La province bénéficie d'une excellente occasion de tonifier et d'alimenter l'industrie du tourisme dans son ensemble.

La recherche auprès des consommateurs indique que, même si la destination constitue un facteur prépondérant lors d'une décision de voyage, l'expérience vécue pendant les vacances gagne rapidement en importance. Par conséquent, en se basant sur cette recherche validée par des experts de l'industrie touristique, nos produits touristiques peuvent être développés selon trois catégories d'expériences différentes : la découverte du littoral, les merveilles de la nature et enfin le patrimoine et la culture. Cette préoccupation pour l'expansion des produits permettra au Ministère de promouvoir et de mettre en valeur la province entière pendant les quatre saisons.

En plus des expériences décrites ci-haut, l'entretien et le développement de l'infrastructure touristique du Nouveau-Brunswick a été identifiée comme une priorité par le Ministère. Alors que les attractions peuvent être rattachées à une région spécifique, la qualité de l'hébergement est aussi un facteur important pour le visiteur du Nouveau-Brunswick, dont les attentes quant à la qualité du service et celle des aménagements sont constantes.



Un des défis du Nouveau-Brunswick est la saisonnalité. La province a un grand potentiel pour accroître les offres automnales, hivernales et printanières. L'amélioration des produits existants et le développement de nouvelles expériences peuvent être complétés par le développement de nouveaux marchés ou par l'expansion des marchés existants.

L'exploration de nouveaux marchés potentiels pour le Nouveau-Brunswick tiendra compte de la saisonnalité tout en améliorant les revenus du tourisme en général.

La réussite du Nouveau-Brunswick passe aussi par dans le marketing des produits et par le développement du secteur professionnel des affaires de l'industrie. Il est essentiel d'encourager cette dernière à améliorer sans cesse les produits individuels en développant un plus grand savoir-faire en marketing et en gestion. L'Association de l'industrie du tourisme du Nouveau-Brunswick offre de la formation au personnel de première ligne, ce qui élève dans l'ensemble la qualité de l'expérience. Le développement professionnel et la formation des gestionnaires et des propriétaires/opérateurs dans le domaine de la planification des affaires et de la gestion des ressources humaines permettront au Nouveau-Brunswick de développer un avantage concurrentiel au sein du marché.

La technologie devient de plus en plus une composante intégrale des opérations touristiques. La recherche indique que les consommateurs utilisent l'Internet de plus en plus chaque année pour effectuer des recherches sur les diverses options de voyages qui leur sont offertes et pour réserver en ligne. L'industrie touristique du Nouveau-Brunswick doit demeurer à la fine pointe de la technologie, encourager la constante mise à jour des logiciels pour favoriser une présence accrue sur le Web, promouvoir l'utilisation des systèmes de réservation en ligne et améliorer la connectivité de manière à permettre l'usage de l'Internet avant et pendant la visite.

*Lignes directrices du développement touristique du Nouveau-Brunswick  
Tourisme et Parcs*

**Mai 2004; mises à jour en avril 2006**





## PROGRAMMES DE FINANCEMENT

---

### ◆ LE SECRÉTARIAT AUX AFFAIRES AUTOCHTONES (SAA)

---

#### **Secrétariat aux affaires autochtones**

Bureau national :

25, rue Eddy (25-7-N)

Gatineau (Qc) KIA 0M5

Tél. : 819 953-6041

Télec. : 819 994-1261

Courriel :

Aboriginal.autochtones@pc.qc.ca

Bureau régional :

C.P. 6000

440, rue King, bureau 237

Frédéricton (N.-B.) E3B 5G1

Tél : 506 462-5177

Télec. : 506 444-5142

Adresse Web : [www.gnb.ca/0016](http://www.gnb.ca/0016)

Programme de subventions en éducation, santé et vie active, culture et événements. Le Secrétariat aux affaires autochtones (SAA) a été créé en 1999 au sein de Parcs Canada pour fournir une direction nationale et une aide en ce qui concerne les peuples autochtones de même que pour renforcer les liens avec les peuples autochtones.

Le SAA est hébergé dans les bureaux de Parcs Canada dans la région de la capitale nationale et emploie actuellement trois personnes. Le directeur du Secrétariat relève directement du directeur général. Un réseau d'employés de Parcs Canada, situés à travers le Canada, apporte aussi son soutien à l'unité du SAA.

L'objectif général du SAA est de faciliter la participation des autochtones dans les sites du patrimoine naturel et culturel du Canada. Découlant de cet objectif, cinq priorités ont été identifiées :

- le renforcement des relations avec les communautés autochtones;
- l'augmentation de la présentation et de l'interprétation du patrimoine autochtone;
- l'encouragement de partenariats économiques et d'opportunités d'affaires avec les communautés autochtones;
- l'amélioration des opportunités d'emploi pour les autochtones;
- et la commémoration des nouveaux sites historiques nationaux dédiés à l'histoire autochtone.

De plus, trois priorités ont été établies pour l'année fiscale 2005-2006, à savoir :

- la consultation et l'engagement;
- le développement économique et le tourisme autochtone;
- le savoir écologique traditionnel.



## ◆ LES ENTREPRISES AUTOCHTONES CANADA (EAC)

---

### Entreprises autochtones Canada

16e étage, Maritime Center  
1505, rue Barrington  
C.P. 940, Station M  
Halifax (N.-É.) B3J 2V9

Tél. : 902 426-2018  
Télec. : 902 426-1643  
Adresse Web :  
[www.abc-eac.ic.gc.ca](http://www.abc-eac.ic.gc.ca)

EAC œuvre auprès des entrepreneurs autochtones afin de promouvoir le développement, la compétitivité et le succès des entreprises autochtones au sein des marchés canadiens et partout à l'étranger.

### Entreprises – Tourisme

Le secteur du tourisme offre des opportunités de formation et de croissance pour les entreprises. Le tourisme est considéré comme la somme des activités de gens qui voyagent en dehors de leur environnement habituel pour le plaisir, le travail ou d'autres raisons. Pour être éligible à l'aide d'EAC, vous devez :

- être de descendance autochtone (Indien de statut ou non – habitant sur ou hors réserve – Métis ou Inuit);
- posséder un minimum de 15 % de fonds à investir dans les coûts éligibles du projet. (Ceci peut augmenter en fonction de votre capacité financière à soutenir une plus grande partie des coûts. Au moins la moitié de vos fonds doit provenir de ressources personnelles et vous devez être capable de démontrer que 60 % de votre revenu proviendra du tourisme.)

Les entreprises de tourisme couvrent la gamme entière de produits et services touristiques, des destinations et attractions traditionnelles et contemporaines, en passant par les accommodations, les transports, les restaurants et casse-croûtes, et ce, jusqu'à la vente au détail.

N'importe quelle entreprise s'attendant à recevoir une portion importante de ses revenus du tourisme est éligible à l'aide offerte. Entreprises Autochtones Canada évalue les projets cas par cas, mais le terme « portion importante » signifie généralement une portion de plus de 60 %. Les demandeurs doivent inclure de l'information détaillée sur leurs gains escomptés dans leur plan d'affaires. Ils doivent également démontrer que les établissements de restauration et de vente au détail sont reliés à une destination touristique spécifique et qu'une portion importante des revenus (plus de 60 %) proviendraient de touristes.

Voici quelques types d'entreprises touristiques éligibles :

- **Destinations et attractions** : observation de la faune, location de canots, d'hélisti et observation de baleines. Note : les événements ponctuels tels que festivals et pow-wow ne sont pas éligibles à l'aide d'Entreprises autochtones Canada, puisqu'ils ne se classent pas parmi les activités commerciales continues.
- **Aménagements** : pavillons de chasse et pêche, terrains de camping, motels, hôtels, complexes de vacances et pavillons.
- **Transports** : lignes aériennes et avions, autobus de visites guidées, bateaux-taxis faisant la navette entre les destinations touristiques, ferries et taxis, à condition que le demandeur puisse démontrer qu'une portion importante des revenus annuels proviennent de touristes.



- **Restaurants et casse-croûtes** : les restaurants qui fournissent des services culinaires reliés à une destination touristique spécifique.
- **Vente au détail** : boutiques de souvenirs ou autres opérations de vente au détail reliées à une destination touristique spécifique.
- **Services touristiques** : organisateurs de visites guidées, magasins de vêtements, guides, interprètes et agences de voyage.

**Note** : Entreprises Autochtones Canada peut aider un demandeur acquérant une entreprise classée dans une des catégories. Veuillez vous référer à la rubrique Acquisitions pour plus d'information.

#### ◆ **AGENCE DE PROMOTION ÉCONOMIQUE DU CANADA ATLANTIQUE (APECA)**

---

##### **Agence de promotion économique du Canada atlantique**

C.P. 578

570, rue Queen

Frédéricton (N.-B.) E3B 5A6

No APECA : 1 800 561-4030

No siège social : 1 800 561-7862

Adresse Web : [www.acoa-apeca.gc.ca](http://www.acoa-apeca.gc.ca)

L'Agence de promotion économique du Canada atlantique est une agence gouvernementale fédérale dont le siège social est sis dans la région atlantique. Le but de l'APECA est d'améliorer l'économie des communautés canadiennes-atlantiques au moyen de la réussite du développement des entreprises et des offres d'emploi.

##### **Programme de développement des entreprises (PDE)**

Ce programme de l'APECA est conçu pour vous aider à démarrer, étendre ou moderniser votre entreprise. Principalement axé sur les PME, le programme offre un accès au capital sous la forme de contributions sans intérêt, non sécurisées et remboursables. Les organisations à but non lucratif qui soutiennent la communauté d'affaires peuvent aussi se qualifier.

La plupart des secteurs d'affaires sont éligibles à l'exception des suivants : la vente en gros et au détail, l'immobilier, les services gouvernementaux et les services de nature personnelle ou sociale. Les demandeurs du domaine commercial et des organismes à but non lucratifs sont aussi éligibles. Les activités éligibles incluent les études de marché, l'investissement de capital, la formation, le marketing, le contrôle de la qualité ainsi que les activités à but non lucratif qui soutiennent le commerce dans la région. De l'aide est également disponible pour vous faciliter l'obtention de contrats d'approvisionnement publics ou privés, ou pour développer un produit ou un service novateur.

L'APECA peut fournir un prêt non sécurisé et sans intérêts pour couvrir les coûts éligibles d'un nouvel établissement, d'une expansion, d'une modernisation ou d'un projet qui améliore votre compétitivité. La contribution de l'APECA est remboursable selon un échéancier établi sur mesure selon votre profil. Le niveau maximal d'aide est réparti comme suit :

- **Marketing** : Inclue le développement d'un plan de marketing, l'embauche d'un expert en marketing pour effectuer le suivi du plan et des activités reliées au marketing, comme l'étiquetage-marquage, l'emballage, l'élaboration des diverses pièces promotionnelles, la publicité, les démonstrations du produit et la participation aux expositions commerciales.
- **Formation** : Inclue le développement d'un plan de formation, l'embauche d'un expert en formation pour effectuer le suivi du plan, les activités reliées telles que l'élaboration d'un guide de formation, les coûts des conférences et le salaire des employés lors de formations reçues pendant les heures de travail.



- **Productivité/amélioration de la qualité** : Inclue le développement d'un plan de productivité ou d'amélioration de la qualité, l'embauche d'un expert pour l'application du plan, les activités reliées tels que l'obtention d'une certification de qualité reconnue comme ISO, et le coût des équipements techniques requis
- **Innovation** : Inclue les coûts reliés à la recherche et au développement de nouveaux produits ou de produits améliorés, de services et de processus tels que le salaire d'experts, de matériaux, d'équipements spécialisés, de tests et de brevets.
- **Services de consultants** : Inclue le coût d'embauche d'un consultant qualifié pour préparer un plan d'affaires, effectuer une étude de faisabilité, rechercher des occasions d'affaires, acquérir des licences, rechercher des capitaux de risque, faire un transfert de technologie ou fournir des conseils pour améliorer vos compétences en affaires.
- **Obtention de contrats** : Inclue les coûts d'amélioration de votre positionnement compétitif pour vous aider à décrocher des contrats publics et privés dans votre secteur.
- **Développement de propositions d'affaires** : Inclue le coût nécessaire pour façonner votre concept dans le cadre d'une proposition d'affaires viable, pour réaliser une étude de faisabilité, pour développer un prototype et pour récolter de l'information sur les marchés et les fournisseurs de matériaux bruts. La contribution maximale pour cette catégorie est de 10 000 \$.
- **Aide au commerce** : Les organisations à but non lucratif peuvent se qualifier pour des activités qui soutiennent la communauté commerciale, l'entrepreneuriat ou le développement économique.

### **Partenariat du tourisme atlantique canadien (PTAC)**

Le Partenariat du tourisme atlantique canadien est un partenariat pan-atlantique comprenant l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, les quatre associations de l'industrie du tourisme atlantique canadien et les quatre ministères provinciaux responsables du tourisme du Nouveau-Brunswick, de Terre-Neuve et Labrador, de la Nouvelle-Écosse et d'Île-du-Prince-Édouard. À travers le Partenariat d'investissement atlantique (second volet), l'APECA travaillera avec ses partenaires pour tirer avantage de ce succès par des campagnes de marketing internationales continues, une planification conjointe avec les autres organisations de tourisme atlantique et en encourageant une plus grande intégration de la technologie par les entreprises de tourisme.

### **Investir dans les communautés – Fond des communautés innovatrices**

Le Fond des communautés innovatrices (FCI) investit dans des projets stratégiques qui renforcent les économies des communautés du Canada atlantique. Œuvrant en partenariat avec les communautés atlantiques et les parties prenantes, le FCI tire avantage des forces des communautés et fournit les outils nécessaires pour identifier les occasions d'affaires pour leur développement durable du point de vue économique

Le FCI mise sur des investissements qui créent à des emplois à long terme et sur la construction d'un rendement économique accru au sein des communautés rurales. Les initiatives urbaines qui stimulent la compétitivité et la vitalité des communautés rurales peuvent être aussi considérées sur une base sélective.

- **Équipe Canada atlantique** – Inclue deux missions de commerce par année vers certains marchés américains et européens avec la participation d'environ 40 entreprises par mission.
- **Stratégies d'exportation de secteur** – Développent et financent des stratégies d'exportation de secteur, et assiste dans le développement et l'application d'initiatives internationales telles que définies dans les stratégies.



- **Formation en commerce et développement de compétences** – Fournit une formation pour le commerce et des sessions de conscientisation pour des exportateurs potentiels et existants, incluant une formation spécifique pour les jeunes, les femmes et les autochtones. Fournit également un service qui évalue si les entreprises sont prêtes à l'exportation.
- **Stage d'exportation pour les diplômés du commerce** – Fournit des occasions d'emploi pour les diplômés universitaires et offre l'expertise de ses employés aux entreprises atlantiques canadiennes qui veulent s'ouvrir aux marchés internationaux.
- **Investissement** – S'efforce d'attirer et de développer un investissement étranger directement à l'intérieur de la région par la recherche d'investissements, par la distribution de l'information sur les investissements possibles, par des activités de promotion et de conscientisation, par l'identification et le développement de prospects et par des projets d'investissements conjoints intéressants avec les gouvernements des provinces atlantiques et d'autres partenaires fédéraux.

### **Fonds d'infrastructure stratégique canadien – Infrastructure Canada**

Avec des contributions de nos partenaires provinciaux, territoriaux et municipaux ainsi que du secteur privé, le Programme infrastructure Canada générera au moins 6 milliards \$ en investissements en infrastructures. Infrastructure Canada est un programme national avec un impact local. Il financera les projets d'infrastructure dans des milliers de communautés urbaines et rurales à travers le Canada.

La priorité d'Infrastructure Canada est l'infrastructure « verte », soit les projets qui amélioreront la qualité de notre environnement et contribueront à nos buts nationaux d'air et d'eau purs. Les projets prioritaires visent les systèmes de purification d'eaux et d'eaux souillées, de gestion de l'eau ou des déchets solides de même que le recyclage.

D'autres initiatives de programmes incluent le transport local, les routes et les ponts, des logements à des prix abordables, les télécommunications et le tourisme ainsi que les centres culturels et récréatifs.

### **◆ BANQUE DU CANADA, DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES (BDC)**

4, place Ville-Marie, bureau 400  
Montréal (Qc) H3B

Sans frais : 1 877 233-2269  
Courriel : info@bdc.ca  
Adresse Web : www.bdc.ca

Les services de la BDC sont offerts par le biais d'un large réseau de plus de 80 succursales s'étendant d'un océan à l'autre. Afin de maximiser la portée de la Banque, les communautés plus petites et plus éloignées sont desservies par des succursales satellites, des gestionnaires de comptes et des consultants itinérants.

#### Bathurst

Harbourview Place  
275, rue Main, bureau 205  
Bathurst (N.-B.) E2A 1A9  
Tél. : 506 548-7360  
Télec. : 506 548-7381

#### Edmundston

Carrefour Assomption  
121, rue de l'Église, bureau 405  
Edmundston (N.-B.) E3V 1J9  
Tél. : 506 739-8311  
Télec.: 506 735-0019

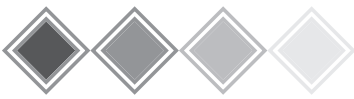
#### Frédéricton

The Barker House  
570 rue Queen, Suite 504  
C.P. 754  
Frédéricton (N.-B.) E3B 5B4  
Tél. : 506 452-3030  
Télec. : 506 452-2416

#### Moncton

766, rue Main  
Moncton (N.-B.) E1C 1E6  
Tél. : 506 851-6120  
Télec. : 506 851-6033





Avec plus de 20 000 autochtones gérant leur propre entreprise, les communautés autochtones démontrent un taux plus élevé de création de nouvelles entreprises et de travailleurs autonomes que la moyenne canadienne. Avec cette activité accrue vient la nécessité d'une plus grande variété des services de consultation financière. L'unité des opérations bancaires autochtones de la BDC emploie des autochtones conscients des besoins spécifiques des entrepreneurs autochtones et offrent en ce sens des solutions flexibles, à long terme et sur mesure.

### **Capital de développement de la BDC pour les entreprises autochtones**

Financement sur mesure pour les entreprises autochtones, qu'elles soient à l'intérieur d'une réserve ou non. Financez vos actifs fixes (terrain, édifice, équipement), vos coûts de démarrage (jusqu'à 25 000 \$) ou les actifs intangibles tels que les coûts de recherche et développement ou les coûts de développement de marchés.

### **Solutions financières**

D'autres produits financiers diversifiés sont disponibles pour vous aider à faire croître votre entreprise.

### **Lancer une entreprise**

Joignez vous aux rangs d'autres entrepreneurs autochtones qui ont réussi. La BDC offre les services de consultation et les services financiers pour aider votre entreprise à partir du bon pied.

### **Les services de consultation**

Les conseillers d'affaires spécialisés de la BDC offrent l'aide et les solutions aux entrepreneurs autochtones qui cherchent à favoriser la croissance de leur entreprise.

### **Le fonds d'investissement du tourisme**

Cible les entreprises qui cherchent à se développer ou à acquérir des aménagements pour répondre à une demande accrue ou pour améliorer les établissements existants de manière à faire face aux impératifs de la compétitivité internationale.

## **◆ ENTREPRISES NOUVEAU-BRUNSWICK (ENB)**

---

### **Ministère des Entreprises Nouveau-Brunswick**

#### **Support financier aux entreprises/Division de développement d'exportation**

C.P. 6000

Frédéricton (N.-B.) E3B 5H1

Tél. : 506 453-3890

Adresse Web : [www.gnb.ca/0398](http://www.gnb.ca/0398)

### **Le Programme entrepreneur du Nouveau-Brunswick (Prêt garanti)**

Le Programme entrepreneur est une initiative de création d'emploi mise sur pied par la province et qui a pour but d'aider les Néo-Brunswickois sans emploi à devenir des travailleurs autonomes. La division des finances et du soutien du ministère provincial des Entreprises Nouveau-Brunswick sponsorise et administre le programme en coopération avec des institutions financières éligibles. Du soutien additionnel aux entreprises est fourni par les agences de développement économique communautaire et par les corporations de développement d'affaires communautaires. Les participants éligibles peuvent recevoir une aide financière pour le démarrage de leur entreprise au moyen de prêts garantis.

Sous la garantie de prêt, les clients peuvent recevoir jusqu'à 10 000 \$. Le prêt est garanti par le gouvernement du Nouveau-Brunswick pendant deux ans et il ne porte pas d'intérêt à l'emprunteur pendant une période d'un an. Le paiement du principal et de l'intérêt, payable au taux préférentiel de la banque plus un pour cent, doit commencer au 13e mois du prêt. À la fin de la deuxième année, la garantie du gouvernement expire et le prêt devient un prêt bancaire normal. À ce moment, les montants mensuels du paiement, le taux d'intérêt et le collatéral (si nécessaire) seront négociés en utilisant les mesures régulières d'évaluation de prêts aux entreprises.



### **Institutions financières éligibles**

Toutes les succursales de la Banque Royale du Canada et de la Banque Nationale du Canada ainsi que certaines Caisses Populaires sont autorisées à avancer un prêt accepté par le programme.

Note : Il y a un nombre substantiel de demandeurs pour le Programme entrepreneur et le fait de remplir les critères d'éligibilité ne vous assure pas de recevoir de l'aide. Les prêts garantis seront jugés d'après le mérite du plan d'affaires et les qualifications du demandeur à appliquer ce plan. Les demandeurs devront permettre au ministère des Entreprises Nouveau-Brunswick et à la Corporation de développement d'affaires communautaires d'effectuer une enquête de crédit.

### **Assistance financière à l'industrie**

(Soutien aux secteurs industriels éligibles)

Fournit une aide financière pour établir ou pour favoriser le maintien de nouvelles industries ou d'industries existantes dans le domaine manufacturier ou de transformation, de firmes des services commerciaux sélectionnés (les entreprises B2B qui mettent l'accent sur les activités d'exportation ou d'importation), les opérations touristiques (travaillant en accord avec la stratégie de tourisme), et les entreprises de technologie de l'information (travaillant en accord avec la stratégie de technologie d'information). De l'aide financière peut être fournie sous la forme d'un prêt garanti, d'un prêt direct ou d'une participation dans l'équité.

### **◆ PATRIMOINE CANADIEN (PC)**

#### Région atlantique

1045, rue Main, bureau 106, 3e étage  
Moncton (N.-B.) E1C 1H1  
[www.Canadianheritage.gc.ca](http://www.Canadianheritage.gc.ca)

Tél. : 506 851-7066  
Télec. : 506 851-7079  
Adresse Web :

Patrimoine canadien est responsable des politiques nationales et des programmes qui mettent en valeur le contenu canadien, qui entretiennent la participation culturelle, la citoyenneté active et la participation dans la vie civique canadienne, ainsi que les programmes qui renforcent les contacts entre Canadiens. Pour la majorité des programmes, contactez le bureau régional du Ministère. Certains programmes disponibles se concentrent sur les communautés multiculturelles ou autochtones, les arts et la culture, le sport, le patrimoine, les langues officielles, notre futur numérique, la jeunesse et plus encore. L'aide financière dans le cadre de ces programmes inclut des contributions et des subventions, des bourses, des crédits d'impôt, etc.

### **◆ AFFAIRES INDIENNES ET DU NORD CANADA (AINC)**

#### Région atlantique

C.P. 160, 40, rue Havelock  
Amherst (N.-É.) B4H 3Z3

Tél. : 902 661-6200  
Télec. : 902 661-6237  
Adresse Web : [http://www.ainc-inac.gc.ca/at/conta\\_e.html](http://www.ainc-inac.gc.ca/at/conta_e.html)

**Le programme d'opportunités économiques** pour les communautés fournit un soutien de base aux projets des communautés des Premières Nations et des Inuits qui offrent les meilleures opportunités de services publics au plan du développement économique.

Le Programme d'opportunités économiques pour les communautés doit générer des retombées économiques dans la communauté, dont une croissance de l'emploi et des revenus à cette croissance, une plus grande utilisation et une augmentation de la valeur de la terre et des ressources gérées par la communauté, une meilleure infrastructure économique communautaire générale et de meilleures dispositions pour accéder aux ressources situées à l'extérieur des réserves, plus d'investissements dans la communauté, des occasions d'affaires accrues ainsi qu'un climat et un environnement plus propices au



développement économique communautaire, des entreprises communautaires plus grandes et plus nombreuses, plus de contrats et de ventes pour les entreprises de la communauté et une capacité accrue pour le gouvernement de la communauté à gérer de futures occasions économiques.

Affaires internationales – Relations gouvernementales – Région atlantique  
Affaires Indiennes et du Nord Canada  
Tél. : 506 452-3870  
Télec. : 506 452-3793  
Adresse Web : [www.ainc-inac.gc.ca](http://www.ainc-inac.gc.ca)

#### ◆ LE CONSEIL DES ARTS DU NOUVEAU-BRUNSWICK (CANB)

---

634, rue Queen, bureau 300  
Frédéricton (N.-B.) E3B 1C2

Tél. : 1 866 460-ARTS (2787)  
Télec. : 506 444-5543  
Adresse Web : [www.artsnb.ca](http://www.artsnb.ca)

#### Information sur le programme de bourses général

Le Conseil des arts gère 11 programmes d'aide financière pour les artistes professionnels du Nouveau-Brunswick qui œuvrent dans les disciplines artistiques suivantes : danse, film et vidéo, arts littéraires, musique, théâtre, arts visuels et arts multidisciplinaires.

Tous les programmes sont accessibles aux artistes autochtones. Le Conseil offre aussi un programme culturel spécifique aux artistes autochtones.

1. Prix d'excellence
2. Prix de la fondation
3. Prix du lieutenant-gouverneur pour l'œuvre d'une vie dans le domaine des arts
4. Création
5. Documentation
6. Programme de présentation
7. Artiste en résidence
8. Arts autochtones
9. Bourses d'études en art
10. Arts sur invitation
11. École d'art

#### ◆ MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION POSTSECONDAIRE, DE LA FORMATION ET DU TRAVAIL (MEFT)

---

C.P. 6000  
Chestnut Complex  
Frédéricton (N.-B.) E3B 5H1

Tél. : 506 453-2597  
Fax : 506 453-3806  
Adresse Web :  
<http://www.gnb.ca/0311/3ef.htm>

#### Programme d'aptitude au travail

##### Remboursement du salaire à l'employeur

Le programme d'aptitude au travail offre l'occasion aux individus sans emploi de gagner une expérience valable de travail et des compétences au moyen du placement chez des employeurs participants.

Le Développement à l'emploi et à la formation rembourse l'employeur 100 % du salaire horaire jusqu'à un maximum de 6,30 \$ (pour un maximum de 40 heures par semaine), en plus de la part des bénéfices de l'employeur. L'employeur est tenu de payer les primes de la Commission de compensation, santé, sécurité et lieu de travail. Nous encourageons les employeurs à augmenter le salaire de l'employé lorsque c'est possible.



### **Accroissement de la main d'œuvre**

Peut-être avez-vous besoin d'une aide initiale à court terme pour payer le salaire d'un employé supplémentaire. Ou peut-être opérez vous une industrie saisonnière et avez-vous besoin d'un travailleur supplémentaire chaque année pour un certain nombre de semaines. Si vous êtes une entreprise du secteur privé, une organisation à but non lucratif ou une communauté autochtone, de l'aide vous est destinée.

Le programme Remboursement du salaire à l'employeur, partie de l'Accroissement de la main-d'œuvre, utilise des remboursements de salaires temporaires pour vous aider à établir un emploi permanent ou des emplois saisonniers récurrents chaque année.

### **Services à l'emploi / Services d'adaptation à la main-d'œuvre**

En tant que chef de votre entreprise ou de votre organisation, vous êtes conscient que les ressources parmi les plus précieuses sont les ressources humaines. C'est pourquoi il est essentiel que vous soyez pleinement préparé à répondre – ou à vous ajuster – à tout défi ou occasion d'emploi qui pourrait vous être offert. Les Services d'adaptation fournissent de l'aide et du financement pour faciliter l'administration des ressources humaines, l'adaptation de la main d'œuvre au lorsque c'est d'intérêt général. Un consultant du programme vous aidera à organiser un programme de financement.

Un comité d'adaptation bien équilibré est constitué de représentants des employés et des employeurs pour répondre efficacement aux problèmes reliés aux ressources humaines.

### **Développement d'emplois et d'expériences d'été (DEEE)**

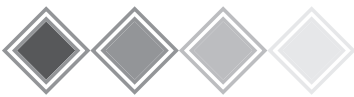
Plusieurs des futurs chefs de votre entreprise ou de votre organisation sont des étudiants en ce moment. Ils profiteraient de votre aide et vous de la leur ! Le programme DEEE s'assure que des occasions de travail sont offertes aux étudiants pour les aider à acquérir une précieuse expérience de travail et à améliorer leurs chances de trouver un emploi à la fin de leurs études. Ces emplois d'étudiants sont des placements au sein de la fonction publique provinciale et municipale, dans les communautés des Premières Nations et au sein des organisations à but non lucratif. Vous pourrez interviewer et choisir vos candidats à partir d'une liste d'étudiants éligibles qui vous sera référée par le Bureau Provincial de placement étudiant. Vos besoins seront pris en compte afin que les étudiants qui vous sont suggérés possèdent la formation et les compétences qui correspondent à l'emploi offert.

### **Services d'emploi d'initiative personnelle**

- **Échange d'emploi** – Ces systèmes sont mis à la disposition des employeurs pour les aider à rencontrer des individus qui ont les compétences et l'expérience requise.

Guichet Emplois (Banque de références)

- Placez des offres d'emploi dans le Guichet emplois par téléphone au 1 888 434-7070 (dans la région de Frédéricton, appelez le 453-2377) ou par télécopieur au 506 462-5916.
- Par Internet à [www.jobbank.gc.ca](http://www.jobbank.gc.ca) au moyen d'un kiosque électronique dans un Centre de services aux ressources humaines.
- Par courriel à [TED.jobbank@gnb.ca](mailto:TED.jobbank@gnb.ca).
- [www.EmploisNB.ca](http://www.EmploisNB.ca) – Un site Web qui promeut l'emploi au Nouveau-Brunswick.



## ◆ CORPORATION DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL (CDR)

---

### Adresse Physique

836, Churchill Row  
Frédéricton (N.-B.) E3B 1P9

Tél. : 506 453-2277

### Adresse de courrier

C.P. 428  
Frédéricton (N.-B.) E3B 5R4

### **Programme des événements communautaires**

On a confié l'administration du Programme des événements communautaires à la Corporation de développement régional en 2000. Le Programme soutient le gouvernement local et les organisations à but non lucratif dans leurs initiatives tels que des festivals, des événements nationaux et d'autres événements spéciaux de nature communautaire. Des subventions pour les anniversaires municipaux sont aussi considérées pour les 50e, 75e, 100e anniversaires, etc. Les dates d'anniversaires sont calculées à partir de la date originale de la fondation et sont basées sur le nombre d'habitants (1 \$ par habitant, avec un minimum de 500 \$ et un maximum de 3 000 \$).

### **Fonds du développement économique de la péninsule acadienne (mis à jour en juin 2005)**

Agissant sous la direction de la Corporation de développement régional, le but du FDÉPA est de fournir un financement pour des activités de développement économique et social en accord avec le Plan d'action régional. Le Plan d'action, qui a été développé par la communauté pour guider l'implantation du FDÉPA, est une initiative à long terme qui identifie les objectifs à court, moyen et long termes pour relever les défis auxquels la région fait face.

Le FDÉPA a été conçu pour compléter l'aide financière provenant des budgets ministériels réguliers et des autres programmes d'aide financière afin de soutenir autant les initiatives commerciales que les autres. Tous les projets doivent être soumis et sponsorisés par un ministère, une agence ou une société de la couronne pour être éligibles au financement du FDÉPA.

Le FDÉPA fournira du soutien aux initiatives provenant de la communauté, qui adoptent les thèmes suivants :

- éducation et formation;
- recherche et développement;
- diversification économique;
- infrastructure stratégique.

### **Fonds de développement économique de Restigouche-Chaleur (mis à jour : juin 2005)**

Faisant face à plusieurs défis économiques dus aux réductions graduelles de la main-d'œuvre dans le secteur minier et à la rationalisation dans le secteur forestier dans la région Restigouche-Chaleur, le gouvernement provincial a créé un fond de 25 millions \$ pour le développement économique de Restigouche-Chaleur, le FDÉRC.

Agissant sous la direction de la Corporation de développement régional, le but du FDÉRC est de fournir un financement pour des activités de développement économique et social en accord avec le Plan d'action régional. Le Plan d'action, qui a été développé par la communauté pour guider l'implantation du FDÉRC, est une initiative à long terme qui identifie les objectifs à court, moyen et long termes pour relever les défis auxquels la région fait face.

Le FDÉPC a été conçu pour compléter l'aide financière provenant des budgets





ministériels réguliers et des autres programmes d'aide financière afin de soutenir autant les initiatives commerciales que les autres. Tous les projets doivent être soumis et sponsorisés par un ministère, une agence ou une société de la couronne pour être éligibles au financement du FDÉRC.

Le FDÉRC fournira du soutien aux initiatives provenant de la communauté, qui adoptent les thèmes suivants :

- éducation et formation;
- recherche et développement;
- diversification économique;
- infrastructure stratégique.

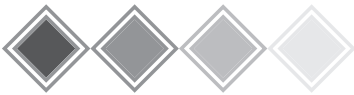
### **Fond de développement économique de Miramichi (mis à jour : juin 2005)**

Sous les directives de la Corporation de Développement Régional, le but du FDÉM est de fournir un financement pour des activités de développement économique et social en accord avec le Plan d'action régional. Le Plan d'action, qui a été développé par la communauté pour guider l'implantation du FDÉM, est une initiative à long terme qui identifie les objectifs à court, moyen et long termes pour relever les défis auxquels la région fait face.

Le FDÉM a été conçu pour compléter l'aide financière provenant des budgets ministériels réguliers et des autres programmes d'aide financière afin de soutenir autant les initiatives commerciales que les autres. Tous les projets doivent être soumis et sponsorisés par un ministère une agence ou une société de la couronne pour être éligibles pour financement du FDÉM.

Le FDÉM fournira du soutien aux initiatives provenant de la communauté qui adoptent les thèmes suivants :

- éducation et formation;
- recherche et développement;
- diversification économique;
- infrastructure stratégique.



## FORMATION EN TOURISME ET LIENS À L'INDUSTRIE

---

### ◆ **TOURISME ET PARCS NB (TEP)**

---

C.P. 6000  
Frédéricton (N.-B.) E3B 5H1

Tél. : 506 457 6754  
Sans frais : 1 888 817-5577  
Adresse Web de la corporation :  
[www.TourismNewBrunswick.ca](http://www.TourismNewBrunswick.ca)  
Adresse Web : [www.gnb.ca/0397](http://www.gnb.ca/0397)

#### **Fournisseurs émérites**

Fournisseurs émérites est le programme de certification destiné aux fournisseurs touristiques, qui a été créé pour les aider à faire des affaires au Nouveau-Brunswick.

Fournisseurs émérites soutient le domaine du voyage en mettant en valeur plus de nos 70 fournisseurs en tourisme certifiés du Nouveau-Brunswick qui comprennent l'importance d'établir et d'utiliser des pratiques commerciales adaptées au tourisme.

Le programme Fournisseurs émérites est une occasion inestimable pour l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick. Il améliore la position concurrentielle des fournisseurs touristiques de la région en leur fournissant l'expertise et les outils nécessaires pour travailler efficacement avec l'industrie touristique. Le programme aide les fournisseurs participants à étendre leur réseau de distribution et leurs marchés.

Fournisseurs émérites est un programme audacieux...une idée excitante... C'est ce qui maintient le Nouveau-Brunswick en tête du peloton de l'industrie du tourisme.

#### **Tourisme autochtone**

Programmes d'aventures d'un jour et d'escapades disponibles. Contactez le directeur du projet au 506 444-3653.

### ◆ **MINISTÈRE DES RESSOURCES NATURELLES (MRN)**

---

#### **Programmes de faune et de vie aquatique**

Pignon sur rue  
Hugh John Flemming Forestry Centre  
1350, rue Regent  
Frédéricton (N.-B.) E3C 2G6

Tél. : 506 453-2440  
Télec. : 506 453-6699  
Adresse Web :  
<http://www.gnb.ca/0078/index-e.asp>

#### Adresse postale

Hugh John Flemming Forestry Centre  
C.P. 6000  
Frédéricton (N.-B.) E3B 5H1

#### **Guides**

Les guides licenciés contribuent de façon importante à l'expérience de chasse et pêche du Nouveau-Brunswick. Ils connaissent le territoire comme le fond de leur poche. Ils ont de l'eau de rivière et de la forêt dans le sang. Il existe deux catégories de licence :

- Guide I : Licence professionnelle
- Guide II : Licence d'accompagnateur

Pour plus d'information, veuillez lire la brochure Devenir un guide professionnel au Nouveau-Brunswick ou contacter votre bureau des ressources naturelles le plus près.



La Loi sur la faune et la vie aquatique peut être obtenue en contactant l'imprimeur de la Reine au Nouveau-Brunswick au 506 453-2520 ou par courriel au [queens.printer@gnc.ca](mailto:queens.printer@gnc.ca). Une version en ligne de la loi peut aussi être lue à l'adresse suivante : <http://www.gnb.ca/0062/accts/acts-e-asp>.

## ◆ ASSOCIATION DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU NOUVEAU-BRUNSWICK (AITNB)

---

Pignon sur rue  
500 Beaverbrook Court  
4e étage, bureau 440  
Frédéricton (N.-B.) E3B 7B3

Tél. : 506 458-5646  
Sans frais : 506 668-5313  
Télec. : 506 459-3634  
Courriel : [info@tianb.com](mailto:info@tianb.com)  
Adresse Web : [www.Tianb.com](http://www.Tianb.com)

Adresse postale  
C.P. 23001  
Frédéricton (N.-B.) E3B 7B3

En tant que porte-parole de tous les secteurs du tourisme et d'accueil du Nouveau-Brunswick, l'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick est déterminée à être le porte parole des besoins de l'industrie. Au moyen de la coopération, de l'expérience et de ses observations de l'industrie, l'AITNB veut fournir le leadership nécessaire pour que le tourisme et l'accueil forment la principale industrie du Nouveau-Brunswick et que celle-ci soit la plus viable et la plus durable. La mission de l'AITNB est de représenter le tourisme et l'accueil du Nouveau-Brunswick de même que de répondre aux besoins de ses membres, en coopération avec des partenaires du secteur privé comme public.

Les six principes suivants permettent à l'AITNB d'accomplir sa mission et de remplir ses engagements envers ses membres :

- Exister en tant qu'organisme dirigé par et pour ses membres
- Offrir du leadership proactif et consultatif
- Représenter tous les secteurs touristiques de chaque région géographique et les deux groupes linguistiques de la province
- Accroître la collaboration entre les partenaires
- Offrir des produits et services précieux à ses membres
- Agir en tant qu'agent de changement au sein de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick

L'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick s'engage à être un organisme représentatif et conscient des besoins de l'industrie. Elle assure un leadership et une direction pour faire du tourisme et de l'accueil l'industrie la plus viable et la plus avant-gardiste au Nouveau-Brunswick.

### **Le programme d'innovation et de leadership**

La série de l'Innovation et du leadership est un programme de développement professionnel de pointe qui offre une série de séminaires d'affaires conçus spécialement pour l'industrie du tourisme du Nouveau-Brunswick et qui amène les plus grands experts en tourisme de l'Amérique du Nord afin de fournir des occasions de développement professionnelles uniques et motivantes.

Un programme unique de mentors offre un apprentissage continu qui permet d'appliquer les nouveaux concepts novateurs intégrés pendant la session.

### **Le programme Prêt à travailler**

Prêt à travailler (PAT) est un programme national de stages sectoriels qui aide les gens de 18 ans et plus sans emploi ou qui travaillent à temps partiel afin de les préparer à entrer sur le marché du travail, à effectuer un changement de carrière ou leur permettre de voir ce que l'industrie du tourisme peut leur offrir.



Les instructeurs simplifient la compréhension du programme en utilisant deux manuels nationaux créés par le Conseil canadien des ressources humaines du tourisme. Le premier couvre la base des connaissances en tourisme alors que le deuxième est un guide de planification de carrière. Le cours couvre des sujets tels que :

- le professionnalisme;
- la communication;
- le travail d'équipe;
- le tourisme régional;
- la sécurité et l'hygiène;
- les compétences en recherche d'emploi.

Les étudiants du PAT reçoivent aussi des cours de premiers soins, de RCR et de SuperHost (un programme de service à la clientèle)

85% des diplômés obtiennent un emploi sur complétion du programme

### **Le programme SuperHost atlantique**

Un atelier interactif d'un jour, exigeant, qui se concentre sur la communication, les compétences interpersonnelles, le professionnalisme et la fierté.

- Qu'est-ce que votre entreprise en retirerait ?
- La fidélisation de la clientèle : la maximisation des profits.
- La formation à coûts modestes mais à grand impact.
- L'amélioration des compétences de communication et de la confiance.
- La reconnaissance internationale.
- L'augmentation des occasions de marketing.

SuperHost atlantique est un programme de service à la clientèle conçu pour répondre aux besoins de formation de divers employés. Les objectifs clés du programme sont :

- L'augmentation du niveau de service à la clientèle.
- L'élévation du niveau de professionnalisme de l'industrie.
- La stimulation de la fierté de ceux qui travaillent dans l'industrie du tourisme.

Ce programme est idéal comme outil de formation pour le nouveau personnel et constitue aussi une bonne révision pour ceux qui sont dans l'industrie depuis plusieurs années.

Une façon d'entraîner votre personnel et d'augmenter votre marge avec un bon rapport qualité/prix.

### **◆ CERTIFICATION EMERIT POUR L'INDUSTRIE DU TOURISME**

#### **Bureaux nationaux – Conseil canadien des ressources humaines en tourisme**

151, rue Slater, bureau 608  
Ottawa (ON) K1P 5H3

Sans frais (information) :

1 800 486-9158

courriel : [info@emerit.ca](mailto:info@emerit.ca) / [info@cthrc.ca](mailto:info@cthrc.ca)

Adresse Web : <http://www.cthrc.ca>

Au Nouveau-Brunswick, l'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick (AITNB) est le fournisseur officiel des produits et services Emerit, la meilleure ressource de formation offerte aux professionnels de l'industrie du tourisme.

La certification professionnelle Emerit\*, reconnue à travers tout le pays, apporte de la crédibilité et du professionnalisme à chacune des professions de l'industrie du tourisme bénéficiant de la formation dispensée par Emerit

Les professionnels, les gérants et les entrepreneurs impliqués dans l'industrie du tourisme peuvent bénéficier d'une formation et d'une certification Emerit. La certification est la récompense d'un employé qui a démontré qu'il a maîtrisé les compétences requises et qu'il



a atteint les standards de la profession au cours d'une situation de travail pratique. Les employés doivent d'abord réussir un examen qui prouve que leur savoir est de qualité Emerit. Ils sont ensuite évalués dans une situation réelle pour démontrer leur maîtrise du savoir pratique.

Les employés certifiés par Emerit sortent du lot par rapport aux autres professionnels du Canada. Cette certification montre aussi que les employés sont valorisés et valent l'investissement.

De nombreux métiers sont représentés dans une variété d'industries telles que :

- l'hébergement;
- les attractions et aventures récréatives;
- la restauration et boissons;
- le transport;
- les services de tourisme et de voyages.

#### ◆ INSTITUT GROS-MORNE POUR LE TOURISME DURABLE (IGMTD)

C.P. 130  
Rocky Harbour (T.-N.) A0K 4N0

Tél. : 709 458-2481  
Télec. : 709 458-2059  
Adresse Web : [www.gmist.ca](http://www.gmist.ca)

En créant l'Institut Gros-Morne pour le tourisme durable (IGMTD), Hospitality Newfoundland and Labrador, l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, Tourisme Atlantique, la Commission canadienne du tourisme et Parcs Canada veulent diriger les travaux d'un consortium d'intervenants de l'industrie touristique vers l'élaboration d'une base d'information sur les programmes et les cours de formation touristique offerts au Canada et à l'étranger dans les collèges, les associations de l'industrie touristique et les organismes gouvernementaux.

L'Institut Gros-Morne pour le tourisme durable (IGMTD) vise à améliorer la qualité des services offerts par les exploitants de l'industrie touristique au Canada atlantique ainsi que leur taux de réussite au moyen d'une panoplie de programmes de formation développés et offerts à l'Institut. L'objectif est d'améliorer la qualité et la durée des activités de plein-air et en milieu naturel offertes partout au Canada atlantique, en présentant des programmes de formation de perfectionnement respectant les pratiques écotouristiques, les services de tourisme expérientiel et l'écotourisme d'aventure.

L'Institut et ses programmes visent à :

- améliorer la qualité des services et des installations touristiques et à encourager le développement d'une industrie et d'activités touristiques durables, au moyen d'information, de formation, des meilleures pratiques et de modèles à suivre;
- soutenir la diversité et à améliorer la qualité des aventures et des expériences écologiques en milieu naturel offertes par des exploitants traditionnels et non traditionnels du milieu touristique;
- développer la compétence des exploitants touristiques du Canada atlantique à atteindre le marché national et international;
- mission de meilleure pratique (MMP).

#### **Objectif**

Fournir aux planificateurs en tourisme des connaissances de première main et de l'information sur le développement et les modèles de marketing qui donnent en exemple des attributs tels que la qualité, une grande productivité, une plus grande saisonnalité ainsi que les motivations des voyageurs.





Les contacts stimuleront des nouvelles idées de produits, des pratiques améliorées dans le domaine du service à la clientèle, des techniques d'opération novatrices, des modèles de planification éprouvés et des occasions de partenariat dans le secteur atlantique du tourisme.

Même si les missions représentent une forme de recherche pratique, le programme est prévu pour renforcer l'importance de suivre le processus de « Recherche/Produit/Marketing/Continuité » retrouvé dans tous les efforts touristiques.

### **Fréquence**

Les MMP fournissent un financement complémentaire et une coordination logistique pour environ dix missions par année sur une période de deux ans (2003 à 2005).

Les thèmes sont déterminés en consultation par les représentants du gouvernement provincial Atlantique, de Tourisme atlantique, de l'APECA, et en collaboration avec l'Association de l'Industrie du tourisme du Nouveau-Brunswick. La préférence est donnée aux missions perçues comme stratégiques, créant des bénéfices pour un grand nombre d'opérations dans deux provinces ou plus. La préférence est donnée aux missions qui planifient des présentations formelles, des rencontres programmées, et qui ciblent la technique.

### **Pour plus d'information sur l'éligibilité, le recouvrement de coût, etc., contactez :**

Agence de promotion du Canada atlantique  
Office de tourisme de l'Île-du-Prince-Édouard  
100, rue Sydney, 3e étage  
C.P. 40, Charlottetown (Î.-P.-É.) C1A 7K2  
Tél. : 1 800 871-2596  
Télec. : 1 902 566-7098  
Courriel : [tourismbestpractices@acoa-apeca.gc.ca](mailto:tourismbestpractices@acoa-apeca.gc.ca)  
Web : [www.acoa-apeca.gc.ca](http://www.acoa-apeca.gc.ca)

### **◆ CCNB- ST.ANDREWS**

#### **Programmes de gestion de tourisme et d'accueil**

99, rue Augustus  
St.Andrews (N.-B.) E6B 2E9.

Tél. : 506 529-5026  
Télec. : 506 529-5039  
Courriel : [webinquiries@gnb.ca](mailto:webinquiries@gnb.ca)  
Adresse Web : [www.nbcc.nb.ca](http://www.nbcc.nb.ca)

Les programmes de gestion de tourisme et d'accueil offerts au CCNB- St.Andrews :

- l'aventure récréative;
- la formation culinaire;
- le tourisme et le marketing international;
- la formation en hôtellerie, en restauration et en cuisine;
- le tourisme international.

### **◆ UNIVERSITÉ DU COLLÈGE COMMUNAUTAIRE DU NOUVEAU-BRUNSWICK À SAINT JOHN (UNBSJ)**

C.P. 2270  
950, avenue Grandview  
Saint John (N.-B.) E2L 3V1

Tél. : 506 658-6600  
Télec. : 506 658-6792  
Sans frais : 1 800 416-4080  
courriel: [studentservices@nbccsj@gnb.ca](mailto:studentservices@nbccsj@gnb.ca)  
Adresse Web : [www.nbcc.nb.ca](http://www.nbcc.nb.ca)

### **Partenariats en éducation**

Grâce à un partenariat avec l'UNBSJ, les diplômés du programme de gestion de tourisme et d'accueil de St.Andrews sont éligibles à deux années entières de crédit sur les quatre ans du programme de baccalauréat de gestion appliquée en tourisme et accueil (BGATA) offert



à l'UNBSJ. De plus, les étudiants du programme d'aventures récréatives sont éligibles à deux années entières de crédit sur les quatre ans du programme de baccalauréat des études en récréation et sport (BERS) offert à l'université du Nouveau-Brunswick à Frédéricton. De la même manière, il existe un partenariat avec le collège Medicine Hat (baccalauréat de gestion appliquée de tourisme et d'écotourisme) à Kamloops, Colombie-Britannique.

#### ◆ COLLÈGE DU COMMERCE ATLANTIQUE (CCA)

---

##### Programme de gestion d'accueil

115, rue Regent  
Frédéricton (N.-B.) E3B 3Z2  
Tél. : 506 450-1408  
Télec. : 506 450-8388  
Courriel : atlantic@abc.nb.ca

100, rue Cameron, 2e étage  
Moncton (N.-B.) E1C 5Y6  
Tél. : 506 857-3011  
Sans frais : 1 800 442-3111  
Télec. : 506 857-4885  
Courriel : moncton@abc.nb.ca

#### ◆ COMPUCOLLEGE

---

##### Campus de Moncton

0170 blvd St. George .  
Moncton (N.-B.) E1E 4K7  
Tél. : 506 856-5166  
Sans frais : 1 800 663-3761  
Télec. : 506 854-1653

##### Campus de Saint John

93, rue Prince William  
Saint John (N.-B.) E2L 2B2  
Tél : 506 633-5166  
Sans frais : 1 800 663-3761  
Télec. : 506 633-1653  
Adresse Web :  
<http://www.compucollegeatlantic.ca/contactus.asp>

- Programme de tourisme et d'accueil – Campus Moncton
- Voyage et tourisme – Campus de Moncton et de Saint John
- Voyage, tourisme et accueil – Campus de Moncton et de Saint John
- Liens vers la formation et l'industrie du tourisme

#### ◆ COLLÈGE D'ARTISANAT ET DE DESIGN (NBCAD)

---

457, rue Queen  
C.P. 6000  
Frédéricton (N.-B.) E3B 5H1

Tél. : 506 457-2305  
Télec. : 506 457-7352  
Courriel: nbccd.email@gnb.ca  
Adresse Web :  
<http://www.nbccd.nbcc.nb.ca/>

#### ◆ TOURISME AUTOCHTONE CANADA (TAC)

---

275, rue Slater  
Ottawa (ON) K1P 5H9

Tél. : 613 235-2067  
Télec. : 613 235-0396  
Sans frais : 1 800 724-7872  
Adresse Web :  
[www.Aboriginaltourism.ca](http://www.Aboriginaltourism.ca)

Tourisme Autochtone Canada est né d'un partenariat entre le gouvernement et les entreprises pour favoriser la croissance du Tourisme autochtone.



## ◆ GUIDE VIRTUEL DU TOURISME AUTOCHTONE AU CANADA (GVTAC)

---

### **Direction des Programmes de développement économique Affaires Indiennes et du Nord Canada**

10, rue Wellington  
Gatineau (Qc)  
Ottawa (ON)  
K1A 0H4

Tél. : 819 956-9881  
Télec. : 819 953-3265  
Sans frais (information) :  
1 888 399-0111  
Adresse Web : [www.VATS.ca](http://www.VATS.ca)

Les Affaires indiennes et du Nord Canada (AINC), le partenaire fédéral, le Groupe de travail du tourisme autochtone (GTTA) et les partenaires autochtones visent à améliorer la participation autochtone dans l'économie du tourisme au moyen d'un partenariat destiné à la conception, la mise en marché, le lancement et l'entretien d'un site Web appelé le Guide virtuel du tourisme autochtones au Canada. Le but du GVTAC est de servir de premier outil pour l'identification et la promotion des entrepreneurs autochtones dont les produits et services en tourisme communautaire sont prêts à être mis en marché et à être exportés.

Le GVTAC sera relié à l'Exposition commerciale virtuelle autochtone (ECVA)  
<http://www.VATS.ca>, promu et hébergé sur le Portail autochtone Canada  
<http://www.aboriginalcanada.gc.ca>.

Le GVTAC est un site Web où tous les internautes de la planète peuvent visiter virtuellement les communautés autochtones branchées du Canada. En travaillant avec les parties prenantes du provincial, des territoires et des communautés autochtones, le GVTAC met en vedette les produits prêts à être lancés et exportés avec un lien B2B afin de relier leurs produits à des entreprises de vente en gros. Le GVTAC a aussi une plateforme de centres de ressources.

## ◆ PROGRAMME CARRIÈRE-ÉTÉ POUR LES ÉTUDIANTS INUITS ET DES PREMIÈRES NATIONS (AINC)

---

### **Affaires indiennes et du Nord Canada (AINC) – Région atlantique**

40, rue Havelock  
C.P. 160  
Amherst (N.-É.) B4H 3Z3

Tél. : 902 661-6361  
Télec. : 902 661-6237  
Adresse Web : [www.ainc-inac.gc.ca](http://www.ainc-inac.gc.ca)

Les objectifs du programme sont :

- encourager l'acquisition de compétences par l'attribution de subventions de salaires destinées à des expériences de travail à court terme;
- assister les étudiants Inuits et des Premières Nations du secondaire et du postsecondaire à préparer leur entrée future sur le marché du travail en leur facilitant l'accès à un emploi d'été;
- encourager et aider les étudiants Inuits et des Premières Nations à gagner un salaire pour financer leurs études postsecondaires.

Sont éligibles les étudiants Inuits et des Premières Nations du secondaire et du postsecondaire âgés entre 15 et 30 ans, qui résident habituellement sur une réserve ou dans des communautés reconnues, qui étaient enregistrés comme étudiants à temps plein lors de l'année scolaire précédente, et qui vont retourner à l'école à temps plein lors de l'année scolaire suivante.



## SERVICES DE TOURISME

---

### **CORPORATIONS AU BÉNÉFICE DU DÉVELOPPEMENT COMMUNAUTAIRE (CBDC)**

---

#### **Association des CBDC du Nouveau-Brunswick**

360 Parkside Drive, 1er étage  
Bathurst (N.-B.) E2A 1N4

Adresse Web : [www.nbcdbc.ca](http://www.nbcdbc.ca)  
Pour plus d'information sur les  
programmes et les services, contactez :  
Courriel: [info@cbdc.ca](mailto:info@cbdc.ca)  
Tel. : 1 888 303-CBDC (2232)

En tant que CBDC, nous prenons part à la création de petites entreprises, à l'expansion et à la modernisation d'entreprises existantes en fournissant un financement et des services techniques aux entrepreneurs.

Une aide financière allant jusqu'à 150 000 \$ est offerte sous forme de prêts, de garanties de prêt et de financement d'équité aux entrepreneurs, qu'ils soient aspirants ou existants.

Des services de conseils d'affaires sont offerts pour assister les petites entreprises. Nous aidons les entreprises à réussir, Nous accordons donc une importance prioritaire à notre rôle de conseiller dans le cadre de notre mandat.

La formation et le développement de l'entrepreneuriat sont offerts aux individus et aux propriétaires/gestionnaires de petites entreprises dans plusieurs de nos bureaux.

L'aide technique prend souvent la forme de conseils et de mentorat, et quelquefois nous représentons nos clients auprès des organismes de prêt et des organismes de réglementation.

Généralement, nos services visent les entrepreneurs qui ont besoin de financement adapté à leurs besoins, impossible à obtenir de sources traditionnelles.

#### **Conseil de Volontaires**

Une des clés de notre succès réside dans le fait que les décisions d'investissement sont prises par un conseil de directeurs indépendants sensibles aux besoins de la communauté. Les directeurs sont des volontaires, généralement des hommes et des femmes d'affaires, qui croient en leurs communautés respectives et qui souhaitent les transformer en de meilleurs endroits où vivre et travailler. Des sondages ont indiqué que la force des CBDC réside dans leurs conseils de volontaires. C'est la connaissance des marchés locaux, de l'environnement commercial et des gens qui constitue le secret de notre efficacité et de notre succès.

#### **Personnel**

Chaque bureau emploie une équipe de professionnels. Leur tâche est de rencontrer des gens qui se retrouvent dans les diverses étapes du cycle d'affaires, d'analyser leur plan d'affaires et de faire des suggestions lorsque nécessaires.

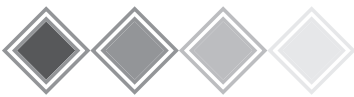
#### **◆ GROUPE DE DÉVELOPPEMENT D'ULNOOWEG INC.**

---

150, rue Cliffe, boîte R14  
Frédéricton (N.-B.) E3A 2T1

Tél. : 506 455-9334  
Sans frais : 1 877 795-2200  
Adresse Web : [www.ulnooweg.ca](http://www.ulnooweg.ca)

Ulnooweg est une Corporation autochtone de financement qui fournit des prêts commerciaux et des services d'affaires aux entreprises existantes tout comme aux



nouvelles. Ulnooweg fournit des prêts aux entrepreneurs qui ont le statut d'Indiens et soutient le développement des autochtones qui vivent sur et hors des réserves dans la région atlantique du Canada.

### ◆ **SERVICE D'ASSISTANCE CANADIENNE AUX ORGANISMES (SACO) SERVICES AUTOCHTONES**

---

#### **Bureau Atlantique – Directeur régional**

Bureau 501, West Tower  
Royal Bank Building  
44, rue Portland  
Dartmouth (N.-É.) B2Y 1H3

Tél. : 902 461-9871  
Sans frais : 1 877 795-4876  
Télec. : 902 461-9027  
Courriel : [atlantic@ceso-saco.com](mailto:atlantic@ceso-saco.com)  
Adresse Web : [www.ceso-saco.com](http://www.ceso-saco.com)

Les Services autochtones SACO fournissent quatre services principaux :

- l'aide aux entreprises;
- la gestion en général et le développement organisationnel;
- le développement économique des communautés, la gestion des ressources et la planification;
- les ateliers de leadership et de gouvernance;

Les experts de la SACO peuvent fournir des conseils pratiques ou une formation et de l'information à jour pour vous aider à atteindre vos objectifs. Ils peuvent aussi vous aider à :

- accomplir des études de marchés et de faisabilité pour les entreprises autochtones;
- réaliser la planification d'affaires et marketing;
- accéder à de l'aide financière pour les nouvelles entreprises et les entreprises en expansion;
- réaliser la gestion financière, la comptabilité et l'implantation de systèmes comptables simples.

La SACO travaille avec les entreprises et les communautés des Premières Nations, Inuits et métis à travers le pays pour les aider à trouver des solutions à une grande variété de problèmes. Nos volontaires sont dévoués à transférer leurs compétences et leur savoir avec :

- les PME;
- les entreprises de bandes;
- les agences de prêts;
- les corporations autochtones de financement;
- les services touristiques;
- les individus, gouvernements locaux, organisations communautaires, etc.

La SACO est supportée par les Affaires Indiennes et du Nord Canada (AINC)

### ◆ **ÉVALUATION DU TOURISME DU NOUVEAU-BRUNSWICK INC. (ETBNI)**

---

275 rue Main, bureau 100  
Frédéricton (N.-B.) E3A 1E1

Tél. : 506 458-1995  
Télec. : 506 458-9757  
Adresse Web :

[Http://www.nbtourismgrading.nb.ca/Firstpage.htm](http://www.nbtourismgrading.nb.ca/Firstpage.htm)

L'Évaluation du tourisme du Nouveau-Brunswick est une organisation à but non lucratif, avec un conseil de directeurs représentant tous les secteurs reliés à l'hébergement et du gouvernement. Son objectif principal est de développer et d'offrir des programmes conçus pour aider l'industrie du tourisme et d'accueil du Nouveau-Brunswick.

Chef de file dans le domaine de l'assurance qualité, l'ETBNI s'occupe de problèmes spécifiques à l'assurance qualité, et offre des programmes pour les consommateurs des





produits de tourisme de la province. En raison de sa constante préoccupation pour l'assurance qualité, l'ETBNI a participé au développement et à l'application des programmes d'évaluation Canada Select et Camping Select.

#### ◆ **TOURISME ET PARCS DU NOUVEAU-BRUNSWICK (TEP)**

---

##### **Opportunités de marketing au consommateur – Développement de produit**

Centennial Building

C.P. 6000

Frédéricton (N.-B.) E3B 5H1

Tél. : 506 453-8757

Télec. : 506 453-2854

Adresse Web :

[http://gnb.ca/0397/documents/2006\\_NBT\\_Mark\\_Opp-f.pdf](http://gnb.ca/0397/documents/2006_NBT_Mark_Opp-f.pdf)

Cette publication portant sur les occasions de marketing a été produite par TEP afin d'accroître la notoriété de votre entreprise auprès des visiteurs potentiels en utilisant les efforts de marketing à valeur ajoutée du provincial. Vous y trouverez de l'information utile sur les divers programmes de tourisme ainsi qu'un survol des nouvelles occasions officielles de marketing en tourisme au Nouveau-Brunswick :

- Le Guide de voyage officiel du Nouveau-Brunswick
- Que voir et faire au Nouveau-Brunswick

La première section du guide est conçue pour mettre en évidence l'expérience que les visiteurs du Nouveau-Brunswick recherchent. Il met en vedette les meilleurs produits du Nouveau-Brunswick et montre aux visiteurs la meilleure façon d'en faire l'expérience. Cette section inclut de l'information sur les festivals et événements les plus courus, les meilleures attractions, les aventures d'un jour et les escapades, les itinéraires et les trajets touristiques. Les aventures d'un jour, les escapades et les itinéraires sont classés par thème, par exemple : extérieur / nature, culture, famille, couple, bord de mer.

Les critères et les bases du développement doivent être respectés pour chaque offre de produit.

- offres d'hébergement et de logements et de sites de camping
- Ce répertoire offrira aux producteurs l'occasion de montrer des photos couleurs de leurs propriétés au moyen d'une interface conviviale.
- Pour plus d'information sur le Guide de voyage officiel du Nouveau-Brunswick, composez le 506 453-8757 ou visitez le site Web à [www.tourismnewbrunswick.ca](http://www.tourismnewbrunswick.ca).

#### ◆ **COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME (CCT)**

---

Bureau 1400, Four Bentall Center

1055, rue Dunsmuir

Casier 49230

Vancouver (C.-B.) V5P 1L2

Tél. : 604 638-8300

Adresse Web :

[www.Canadatourism.com/ctz/app/fr/ca/home.do](http://www.Canadatourism.com/ctz/app/fr/ca/home.do)

La CCT est une société d'État qui travaille en partenariat avec l'industrie canadienne du tourisme pour accroître la notoriété du Canada comme destination touristique de prédilection tout au long des quatre saisons.

Si vous exploitez une entreprise qui aide à promouvoir le tourisme au Canada ou si votre subsistance dépend du succès de l'industrie du tourisme, vous trouverez sur [CanadaTourisme.com](http://CanadaTourisme.com) une quantité de ressources intéressantes.

Vous pourrez ainsi profiter d'une foule de renseignements et de résultats de recherche détaillés qui vous aideront à prendre des décisions d'affaires éclairées; des nouvelles touristiques vous seront acheminées chaque jour par courriel; vous aurez accès aux nouveaux programmes et aux possibilités de marketing dès leur apparition; et des outils seront mis à votre disposition pour vous aider à exploiter votre entreprise plus efficacement.



## ◆ RÉSEAU ENTREPRISES

Chaque bureau du Réseau Entreprises emploie un directeur du développement de la main-d'œuvre qui, en coopération avec des partenaires, identifie les besoins du marché du travail local et développe des solutions favorisant la collaboration entre les employeurs, les communautés, les institutions d'éducation et les gouvernements.

Quelques-uns des programmes et des services que le bureau local du Réseau Entreprises fournit aux entreprises incluent : l'aide à la planification des ressources humaines et des ressources d'affaires; l'accès à l'information sur le marché du travail local; des liens vers des programmes et partenaires gouvernementaux reliés à l'emploi; des séminaires et de la formation aux employés; et l'accès aux services gouvernementaux appropriés.

En plus de ces services, le Réseau Entreprises travaille de près avec toutes les agences gouvernementales fédérales, provinciales et municipales afin d'offrir aux entreprises des solutions d'affaires intégrées. Nos partenaires majeurs incluent Développement à la formation et l'emploi, l'APECA, Entreprises Nouveau-Brunswick ainsi que Ressources humaines et développement de compétences Canada.

### **Réseau Entreprises:**

Réseau Entreprises, région Carleton  
417, rue Connell, unité 6  
WOODSTOCK (N.-B.) E7M 5G5  
506 325-4488

Réseau Entreprises NB central  
3662, route 102  
ISLANDVIEW (N.-B.) E3E 1G2  
506 443-0333

Réseau Entreprises Chaleur  
275, rue Main, bureau 212A  
BATHURST (N.-B.) E@A 1A9  
506 547-7445

Réseau Entreprises Charlotte  
49 rue King , unité 1  
ST.ANDREWS (N.-B.) E5B 1X6  
506 529-5518

Réseau Entreprises Frédéricton  
570, rue Queen, Barker House  
FRÉDÉRICTON (N.-B.) E3B 6Z6  
506 444-4686  
1 800 200-1180

Réseau Entreprises Fundy  
209, route Milk Board  
SUSSEX (N.-B.) E4E 5L2  
506 432-2639

Réseau Entreprises Région des Grandes Chutes  
C.P. 7304  
551, rue Main, bureau 200  
GRAND FALLS (N.-B.) E3Z 2W4  
506 475-4330

Réseau Entreprises Sud-Est  
337A, rue Main  
SHEDIAC (N.-B.) E4P 2B1  
506, 533-3390

Réseau Entreprises du Grand Moncton  
910, rue Main, bureau 101  
MONCTON (N.-B.) E1C 1G6  
506 856-9550  
1 888 577-0000

Réseau Entreprises Kent  
59, boul. Irving, bureau 201  
BOUCTOUCHE (N.-B.) E4S 3J6  
506 743-7337

Réseau Entreprises Madawaska  
121, rue Church, bureau 407  
EDMUNDSTON (N.-B.) E3V 1J9  
506 735-4769

Réseau Entreprises Miramichi  
158, rue Wellington, bureau 201  
MIRAMICHI (N.-B.) E1V 1L9  
506 622-7890

Réseau Entreprises Péninsule  
C.P. 3666, Main Station  
439, rue Du Moulin  
TRACADIE-SHEILA (N.-B.) E1X 1G5  
506 395-2261

Réseau Entreprises Restigouche  
C.P. 825  
113, rue Roseberry, bureau 304  
CAMPBELLTON (N.-B.) E3N 3H3  
506 789-4939

Réseau Entreprises Saint John  
40, rue King  
SAINT JOHN (N.-B.) E2L 1G3  
506 658-2877  
1 888 561-2877



## ◆ CONNECT NB BRANCHÉ (CNBB)

---

Connect NB branché (CNBB)  
500, Beaverbrook Court, bureau 400  
Frédéricton (N.-B.) E3B 5X4

Tél. : 506 444-4283  
Télec. : 506 444-4058  
Sans frais : 1 877 444-0510  
Courriel : cnbb@gnb.ca

Afin d'accéder à une plus grande prospérité, le gouvernement du Nouveau-Brunswick planifie le développement de stratégies clés qui fourniront le cadre nécessaire pour renforcer sa performance économique générale. L'investissement dans les personnes, un des éléments fondateurs, est une partie essentielle de ce plan. Et en tant que clé de voûte du cadre stratégique, le ministère de l'Éducation s'est engagé dans le développement d'un calendrier d'apprentissage de qualité qui initiera pour le futur la direction stratégique de l'éducation et de l'apprentissage continu des citoyens du Nouveau-Brunswick. Faisant partie de ce plan, Connect NB Branché est une composante vitale qui peut aider le ministère à réaliser pleinement son potentiel en matière d'apprentissage continu. Afin d'être cohérent avec le plan stratégique, Connect NB Branché a développé ce qu'il considère comme une vision imbattable de son avenir :

- **La vision** – Connect NB Branché, supporté par la technologie, est un catalyseur dans la transition du Nouveau-Brunswick à une e-société en fournissant des solutions d'envergure internationale afin de faire progresser le développement social, communautaire, économique et culturel du Nouveau-Brunswick.

En se basant sur cette vision, une nouvelle mission et un mandat ont été développés :

- **Mission** – S'assurer que les citoyens du Nouveau-Brunswick ont un accès aux programmes et aux services basés sur la technologie au moyen d'un réseau à accès communautaire supporté par le gouvernement.
- **Mandat** – Connect NB Branché atteindra les buts de sa mission par la distribution des services suivants :
  - E-Infrastructure – Fournit un accès à la technologie aux citoyens du Nouveau-Brunswick au moyen des Centres d'accès communautaires;
  - E-Apprentissage – Fournit un accès à des occasions d'apprentissage continu aux citoyens du Nouveau-Brunswick;
  - E-Gouvernement – Facilite l'accessibilité des services gouvernementaux électroniques aux communautés à travers le Nouveau-Brunswick;
  - E-Entreprises – Facilite l'accessibilité des services commerciaux électroniques aux PME.



◆ **CENTRES D'ACCÈS COMMUNAUTAIRES SE SITUANT DANS LES PREMIÈRES NATIONS DU NOUVEAU-BRUNSWICK**

---

**Première Nation Elsipogtog**

Rexton Community Access Learning Centre  
c/o Teen Centre Big Cove First Nations  
205-2, route Big Cove  
Elsipogtog (N.-B.) E4W 2S1

Tél. : 506 523-8222  
Télec. : 506 523-8321

Courriel: [psychology@bigcovehealth.ca](mailto:psychology@bigcovehealth.ca)

**Première Nation Eel River Bar**

Eel River Bar Boys & Grils Club  
11, rue Main, unité 201  
Eel River Bar (N.-B.) E8C 1A1

Tél. : 506 684-6277  
Télec. : 506 684-6283

Courriel : [elbarcac@nb.aibn.com](mailto:elbarcac@nb.aibn.com)

**Première Nation Kingsclear**

Kingsclear First Nation Community Access Centre  
c/o Wulastukw Elementary School  
712, rue Church  
Kingsclear First Nation (N.-B.) E3E 1K8

Tél. : 506 363-4073  
Télec. : 506 363-4324

Courriel : [Kingscac@nbnet.nb.ca](mailto:Kingscac@nbnet.nb.ca)  
Adresse Web : [www.kingslclear.cnbb.org](http://www.kingslclear.cnbb.org)

**Première Nation Pabineau**

Pabineau First Nation Community Access Centre  
1290, route Pabineau Falls  
Pabineau First Nation (N.-B.) E2A 7M3

Tél. : 506 548-9211  
Télec. : 506 545-6968

Courriel: [pabincac@nb.aibn.com](mailto:pabincac@nb.aibn.com)  
Adresse Web : [www.pabineaufirstnation.ca](http://www.pabineaufirstnation.ca)



## APPENDICE 1

### ◆ LEXIQUE DES EXPRESSIONS DANS LE DOMAINE TOURISTIQUE

Le tourisme est un domaine dont les multiples facettes couvrent plusieurs secteurs et utilisent des expressions spécifiques à ses usages et à ses activités. L'organisation mondiale du tourisme (OMT) définit le tourisme comme « les activités de personnes voyageant et résidant dans des lieux extérieurs à leur environnement habituel pour moins d'une année, pour des raisons de loisirs, d'affaires ou autres ».

#### **Le tourisme durable**

Est une forme de « tourisme qui nourrit de façon proactive l'appréciation et la conservation des ressources naturelles, culturelles et historiques, des lieux spéciaux par les résidents locaux, l'industrie touristique, les gouvernements et les visiteurs. C'est type de tourisme qui peut durer sur une longue période parce qu'il apporte un bénéfice tangible aux environnements sociaux, économiques, naturels et culturels des lieux où on le pratique » (définition utilisée par Parcs Canada).

#### **L'écotourisme**

Est « un voyage dans des régions naturelles, qui respecte la conservation et qui améliore les conditions des peuples locaux » (Société d'écotourisme internationale).

#### **Le tourisme du mieux-être**

Est la somme de toutes les expériences et des relations que vivent les gens dont la motivation première est de préserver ou d'améliorer leur santé. Ils résident dans un hôtel spécialisé qui possède le savoir-faire nécessaire pour leur apporter les soins appropriés. Ils recherchent un ensemble de services comprenant des soins esthétiques et de mise en forme, une nutrition/diète saine, un espace de relaxation, de méditation et de stimulation mentale/éducation. (Définition développée par l'Institut de recherche sur les loisirs et le tourisme, Université de Berne, Suisse.)

#### **Tourisme gastronomique (vins et cuisine)**

Est une forme de tourisme pour lequel les expériences gastronomiques, la découverte des vins et de la cuisine contribue beaucoup au choix des destinations ou au trajet menant à la destination.

(Définition utilisée par le ministère du Tourisme, de la Culture et des Loisirs de l'Ontario ainsi que par le Conseil du vin de l'Ontario).

#### **Les voyages de formation et d'enrichissement**

Réfèrent à des vacances offrant des expériences d'apprentissage authentique et de formation interactive pratique tels que l'aventure, l'agriculture, l'anthropologie, les arts, la culture, la cuisine, l'éducation, le foresterie, le jardinage, l'apprentissage, les activités maritimes, les mines, la nature, la science, la spiritualité, les sports, les vins et la faune pour n'en nommer que quelques-unes. Ce sont des expériences touristiques qui ouvrent l'esprit et qui enrichissent l'âme. (Définition utilisée par l'Alliance des voyages de formation et d'enrichissement.)



## APPENDICE 2

---

### ◆ QU'EST-CE QU'UN ÉCONOMUSÉE® ?

---

Un économusée® est un commerce d'artisanat et de produits agricoles, fruits d'un savoir et d'une technique authentiques. Ce type de commerce expose l'artisanat ainsi que les artisans tout en offrant un lieu où ceux-ci peuvent rencontrer le public.

Les économusées® qui s'autofinancent par la vente de leurs produits apportent une contribution novatrice au secteur du tourisme culturel.

Les 6 principales composantes du concept sont :

- la réception;
- les ateliers de production;
- l'interprétation des objets du passé;
- l'interprétation de la production contemporaine;
- le coin lecture, la documentation, les archives;
- la boutique ou la salle de vente.

*« Une partie de la mission du réseau des économusées® est de faire prendre conscience au public de la nécessité de préserver le savoir-faire traditionnel, témoin du passé et qui forge l'histoire. »*

*Odette Drapeau*

Pour plus d'information, veuillez contacter le ministère du Tourisme et des Parcs du Nouveau-Brunswick au 506 453-8757 ou visitez le site Web : <http://www.economusée.com/home.cfm>.

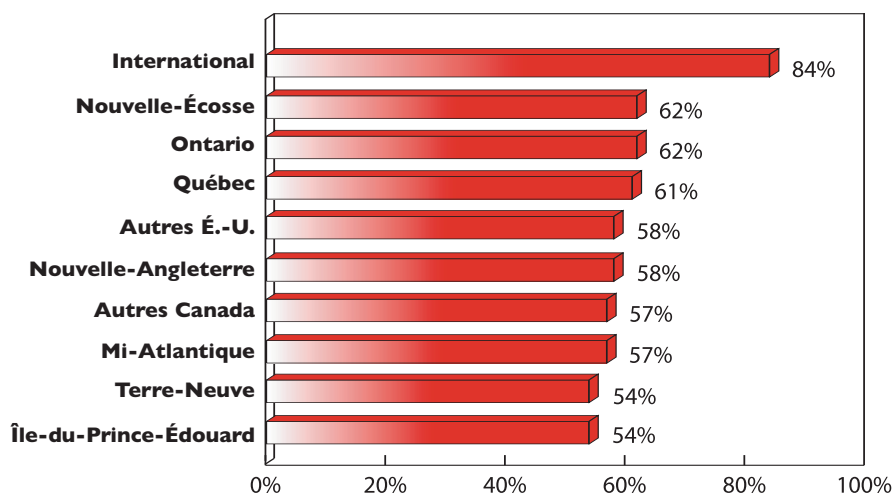




## APPENDICE 3

L'intérêt des voyageurs du Nouveau-Brunswick pour le tourisme autochtone. Près de 60 % de tous les visiteurs sont intéressés par l'expérience de la culture autochtone.

**Tableau 7** – Intéressés par la culture autochtone ?



Pour 59 % des voyageurs intéressés, le niveau de connaissance au sujet des événements et des lieux autochtones est très élevé. Près de 90 % d'entre eux ont indiqué qu'ils connaissaient les événements autochtones et les attractions offertes et qu'ils savaient qu'ils pourraient y participer s'ils le désiraient. Un peu plus de 90 % ont affirmé qu'ils connaissaient aussi le lieu où se tenait l'événement.

Voici, ci-dessous, les caractéristiques qui différencient ceux qui sont les plus intéressés par la culture autochtone du reste de la population.

Ceux qui sont le plus enclins à montrer de l'intérêt pour la culture autochtone sont :

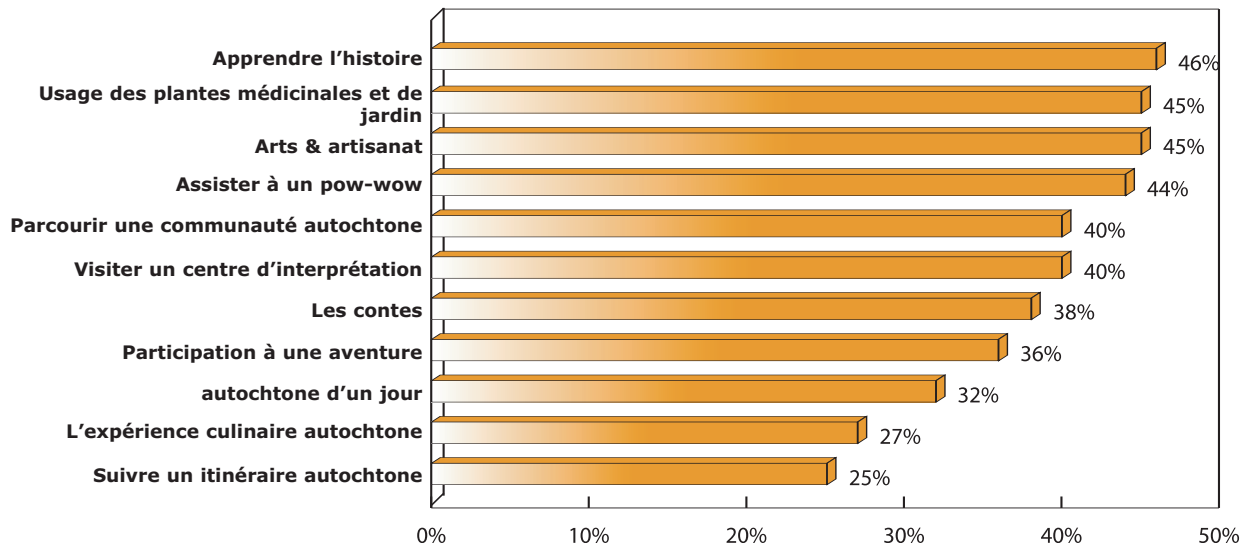
- ceux qui se souviennent avoir vu une publicité touristique du Nouveau-Brunswick précédant leur visite;
- ceux qui ont recommandé le Nouveau-Brunswick à d'autres et qui le visiteraient à nouveau;
- ceux qui sont aussi intéressés à visiter une région acadienne;
- ceux qui ont parcouru le trajet touristique de River Valley;
- ceux qui ont visité la côte acadienne;
- les visiteurs les plus jeunes (lorsque comparés aux plus âgés);
- les visiteurs ayant séjourné plus longtemps lorsque comparés aux visiteurs venus seulement pour une escapade;
- les campeurs;
- ceux qui ont pris des vacances au Nouveau-Brunswick mais qui n'ont pas fait le tour des Maritimes;

Ceux qui ont parcouru les Maritimes et qui n'ont pas vu les publicités ont tendance à être moins intéressés. Le visiteur en escapade, plus pressé par le temps, a peu tendance à montrer de l'intérêt. Les vacanciers à long terme et les campeurs, habituellement plus jeunes, ont tendance à chercher des choses à faire pendant des vacances plus longues.

Bien qu'il y ait des différences entre les différents créneaux de tourisme, on trouve aussi des différences notables selon l'origine des visiteurs, tel qu'on peut le constater dans le tableau 8 (ci-dessous).



**Tableau 8** – Pourcentage des intéressés par la culture autochtone par origine

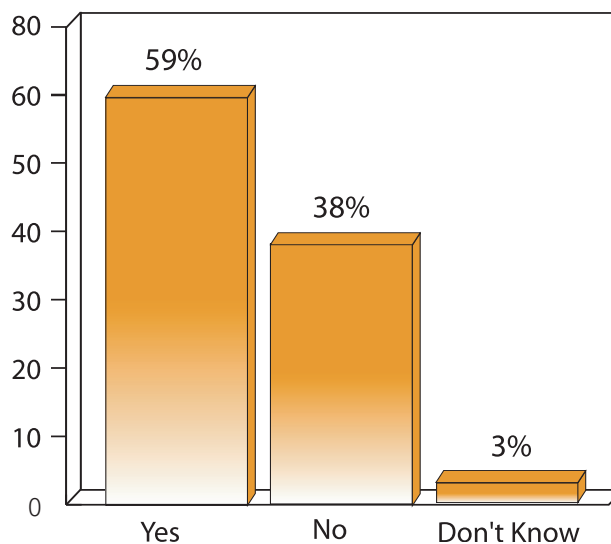


Les visiteurs de l'international qui constituaient 3 % de l'échantillon étaient très intéressés par la culture autochtone. Ils semblent connaître les événements et les attractions ainsi que les lieux où ceux-ci se déroulent. C'est le segment pour lequel les efforts de marketing semblent fonctionner le plus efficacement. Si le marché international croît, le niveau d'intérêt suivra inévitablement.

Il semble que les visiteurs en provenance de Terre-Neuve et de l'Île-du-Prince-Édouard pratiquent surtout du tourisme itinérant et par conséquent ont moins tendance à s'intéresser suffisamment pour s'y arrêter. Les visiteurs en provenance du Canada ne démontrent qu'un intérêt légèrement supérieur à la moyenne (62 %), et tous les visiteurs américains sont légèrement moins intéressés que la moyenne (58 %).

Une liste générale des événements autochtones et des attractions a été lue à tous les voyageurs pour mesurer le niveau d'intérêt de ceux qui s'intéressaient à la culture autochtone. Seul le pourcentage du groupe des « très intéressés » est montré au tableau 9 puisque ce groupe montre plus qu'un désir authentique d'assister à un événement ou à une attraction.

**Figure 9** – Pourcentage de ceux qui sont « très intéressés » par un événement ou une attraction





Plus de 40 % des répondants étaient « très intéressés » à l'égard de 6 des 11 événements. Les deux items qui se sont classés nettement plus bas étaient « le tourisme itinérant sur un itinéraire autochtone » et « l'expérience culinaire autochtone ».

Une analyse a été effectuée pour vérifier quelles attractions et quels événements étaient statistiquement reliés<sup>1</sup>, c'est-à-dire quelles attractions et événements semblaient être perçus de la même manière par les voyageurs intéressés. Ceux qui répondaient d'une manière spécifique pour un item répondaient aussi de la même manière pour chacun des autres items réunis dans chacune des offres groupées. De cette façon, les spécialistes en marketing pouvaient regrouper les événements similaires. Trois types d'offres groupées ont été ainsi constitués.

#### **Offre groupée 1 :**

- Visite d'un centre d'interprétation
- Vivre l'expérience autochtone
- Les contes
- Apprendre l'histoire, la culture

#### **Offre groupée 2**

- Arts et artisanat
- Participation à une aventure d'un jour autochtone
- Un pow-wow et autres festivals autochtones
- Visite itinérante d'une communauté autochtone
- Le tourisme itinérant d'un itinéraire autochtone

#### **Offre groupée 3**

- Utilisation des plantes médicinales et jardinage

#### **Implications :**

En général, il existe un intérêt potentiel pour la culture autochtone. L'ignorance de la culture semble en être le moteur. Les voyageurs internationaux semblent être plus enthousiastes que ceux qui sont plus familiers avec la culture. Ce sont ceux qui ont de la culture autochtone dans leur région qui semblent le moins intéressés. Ceux qui sont familiers avec les autochtones peuvent être conscients de leur niveau de vie moins élevé et par conséquent peuvent être moins attirés par ces conditions.

Les voyageurs qui ont montré de l'intérêt pour le parcours du littoral acadien ont démontré de la curiosité à entendre et à voir plus de culture autochtone. Ces deux produits touristiques devraient peut-être être groupés, spécialement pour un voyageur international. Il serait aussi important d'offrir des produits autochtones le long du littoral acadien et de les rendre plus visibles et plus accessibles.

Peut-être que les niveaux d'intérêt ne devraient être considérés qu'exploratoires puisque les gens n'ont qu'une vague idée sinon pas du tout de ce qu'est la cuisine autochtone ou un pow-wow. Aucune précision n'était offerte sur ce qu'est un itinéraire autochtone. Cela se fait-il en bus climatisé ? Combien de temps cela prend-il ? En quoi cela consiste-t-il ?

Extrait sur le tourisme autochtone dans le Profil du visiteur consommateur 2005 (plus de détails à [www.gnb.ca/0397/research](http://www.gnb.ca/0397/research)).

<sup>1</sup> L'analyse factorielle a été effectuée pour trouver quelles attractions mesuraient la même dimension. Il en est ressorti trois facteurs significatifs. Ces trois facteurs représentent les trois offres groupées.



# LES AVENTURES AUTOCHTONES D'UN JOUR

1997 à 2006

**WINDYBELLTON / Annapolis Royal Route**

**17** **Nataganeg Fishery & Tour**



**\$30** per person  
\$20 per child (12 and under)  
June 13 - September 15, 2000

**Adventure Includes:**


- 1 1/2-hour harvest observation • 1-hour tour of Mimachi Fish Hatchery • 1-hour traditional meal • Mi'kmaq guides and interpretation

**Eel Ground Community Development Centre**  
Tel: 506 623-5488, fax: 506 627-4605  
e-mail: jdeny@netnet.nb.ca

**EEL GROUND / Miramichi River Route**

**ST. ANDREWS / Fundy Coastal Drive**

**12** **A Micmac Experience**



**\$8.50** per adult, \$4.50 per child (12 and under), \$10 per family of 4  
June 13 - September 15, 2000

**Adventure Includes:**

- Time Walk Trail • Micmac Barkul Museum • Cultural interpretation • Light refreshment

**A Micmac Experience**  
Tel: 506 743-9000, fax: 506 743-8995

**BOUCTOUCHE / Acadian Coastal Drive**

**First Nation Whale-Watching Tours**



Get somewhere else on the driving as you cruise the waters while whales feed, prelude play and rook about their flight. Some experience the elusive orcas.

**PRICE INCLUDES:**

- Whale-watching cruise
- Refreshments
- Visit to salmon farms and farming views

**\$40** per person  
\$20 per child (12 and under)  
High season (over your weekend experience) \$100 per family (2 adults, 2 children) July 13 - September 15, 2000

**St. Mary's First Nations Tours & Cruises**  
John Paul, 200 Millard Drive,  
St. Mary's West Nook, NB, E0A 2Y6  
Tel: 506 320-8200  
July: 506 437-8811  
September: 1 888 828-4000  
Tel: 506 432-2277

**ST. GEORGE / Fundy Coastal Drive**

**Ancient History... Modern Fun!**



**37**

Welcome to New Brunswick's oldest village. Learn how the traditional birchbark canoe was constructed and used as transportation. Traditional Mi'kmaq cuisine... your meal! Three thousand years of stimulating history... your guide.

**PRICE INCLUDES:**

- 1-hour canoe trip with native guides
- 1-hour tour of Heritage Centre
- Traditional Mi'kmaq meal of salmon, wildberries, berries and refreshments

**Melpepenag Heritage Exhibit & Tour:**  
Fairs & Events  
3rd Main Post Station, Red Bank, NB  
Tel: 506 846-8175, Fax: 506 836-8172  
e-mail: heritagetour@melpepenag.com  
Web site: www.melpepenag.com

**\$40** per adult  
\$20 per child (12 and under)  
\$120 per family (2 adults, 2 children)  
July 1 - September 15, 2001

**RED BANK / Miramichi River Route**

**Red-bending Bass Fishing**



**35**

Imagine a full day of red-bending, fish-catching action. From the smoothmouth bass to the breathtaking views. This is a treat for the adventurous type!

**PRICE INCLUDES:**

- Full day - 8 hours of fishing with moon board setup • Half day - 4 hours of fishing with moonboard • Licensed guides • Use of boat, rods, reel, tackle and PFD

**\$125** per person per full day  
\$65 per person per half day  
July 1 - October 15, 2000

**Kingsclear Freshwater Fishing Adventure**  
Philip Abbott or Peter Thompson  
77 French Village Road, Kingsclear, NB, E2B 3K4  
Tel: 506 363-9538, fax: 506 363-4070  
E-mail: phil@kingsclear.com, peter@kingsclear.com  
Web site: www.kingsclear.com/techweb/

**KINGSCLEAR / River Valley Scenic Drive**

**Escape to Nature!**



**31**

You'll be welcomed in song... Join the traditions of a Maliseet community and their spirituality, create your own authentic medicine bag and stroll through native history!

**PRICE INCLUDES:**

- 1-hour walk and guided interpretation
- 15-minute break (snack and beverage included)
- 1/2-hour craft making (medicine bag)

**\$15** per person  
\$5 per child (12 and under)  
\$30 per family (2 adults, 2 children)  
June 13 - September 15, 2000

**Maliseet Maliseet First Nation**  
Dywan Station, 1275 Main Street,  
Maliseet Maliseet First Nation, NB,  
E2C 1W9  
Tel: 506 739-9385  
Fax: 506 735-0024

**SAINTE-BASILE / River Valley Scenic Drive**

**DISCOVER THE FIRST NATION**



**PRICE INCLUDES:**

- 1-hour boat tour with interpretive guide
- Cultural and historical interpretation
- Light refreshments

**\$20** per person  
\$10 per child (12 and under)  
Or by advance purchase July 1 - September 1, 2001

**A Micmac Experience**  
Tel: 506 743-9000, fax: 506 743-8995  
RR#2, Site 1, Box 9, Bouctouche NB, E0A 1G2

**BOUCTOUCHE**

**20 Experience a Traditional Micmac Feast**



**\$50** per person  
\$25 per child (12 and under)  
June 13 - September 15, 2000

**Adventure Includes:**

- 1 1/2-hour cultural and historical interpreted walk and museum • 1 1/2-hour traditional feast and smudging Ceremony

**A Micmac Experience**  
Tel: 506 743-9000, fax: 506 743-8995

**BOUCTOUCHE / Acadian Coastal Drive**

**Ancient History... Modern Fun!**



Feel the welcoming spirit of the Mi'kmaq people that have called Melpepenag home since time immemorial. See the past through 3,000 year-old artifacts!

**PRICE INCLUDES:**

- Guided boat exhibit
- Native craft activity
- Snack and refreshment

**\$15** per person (12 and under)  
\$20 per family  
per person July 1 - September 15, 2001

**Melpepenag Heritage Exhibit & Tour:**  
Fairs & Events  
3rd Main Post Station,  
Red Bank, NB, E0A 2Y6  
Tel: 506 846-8175  
Fax: 506 836-8172  
E-mail: heritagetour@melpepenag.com  
Web site: www.melpepenag.com





## 1997 à 2006

### First Nations Craft Experience

Hear the tales of our First Nations culture first-hand while learning the ancient customs of crafting beads, bones and leather. A new craft every week!



**PRICE INCLUDES:**

- All workshop material
- Opportunity to take home your creation
- Mc Mac or Maiseet workshop leader
- First Nations stories
- Opportunity to purchase additional hand-made fine First Nations crafts
- Tuesdays and Thursdays at 7 pm - Sundays at 2 pm.


**Fredericton Tourism**  
Reservations:  
PO Box 130, 11 Carleton Street,  
Fredericton, NB E3B 4Y7  
Tel: 506 460-2041  
Toll-free: 1 888 888-4768  
Fax: 506 460-2474  
Email: tourism@city.frederictonnb.ca  
Web site: www.city.frederictonnb.ca

**\$8** per person July 1 - August 31, 2002

Fredericton/River Valley Scenic Drive **56**

### Aboriginal Escape to Nature!

Come walk with us and share our native history. The teachings inspired by Mother Earth will be passed on to you by the Maliseet/Malisee.



**PRICE INCLUDES:**

- 1 hour in all with
- 1/2 hour walk on Peg walking
- Malisee interpretive
- Refreshments

**Maliseet/Malisee First Nation**  
2000 Route  
107, 1000-1000  
Maliseet/Malisee First Nation  
E1T 1W1  
Tel: 506 223-1100  
Fax: 506 223-1100

**\$15** \$25 per person (includes \$10 per person) \$100 per family (2 adults, 2 children) \$150 per family (3 adults, 2 children)

Saint-Basile/River Valley Scenic Drive **29**

### CULTURE & HERITAGE First Nations Craft Experience



Join the tales of the First Nations' culture and learn while learning the ancient customs of crafting with beads, bones and leather.

**PRICE INCLUDES:**

- All workshop material
- Opportunity to purchase additional hand-made fine First Nations crafts
- Tuesdays and Thursdays at 7 pm - Sundays at 2 pm.

**Fredericton Tourism**  
Reservations:  
1000-1000  
Corner of Queen and Carleton Streets,  
Fredericton, NB  
Tel: 506 460-2041  
Toll-free: 1 888 888-4768  
Fax: 506 460-2474  
Email: tourism@city.frederictonnb.ca  
Web site: www.city.frederictonnb.ca

**\$8** per person (July 1 - August 31, 2002)

River Valley Scenic Drive

### ARTS & CRAFTS Maliseet Magic

The ancient art of crafting Maliseet smoking pipes, beavers, and beavers, is going for the weaving. Unleash the traditions and legends of Maliseet, during this workshop.



**PRICE INCLUDES:**

- 2 - 1/2 hour craft workshop with Maliseet and Malisee
- Take-home supplies (including Maliseet and Malisee)
- Refreshments (beverages)

**Bodin's Native Crafts and Supplies**  
Cecile Bodin  
2000-1000  
1000-1000

**\$50** per person (July 1 - August 31, 2002)

River Valley Scenic Drive **1**

### CULTURE & HERITAGE Step into a Woodland Wigwam

Take the world of Miqmaq culture as you step into a wigwam, enjoy a traditional Maliseet meal and learn about traditional crafts.



**PRICE INCLUDES:**

- 2-hour cultural interpretation
- 2-hour traditional Maliseet meal
- Traditional crafts

**Eisipogot Economic Development**  
Janel Francis  
2000-1000  
1000-1000

**\$25** \$25 per person (includes \$10 per person) \$100 per family (2 adults, 2 children) \$150 per family (3 adults, 2 children)

Acadian Coastal Drive **1**

### "It's Where Hospitality was Invented"

Your adventure begins by exploring 3000 years of Miqmaq culture on the Miqmaq River, complete with a traditional feast! It's history and adventure all in one package!



**\$175** per person (July 1 - August 31, 2002)

**Package includes:**

- 2-hour Maliseet interpretation (includes Maliseet)
- Traditional food (including Maliseet)
- 2-hour cultural interpretation (includes Maliseet)
- 2-hour traditional Maliseet meal (includes Maliseet)

**Misepogot Outdoor Adventure Lodge**  
Janel Francis  
2000-1000  
1000-1000

Red Bank/Miramichi River Route **4** - Facilities

### CULTURE AND HERITAGE Catch your Dreams

Experience the best of the north with only being a few hours away from the city. Join us for a day of fishing and learning about the Miqmaq culture. Led by a Miqmaq guide.



**Price includes:**

- All necessary fishing gear
- Snack and beverage
- Two hours of instruction

**Fredericton Tourism**  
Reservations:  
PO Box 130, 11 Carleton Street,  
Fredericton, NB E3B 4Y7  
Tel: 506 460-2041  
Toll-free: 1 888 888-4768  
Fax: 506 460-2474  
Email: tourism@city.frederictonnb.ca  
Web site: www.city.frederictonnb.ca

**\$12** per person (July 1 - August 31, 2002)

Fredericton/River Valley Scenic Drive

### FISHING A Million-Dollar Catch!

Join us for a day of fishing and learning about the Miqmaq culture. Led by a Miqmaq guide.



**Price includes:**

- 1 hour of instruction
- Snack and beverage
- Two hours of instruction

**Misepogot Outdoor Adventure Lodge**  
Janel Francis  
2000-1000  
1000-1000

**\$350** per person (July 1 - August 31, 2002)

Red Bank/Miramichi River Route **4** - Facilities

### SNORKELING Snorkeling with the Salmon!

Snorkel with wild Atlantic salmon and view other species of fish in the swimming and fishing underwater system in the world's longest Miqmaq River.



**Price includes:**

- Use of snorkeling equipment and PFD
- Snack and beverage
- Refreshment and beverage (snack)

**Misepogot Outdoor Adventure Lodge**  
Janel Francis  
2000-1000  
1000-1000

**\$25** \$15 per child (12 and under) \$25 per family (2 adults, 2 children) \$30 per person (July 1 - August 31, 2002)

Red Bank/Miramichi River Route **4** - Facilities



## LES COMMUNAUTÉS DES PREMIÈRES NATIONS DU NOUVEAU-BRUNSWICK



- |                        |                             |                      |
|------------------------|-----------------------------|----------------------|
| <i>1 Bouctouche</i>    | <i>6 Fort Folly</i>         | <i>11 Oromocto</i>   |
| <i>2 Burnt Church</i>  | <i>7 Indian Island</i>      | <i>12 Pabineau</i>   |
| <i>3 Eel Ground</i>    | <i>8 Kingsclear</i>         | <i>13 St. Mary's</i> |
| <i>4 Eel River Bar</i> | <i>9 Madawaska Maliseet</i> | <i>14 Tobique</i>    |
| <i>5 Elsipogtog</i>    | <i>10 Metepenagiag</i>      | <i>15 Woodstock</i>  |





## AUTRES CONTACTS

|                  |                   |                    |                 |                 |
|------------------|-------------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| <b>Nom</b>       |                   |                    |                 |                 |
| <b>Adresse</b>   |                   |                    |                 |                 |
| <i>Téléphone</i> | <i>cellulaire</i> | <i>Télécopieur</i> | <i>Courriel</i> | <i>Site Web</i> |
|                  |                   |                    |                 |                 |

|                  |                   |                    |                 |                 |
|------------------|-------------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| <b>Nom</b>       |                   |                    |                 |                 |
| <b>Adresse</b>   |                   |                    |                 |                 |
| <i>Téléphone</i> | <i>cellulaire</i> | <i>Télécopieur</i> | <i>Courriel</i> | <i>Site Web</i> |
|                  |                   |                    |                 |                 |

|                  |                   |                    |                 |                 |
|------------------|-------------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| <b>Nom</b>       |                   |                    |                 |                 |
| <b>Adresse</b>   |                   |                    |                 |                 |
| <i>Téléphone</i> | <i>cellulaire</i> | <i>Télécopieur</i> | <i>Courriel</i> | <i>Site Web</i> |
|                  |                   |                    |                 |                 |

|                  |                   |                    |                 |                 |
|------------------|-------------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| <b>Nom</b>       |                   |                    |                 |                 |
| <b>Adresse</b>   |                   |                    |                 |                 |
| <i>Téléphone</i> | <i>cellulaire</i> | <i>Télécopieur</i> | <i>Courriel</i> | <i>Site Web</i> |
|                  |                   |                    |                 |                 |

|                  |                   |                    |                 |                 |
|------------------|-------------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| <b>Nom</b>       |                   |                    |                 |                 |
| <b>Adresse</b>   |                   |                    |                 |                 |
| <i>Téléphone</i> | <i>cellulaire</i> | <i>Télécopieur</i> | <i>Courriel</i> | <i>Site Web</i> |
|                  |                   |                    |                 |                 |

|                  |                   |                    |                 |                 |
|------------------|-------------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| <b>Nom</b>       |                   |                    |                 |                 |
| <b>Adresse</b>   |                   |                    |                 |                 |
| <i>Téléphone</i> | <i>cellulaire</i> | <i>Télécopieur</i> | <i>Courriel</i> | <i>Site Web</i> |
|                  |                   |                    |                 |                 |

|                  |                   |                    |                 |                 |
|------------------|-------------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| <b>Nom</b>       |                   |                    |                 |                 |
| <b>Adresse</b>   |                   |                    |                 |                 |
| <i>Téléphone</i> | <i>cellulaire</i> | <i>Télécopieur</i> | <i>Courriel</i> | <i>Site Web</i> |
|                  |                   |                    |                 |                 |







**POUR PLUS D'INFORMATION, CONTACTEZ :**

Tourisme et Parcs du Nouveau-Brunswick  
Tourisme autochtone  
Boîte postale 6000  
Frédéricion (N.-B.) E3B 5H1

506 444-3653