

SURVOL DU PROGRAMME STRATÉGIQUE DE CORRIDORS TOURISTIQUES



1.0 Cadre

1.1 Le contexte

En 2023, Destination Canada a lancé son **Programme stratégique de corridors touristiques** pour consolider le secteur touristique au moyen d'un développement de destinations accéléré pour plusieurs corridors partout au Canada. Trois projets pilotes ont été retenus pour la première année : le corridor touristique de l'UNESCO du Canada atlantique, l'itinéraire durable Prairies-Pacifique et le réseau de pavillons touristiques autochtones du Nord. Réalisés avec le concours de divers partenaires et intervenants, ces projets pilotes ont fourni des informations éclairantes pour le développement des destinations et la planification touristique au Canada. S'appuyant sur la réussite de ce programme et les enseignements qui en ont été tirés, Destination Canada relance le programme en 2024-2025. Pour en savoir plus sur les projets pilotes de l'an dernier, visitez le [microsite du programme](#).

1.2 L'occasion

L'absence de corridors traversant les frontières provinciales et territoriales continue de représenter pour Destination Canada une occasion de coordonner l'action collective afin de surmonter les obstacles (notamment les missions variant d'une région à l'autre) dans le développement des destinations et la planification touristique au Canada.

1.3 Qu'est-ce qu'un corridor touristique?

Les corridors touristiques relient des ensembles d'attraits touristiques de manière à inciter les visiteurs à voyager dans une région. Une région vinicole comme Niagara ou Napa Valley est un corridor touristique. Le mode d'action fondé sur les corridors et les grappes d'entreprises s'appuie sur des approches théoriques et des pratiques exemplaires observées à travers le monde.

La théorie des grappes en bref : La théorie des grappes, c'est l'idée qu'une concentration d'entreprises ou d'établissements similaires peut créer des synergies et alimenter les économies régionales en tirant parti de leurs ressources et clientèles partagées, créant ainsi, ensemble, une demande accrue pour leurs produits. Les vignobles sont un bon exemple de grappe dans le secteur du tourisme; grâce à la concentration géographique, ils attirent un bassin de main-d'œuvre, créent des services liés à la culture vinicole, attirent des visiteurs et deviennent ensemble plus résilients, bien plus qu'une salle de dégustation isolée ne pourrait l'être.

2.0 Programme stratégique de corridors touristiques

2.1 But du programme

Le **but premier** du Programme stratégique de corridors touristiques est de consolider le secteur touristique au moyen d'un développement de destinations accéléré pour plusieurs corridors partout au Canada. Nous y arriverons grâce à une planification stratégique globale qui stimulera les investissements et contribuera à la prospérité et au bien-être de la population canadienne. L'approche de Destination Canada relative au développement de corridors mise sur l'accélération de la collaboration entre les différentes parties prenantes, et particulièrement entre les provinces et les territoires, afin de renforcer les capacités et de stimuler le leadership.

2.2 Objectifs du programme

Le programme stratégique de corridors touristiques vise à :

1. susciter des relations, intégrer les stratégies et arrimer les priorités pour soutenir les buts communs;
2. cultiver une nouvelle prospérité économique, attirer les investissements et éveiller aux occasions de développement au Canada;
3. augmenter la capacité de pratiquer les principes du tourisme régénérateur et faire évoluer le développement de destinations mené par les collectivités afin de favoriser un dynamisme socioculturel et une durabilité environnementale;
4. donner les moyens aux destinations de planifier avec intention et de penser à leur participation à l'économie touristique;
5. accroître le nombre d'expériences authentiques et transformatrices éminemment canadiennes qui sont valorisées et visitées autant par la population locale que par les voyageurs.

2.3 Éléments livrables

Avec le soutien de l'équipe du Développement des destinations de Destination Canada et de spécialistes du secteur, les partenaires participant au Programme stratégique de corridors touristiques créeront les trois éléments suivants :

1. Une **stratégie** qui définit la vision et arrime les ressources des partenaires et des parties prenantes du corridor.
2. Un **plan de mise en œuvre** pour réaliser la stratégie.
3. Un **plan d'investissement** pour relever les lacunes; les besoins en matière d'investissements et de ressources; les occasions d'investissement; et les sources potentielles de financement requises pour concrétiser les deux premiers éléments.

2.4 Financement du programme

Destination Canada financera le développement de la stratégie, le plan de mise en œuvre et le plan d'investissement à hauteur de 250 000 \$ CA (taxes comprises) en faisant appel à des experts-conseils et spécialistes du domaine pour chaque projet de corridor.

2.5 Échéancier

Ce programme devrait se terminer en 2025. Les projets de corridors retenus commenceront à l'été 2024 avec l'analyse de la situation et la mobilisation des intervenants. En 2025, l'accent sera mis sur l'élaboration et l'amélioration de la stratégie, du plan de mise en œuvre et du plan d'investissement.

3.0 Sélection de corridors pour 2024

3.1 Processus

Le processus de sélection de corridors se déroulera en trois temps :

1. **La demande** : au moyen d'un formulaire en ligne
2. **L'évaluation** : en fonction de critères établis
3. **La sélection** : confirmation avec les partenaires

3.2 Critères

Les projets de corridors seront évalués en fonction des critères suivants :

- Existence d'un manque à combler ou d'une occasion à saisir
- Incidence sur l'emploi
- Inclusion des peuples autochtones, notamment par des partenariats
- Approche régénératrice
- Engagement communautaire
- Collaboration
- Équipe et gouvernance du projet
- Limites du corridor
- Degré de préparation du projet
- Budget et portée du projet
- Viabilité commerciale et débouchés

3.3 Exemples de projets de corridor

Voici des projets de corridor qui pourraient être admissibles au programme :

- Améliorer l'offre d'expériences culinaires et leur interconnexion en créant ou en étendant une route des saveurs
- Relier les attractions qui revêtent une signification historique riche
- Favoriser le développement d'aventures en plein air qui misent sur les expériences de « niche »
- Créer des occasions qui misent sur une grande route ou une voie de transport nouvelle ou revitalisée
- Mener une planification régionale et planifier des infrastructures qui relient les attractions

Projets non admissibles : Les projets de corridor centrés sur le marketing et l'image de marque des produits et des expériences seront exclus du programme.