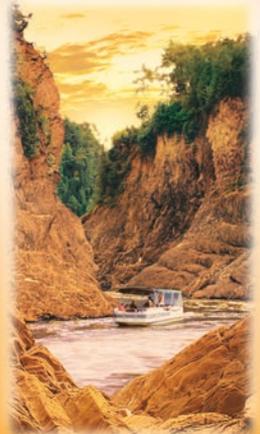
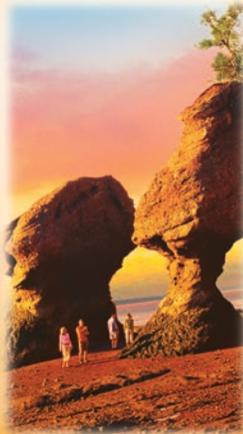




Tourisme et Parcs Plan stratégique

2005-2008



New  Nouveau
Brunswick
C A N A D A

Des
merveilles
sans pareilles

**Tourisme et Parcs
Plan Stratégique
2005 - 2008**

Ministère du Tourisme et des Parcs
Province du Nouveau-Brunswick
C.P. 6000
Fredericton (Nouveau-Brunswick)
E3B 5H1
Canada

Décembre 2005

Copies disponibles
www.gnb.ca/0397

CNB 3349



Tourisme et Parcs Plan stratégique

2005-2008



Introduction

Durant la période d'août à octobre 2005, le ministère du Tourisme et des Parcs a effectué un exercice de planification stratégique dont le résultat est ce plan triennal. L'exercice a nécessité l'intervention de tout le personnel, y compris les cadres supérieurs, ainsi que la consultation de l'Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick.

Le plan stratégique définit sept domaines clés qui canaliseront les ressources du ministère au cours des trois prochaines années. Il comprend aussi les principes directeurs et les valeurs de Tourisme et Parcs qui déterminent sa culture organisationnelle – de notre façon de prendre des décisions à celle d'agir les uns envers les autres et avec les différents intervenants avec qui nous faisons affaire.

Ce plan stratégique triennal jette les bases de nos plans opérationnels annuels et de nos plans de travail individuels. Il fournit aussi les lignes directrices qui serviront à évaluer les résultats du ministère et à les déclarer dans le rapport annuel présenté à l'Assemblée législative et aux Néo-Brunswickois.

Comme tous les plans stratégiques efficaces, ce document est évolutif et sera révisé annuellement.

Vision de la province du Nouveau-Brunswick

Nous voulons créer un Nouveau-Brunswick prospère, concurrentiel et compatissant – l'endroit au Canada le plus propice à la vie personnelle, scolaire, professionnelle et familiale.

Mission

Par la collaboration, assurer le leadership et se faire le champion du tourisme pour la prospérité du Nouveau-Brunswick.

Domaines clés

- 1 Relations stratégiques
- 2 Assurance qualité
- 3 Intendance des installations
- 4 Promotion du tourisme
- 5 Développement de l'industrie
- 6 Organisation efficace et souple
- 7 Mieux-être des employés



1 *Relations stratégiques*

TP examinera les possibilités de créer et d'entretenir de solides relations avec différents intervenants et accroîtra les ressources par l'entremise de partenariats stratégiques et du réseautage. TP devra coopérer avec les autres ministères et compétences et adopter une démarche stratégique dans sa propre administration.

Objectifs stratégiques

- Définir des relations et partenariats internes et externes clés et mettre en place des stratégies pour les administrer.
- Adopter et mettre en oeuvre des critères pour évaluer les futures occasions de partenariats.

2 *Assurance qualité*

TP s'engage à proposer des programmes et des services de qualité. De plus, il suit l'évolution du rendement de l'industrie touristique et fait de la recherche sur la consommation. TP oriente les intervenants, les partenaires et l'industrie touristique en leur donnant des renseignements utiles.

Objectifs stratégiques

- Mettre au point une méthode de collecte, d'analyse et de communication des données d'assurance qualité et de recherche à l'intérieur même du ministère et à l'intention des divers intervenants.
- Mettre en place un processus d'assurance qualité pour les produits et services de TP.
- Définir où et comment la technologie peut améliorer la prestation de services.

3 *Intendance des installations*

TP a le mandat de préserver, d'entretenir et d'améliorer les parcs et les infrastructures touristiques désignés dont le gouvernement est propriétaire ou qu'il exploite ou parraine afin que les gens du Nouveau-Brunswick et les visiteurs en profitent. Il est reconnu que ces lieux contribuent à préserver le patrimoine culturel et naturel du Nouveau-Brunswick et qu'ils jouent un rôle important dans la qualité de vie des résidents.

Objectifs stratégiques

- Mettre en place un plan stratégique exhaustif visant la viabilité à long terme des infrastructures que le gouvernement provincial possède et finance.
- Élaborer un processus officiel de mise en place, de surveillance et d'évaluation des ententes portant sur les infrastructures financées par le gouvernement et produire une méthode d'analyse de l'appui que TP peut leur apporter.



4 *Promotion du tourisme*

TP fait la promotion du Nouveau-Brunswick comme destination touristique. C'est aussi une source d'information touristique tant pour les résidents que pour les visiteurs. Le tourisme est un facteur de croissance économique qui contribue de façon importante au bien-être des Néo-Brunswickois.

Objectifs stratégiques

- Promouvoir le Nouveau-Brunswick comme destination touristique.
- Faire prendre conscience de l'importance de l'industrie du tourisme à tous les ordres de gouvernement, au public et aux autres intervenants.
- Accroître la notoriété de la marque et de la réputation du Nouveau-Brunswick, deux éléments qui vont au-delà du tourisme.
- Concevoir un plan visant à coordonner le calendrier et l'exécution des activités promotionnelles et de développement.

5 *Développement de l'industrie*

TP dirige l'expansion de l'industrie touristique. TP représente l'industrie, conseille et aide les exploitants et autres intervenants. TP collabore avec d'autres à l'établissement de normes de l'industrie et donne de la formation et du soutien pour qu'on s'y conforme.

Objectifs stratégiques

- Élaborer et mettre en oeuvre une stratégie de développement de l'industrie touristique.
- Aider l'industrie à offrir des produits qui répondent aux normes de l'industrie et aux attentes des consommateurs.

6 *Organisation efficace et souple*

Afin d'accomplir sa mission, TP doit être une organisation efficace et souple. Il est impératif que les personnes occupent le poste qui leur convient et qu'elles aient des plans de formation et de perfectionnement.

Objectifs stratégiques

- Adapter les ressources humaines et financières aux priorités du ministère.
- Élaborer et mettre en oeuvre un plan de ressources humaines qui comprend la planification de la carrière, la formation, la planification de la relève et le mentorat.
- Élaborer et mettre en oeuvre une stratégie consacrée à l'emploi saisonnier et occasionnel.
- Améliorer la communication et le processus décisionnel.

7 *Mieux-être des employés*

TP reconnaît qu'il ne peut mener sa mission à bien sans un personnel dynamique, en santé et motivé. Se concentrer sur les facteurs du mieux-être du personnel doit donc être une priorité.

Objectifs stratégiques

- Élaborer et mettre en oeuvre un programme de mieux-être du personnel.
- Concevoir une méthode de gestion de la charge de travail et d'aménagement des nouvelles tâches et des priorités concurrentes.



Principes directeurs

(Quand nous prenons des décisions) Nous nous engageons à...

- solliciter l'apport du personnel et des intervenants appropriés;
- respecter la diversité régionale et culturelle;
- focaliser sur le partenariat et les relations;
- évaluer l'impact des décisions sur les ressources;
- miser sur la recherche ou sur l'information la plus rigoureuse dont on dispose.

Valeurs

(Notre façon d'interagir) Nous nous attendons à ce que suit de la part des employés...

- Respecter les collègues – leur travail, leurs priorités, leur temps et leur vie privée.
- Encourager et soutenir une conciliation travail-vie personnelle.
- Communiquer librement et sans parti pris.
- Avoir une attitude positive et professionnelle.
- Faire preuve d'innovation et de créativité.

