



# PAM

PROGRAMME DE PRÉPARATION  
ACCÉLÉRÉE AU MARCHÉ

Encadrement individualisé et  
personnalisé par des experts



Agence de  
promotion économique  
du Canada atlantique

Atlantic Canada  
Opportunities  
Agency

## TABLE DES MATIÈRES

<b>PROGRAMME DE PRÉPARATION ACCÉLÉRÉE AU MARCHÉ (PAM)</b>	4
<b>OBJECTIFS</b>	4
<b>PUBLIC CIBLE</b>	4
<b>PARTIES PRENANTES DU PROGRAMME PAM</b>	5
<b>LE PROCESSUS DU PROGRAMME PAM</b>	6
<b>BUDGET DU PROGRAMME PAM</b>	8
<b>ANNEXE A : MODÈLE DE DEMANDE DE PROPOSITIONS</b>	11
<b>ANNEXE B : GRILLE D'ÉVALUATION DE LA DP PAM</b>	15
<b>ANNEXE C : PROTOCOLE D'ACCORD - PARTICIPATION AU PROGRAMME PAM</b>	16
<b>ANNEXE E : RAPPORT DE FORMATION DU PROGRAMME PAM</b>	20
<b>ANNEXE F : PLAN DE TRAVAIL POUR LA PRÉPARATION À LA COMMERCIALISATION</b>	25
<b>ANNEXE G : RAPPORT D'ÉTAPE À SIX MOIS DU PROGRAMME PAM</b>	28
<b>ANNEXE G : RAPPORT D'ÉTAPE À 12 MOIS DU PROGRAMME PAM</b>	Error! Bookmark not defined.

*« Tranquility Cove Adventures a participé au programme PAM en 2015.*

*L'aspect le plus utile du programme a été la venue d'un professionnel du tourisme expérimenté qui a jeté un regard neuf sur mon entreprise. Il a vu des choses que je ne voyais pas. Il a proposé des façons d'améliorer notre attractivité et les moyens de servir nos clients avec des réservations en ligne. Nous avons actualisé notre signalétique, peint le hangar de stockage et investi dans des uniformes du personnel pour toute saison. Bien que ces changements puissent sembler mineurs, je n'avais pas réalisé la première impression que nous donnions sans le savoir à nos clients avant que quelqu'un me le fasse remarquer. De plus, nos nouvelles réservations en ligne sont conviviales et me font gagner beaucoup de temps. »*

**Perry Gotell, Propriétaire**

**Tranquility Cove Adventures**



## CROISSANCE DU TOURISME AU CANADA ATLANTIQUE

Le Plan d'action pour l'innovation en matière de tourisme (PIT) de l'APECA guide le développement du tourisme au Canada atlantique. Le PIT est conçu pour améliorer la compétitivité et la capacité du Canada atlantique en matière de tourisme en mettant l'accent sur la croissance et l'innovation des petites et moyennes entreprises (PME). Le plan soutient le développement des entreprises et le renforcement des capacités dans toute la région. L'accent est mis sur le regroupement, le développement de produits à valeur ajoutée, la prolongation de la saison, et la mobilisation des destinations pour tirer parti de la puissance d'Internet et des médias sociaux. Le Programme de préparation accélérée au marché (**PAM**) a été conçu en tenant compte des piliers suivants.

Les deux piliers du PIT sont simples :

1. **Augmenter les revenus et les bénéfices** des efforts et des activités touristiques en ajoutant de la valeur aux produits et expériences existants, en créant de nouveaux produits et expériences, en tirant un meilleur rendement des visiteurs et en attirant de nouveaux visiteurs.
2. **Prolonger la saison** en travaillant avec les exploitants touristiques et les parties prenantes du secteur pour renforcer la capacité à prolonger la saison au-delà de la haute saison traditionnelle.

Trois activités fondamentales sont essentielles pour assurer la croissance du tourisme et sont encouragées dans le PIT :

- **Regroupement de produits** axé sur les zones géographiques et les secteurs du tourisme
- **Développement de produits et d'expériences uniques et à valeur ajoutée** qui plaisent aux visiteurs
- **Renforcement de la connectivité en ligne et de la numérisation**, y compris les approches de commercialisation innovantes qui intègrent le marketing de défenseur/d'influenceur, les stratégies de médias sociaux et la publicité en ligne.

*« En tant que nouveaux propriétaires du Fox Point Inn, nous avons une idée des projets que nous souhaitons mettre en œuvre, mais nous ne savions pas trop par où commencer. Le programme PAM nous a permis de bénéficier des services d'un consultant professionnel possédant une vaste expérience dans le domaine du tourisme, qui nous a fourni des éléments clés que nous avons pu commencer à mettre en œuvre dans notre entreprise. Nous recommandons vivement le programme PAM à tout nouveau propriétaire d'entreprise dans le secteur du tourisme ou aux exploitants actuels qui cherchent à moderniser leur entreprise. »*

**Scott et Marion, Propriétaires**

**Fox Point Inn**

## PROGRAMME DE PRÉPARATION ACCÉLÉRÉE AU MARCHÉ (PAM)

Le programme **PAM** s'efforce de faire croître l'industrie du tourisme du Canada atlantique, un exploitant à la fois, en offrant aux PME du secteur du tourisme **un encadrement individualisé et personnalisé par des experts**. Le formateur donne des conseils à l'exploitant sur la mise en œuvre **d'initiatives réalisables, abordables et mesurables** pour augmenter les revenus, les bénéfices et prolonger la saison.

Le programme **PAM** offre aux exploitants l'occasion de s'entretenir avec un expert indépendant et qualifié du tourisme sur des questions spécifiques à leur activité. Il apporte des solutions à leurs préoccupations et les aide à comprendre s'ils sont vraiment prêts à être commercialisés, c'est-à-dire si leurs produits ou leurs expériences sont au point et peuvent être achetés directement par les consommateurs.

### OBJECTIFS

- Accroître les normes d'excellence des produits qui sont prêts à être commercialisés, en étant ainsi plus réactif aux nouvelles tendances du tourisme;
- Stimuler l'innovation et l'expertise au sein d'une communauté d'exploitants ayant des intérêts communs;
- Réunir les exploitants d'entreprises touristiques avec des conseillers professionnels du tourisme pendant 12 mois, en les exposant à de nouvelles idées et stratégies;
- Aider les provinces, les régions et les communautés à réaliser leurs plans touristiques.

### PUBLIC CIBLE

Le programme **PAM** est conçu pour **les exploitants individuels d'entreprises touristiques**. Il a été utilisé avec succès par de nombreuses entreprises, qu'il s'agisse de petites exploitations de type chambres d'hôtes ou de stations touristiques de grande envergure, d'exploitants chevronnés, d'entreprises de restauration, de commerces de détail ou d'attractions.

Le programme n'est pas seulement un outil permettant aux exploitants d'entreprises touristiques d'améliorer leurs connaissances des affaires et du marché, mais il est également **conçu pour fonctionner avec des groupes de cinq exploitants individuels** à la fois dans une zone géographique définie. Comme les exploitants de la même région qui partagent les mêmes idées participent au programme, il existe une possibilité de partenariat ou de forfaits au sein du groupe d'exploitants.

*« Nous avons participé au programme PAM en 2015 et avons trouvé que c'était une expérience géniale! Notre formateur était formidable, très professionnel et bien informé. Nous étions à la croisée des chemins à l'époque. Nous savions que nous voulions faire des changements et nous avions nos idées, mais cela nous a permis d'avoir le point de vue extérieur d'un professionnel. Notre formateur nous a aidés à répondre à des questions pressantes et nous a fourni de nombreuses autres idées, qu'il s'agisse de personnel, de processus ou de décoration. Le rapport final était incroyable, un regard complet sur l'entreprise et le suivi personnel était formidable avec des suggestions et des outils pour nous aider à réussir. Nous le recommandons à toute entreprise, quels que soient ses besoins. C'est une expérience qui en vaut la peine! »*

**Steve et Christine Murphy, Propriétaires  
Blue Mussel Cafe**

## PARTIES PRENANTES DU PROGRAMME PAM

PAM - Intervenant et rôle	Responsabilités
<p><b>APECA – Tourisme Atlantique</b>  <i>Rôle : Champion du programme, gardien et lien stratégique avec le plan d'action pour l'innovation touristique de l'APECA.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Maintient et met à jour la pertinence du programme <b>PAM</b></li> <li>● Génère et maintient le manuel du programme <b>PAM</b> et le matériel promotionnel du programme.</li> <li>● Sensibilise les bureaux régionaux de l'APECA et les partenaires potentiels au programme <b>PAM</b>.</li> <li>● Entreprenne une évaluation régulière et significative du programme.</li> <li>● Certifie les formateurs pour le programme <b>PAM</b> et s'assure qu'ils ont accès au matériel à jour nécessaire pour offrir le programme efficacement.</li> </ul>
<p><b>Bureau régional de l'APECA</b>  <i>Rôle : Champion du programme régional et partenaire de l'APECA dans le projet PAM</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comprend le programme <b>PAM</b> et recommande l'utilisation régionale.</li> <li>● Fournit une vue d'ensemble du programme <b>PAM</b> au promoteur à l'aide du manuel du programme et du matériel promotionnel.</li> <li>● Soutient le promoteur dans l'élaboration de sa demande de financement.</li> <li>● Fournit aux parties prenantes des documents pertinents sur le programme</li> <li>● Soutient le promoteur et le comité de projet tout au long du projet, notamment en participant à la réunion initiale avec le formateur, au rapport post-formation, et à l'examen des rapports d'étape à 6 et à 12 mois.</li> <li>● Conserve les informations sur les projets, y compris les évaluations, les rapports de base, les rapports de formation de l'exploitant <b>PAM</b>, les plans de travail de préparation au marché, et les intègre dans les dossiers des clients, le cas échéant.</li> </ul>
<p><b>Promoteur</b>  <i>Rôle : Coordinateur de projet PAM et lien stratégique avec les plans touristiques locaux/régionaux</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Coordinateur général du projet</li> <li>● Prépare la demande de financement auprès de l'APECA et d'autres bailleurs de fonds.</li> <li>● Établit et coordonne un comité de projet</li> <li>● Fait la promotion du programme, recrute des exploitants dans les groupes appropriés et s'assure qu'ils comprennent le programme et l'engagement exigé.</li> <li>● Dirige le processus <b>PAM</b> tel que décrit dans la section suivante, y compris : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Embaucher et assurer la liaison avec le formateur</li> <li>○ Administrer les protocoles d'accord avec les exploitants</li> <li>○ Présenter le formateur aux exploitants</li> <li>○ Organiser des réunions du comité de projet pour discuter des rapports de synthèse</li> <li>○ Administrer des enquêtes après les sessions de formation et après 12 mois</li> </ul> </li> <li>● S'assurer que tous les rapports du programme <b>PAM</b> préparés par le formateur sont inclus dans le dossier du projet.</li> </ul>
<p><b>Formateur</b>  <i>Rôle : Formateur/conseiller/caiss e de résonance du programme PAM</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Rencontre le comité des promoteurs/projets pour un aperçu du projet et un examen des exploitants.</li> <li>● Suit le processus du programme <b>PAM</b> tel que défini dans la section suivante</li> <li>● Effectue des recherches régionales pour comprendre le contexte sectoriel pertinent.</li> <li>● Fournit au promoteur une biographie pour la présentation par courriel aux exploitants</li> <li>● Envoie par courriel aux exploitants le guide de discussion « Apprendre à connaître l'exploitant » (<i>annexe D</i>). À l'aide de ces informations, il évalue l'entreprise avant la formation.</li> <li>● Programme la visite du site et la réalisation de l'évaluation</li> <li>● Développe les rapports de formation et les plans de travail et les examine avec les exploitants.</li> <li>● Fixe des sessions de formation à 6 et 12 mois avec les exploitants, sauf accord contraire avec le promoteur.</li> <li>● Dirige une réunion avec le comité de projet pour passer en revue les idées et les questions recueillies.</li> <li>● Organise des séances de formation à 6 et 12 mois avec les exploitants.</li> <li>● Élabore des rapports d'avancement et met à jour le plan de travail, ainsi qu'un rapport de synthèse des informations recueillies.</li> <li>● Communique les rapports aux parties prenantes appropriées</li> </ul>
<p><b>Exploitant</b>  <i>Rôle : mettre en œuvre des actions visant à améliorer la préparation des entreprises au marché.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Comprend le rôle de l'exploitant dans le programme <b>PAM</b> et l'engagement requis, et signe le protocole d'entente avec le promoteur.</li> <li>● S'engage pleinement avec le formateur dans l'évaluation de l'entreprise avant la formation, y compris la fixation des priorités</li> <li>● Consacre au moins dix heures au programme, dont quatre heures pour la visite initiale sur place et la discussion avec le formateur.</li> <li>● Consacre du temps à rencontrer le formateur pour examiner le rapport et les prochaines étapes, et participe aux sessions de formation à 6 et 12 mois</li> <li>● Remplit l'enquête de satisfaction de l'exploitant dans les deux semaines suivant la réception de la demande.</li> <li>● Contribue aux rapports d'avancement à 6 et 12 mois en assurant le suivi des actions prises dans le cadre du projet <b>PAM</b> et de tout ajustement effectué</li> <li>● Offre un témoignage à l'appui du programme <b>PAM</b> le cas échéant.</li> </ul>

<p><b>Comité de projet</b>  <i>Rôle : Suivre le projet, travailler avec le formateur pour cerner et traiter les défis ou les possibilités communes</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aide à recruter les exploitants optimaux pour participer au programme.</li> <li>• Rencontre le formateur à la suite des sessions de formation pour discuter des rapports de synthèse</li> <li>• Travaille avec les parties prenantes concernées pour élaborer une stratégie visant à répondre aux besoins et aux possibilités de la région.</li> <li>• Rencontre le formateur après les sessions de formation à 6 et 12 mois pour discuter du rapport de synthèse</li> </ul>
--	---

## LE PROCESSUS DU PROGRAMME PAM

<b>CONSTRUIRE UN PROJET PAM</b>	
<b>Introduction au programme PAM</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'agent de développement économique (ADE) de l'APECA explique le programme <b>PAM</b> au promoteur à l'aide de ce document.</li> <li>• Le promoteur, avec l'appui de l'ADE de l'APECA, élabore la demande, trouve les autres partenaires, etc.</li> <li>• Le promoteur met en place un comité de projet comprenant l'ADE de l'APECA, d'autres partenaires financiers, etc.</li> <li>• Guidé par les objectifs du projet <b>PAM</b> et avec le soutien du comité de projet, le promoteur choisit un groupe stratégique d'exploitants touristiques potentiels pour participer au programme.</li> </ul>	
<b>Gestion des marchés</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le promoteur émet une demande de propositions à la liste des formateurs certifiés par l'APECA, en utilisant le modèle de demande de propositions (annexe A).</li> <li>• Après l'évaluation des propositions à l'aide de la grille d'évaluation (annexe B), le promoteur sélectionne et passe un contrat avec formateur.</li> <li>• Le formateur rencontre le promoteur ou le comité de projet pour examiner les produits livrables, le calendrier (fin de l'été/automne), etc.</li> </ul>	
<b>Recrutement d'exploitants</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le promoteur fait circuler le matériel promotionnel du programme pour renforcer l'intérêt et finaliser la liste des exploitants potentiels.</li> <li>• À l'aide des suggestions du comité de projet et en consultation avec le formateur, le promoteur confirme les exploitants participants.</li> <li>• Le promoteur s'assure que l'exploitant comprend parfaitement le programme et les attentes de l'exploitant.</li> <li>• Les 2 parties signent le protocole d'entente (annexe C)</li> <li>• Le promoteur présente le formateur aux exploitants par courriel</li> </ul>	
<b>MISE EN ŒUVRE DU PROGRAMME PAM</b>	
<b>Apprendre à connaître l'exploitant</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le formateur s'entretient virtuellement en tête-à-tête avec l'exploitant pour recueillir des informations de base avant la formation à l'aide du guide de discussion <i>Apprendre à connaître l'exploitant</i> (Annexe D) au moins une semaine avant la visite du site.</li> <li>• Le formateur programme la visite du site avec l'exploitant</li> <li>• Sur la base des informations recueillies, les questions de discussion prioritaires sont définies par le formateur et l'exploitant</li> </ul>	
<b>Visite du site/séance de formation et plan de travail</b>	

<p><b>Exploitant</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La formation sur le site comprend : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La visite du site par le formateur, avec la possibilité de se familiariser avec les activités de l'exploitant;</li> <li>○ Une discussion individuelle de plusieurs heures sur les possibilités/défis de l'exploitant</li> <li>○ Discussion de l'approche ou des approches pour traiter les problèmes cernés.</li> </ul> </li> <li>• Le formateur prépare le rapport de formation et le plan de travail de préparation au marché pour l'exploitant à l'aide des modèles (Annexes E et F)</li> <li>• En général, dans les 24 heures suivant la visite du site, le formateur et l'exploitant examinent le rapport et le plan de travail de la formation, définissent les priorités et les ajustent au besoin.</li> <li>• Le formateur et l'exploitant programment la session de formation de suivi après 6 mois</li> </ul>	<p><b>Comité de projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le formateur prend en compte toutes les informations recueillies auprès des exploitants et prépare un rapport de synthèse dans les 10 jours suivant la dernière visite sur site pour le comité de projet concernant les possibilités, les partenariats potentiels, les défis et les considérations relatives au renforcement des capacités.</li> <li>• Le promoteur organise une réunion avec le formateur et le comité de projet dans les deux semaines suivant la fin des visites sur le terrain pour examiner le rapport de synthèse.</li> </ul>
--	---

### Évaluation de la visite du site/session de formation et du plan de travail

- Le promoteur publie l'enquête de satisfaction de l'exploitant (lien fourni) dans les 2 semaines suivant la visite du site.
- Le promoteur complète l'enquête de satisfaction du promoteur (lien fourni) dans les 2 semaines suivant la réunion avec le comité de projet.

### Session de formation de 6 mois et rapport d'étape

<p><b>Exploitant</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La session de formation à 6 mois comprend : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Rencontre entre le formateur et l'exploitant (par vidéo ou téléphone) pour discuter des activités/initiatives entreprises pour répondre aux actions urgentes décrites dans le plan de travail de préparation au marché;</li> <li>○ Discussion approfondie en tête-à-tête sur les possibilités/défis de l'exploitant au cours des 6 derniers mois;</li> <li>○ Discussion sur les actions prioritaires pour les 6 prochains mois.</li> </ul> </li> <li>• Le formateur prépare le rapport d'étape du programme <b>PAM</b> après 6 mois (Annexe G) et met à jour le plan de travail de préparation au marché (Annexe F) pour l'exploitant.</li> <li>• Le formateur et l'exploitant programment la session de formation après 12 mois</li> </ul>	<p><b>Comité de projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le formateur prépare un rapport de synthèse qui donne un aperçu des possibilités et/ou des défis cernés par les exploitants au cours de la session de formation après 6 mois</li> <li>• Le promoteur organise une réunion avec le formateur et le comité de projet dès la réception du rapport.</li> </ul>
--	--

### Session de formation après 12 mois et rapport d'activité

<p><b>Exploitant</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La session de formation après 12 mois comprend : <ul style="list-style-type: none"> <li>Une rencontre entre le formateur et l'exploitant par vidéo ou téléphone pour discuter des activités/initiatives entreprises pour répondre aux actions urgentes décrites dans le plan de travail de préparation au marché depuis le rapport d'étape de 6 mois;</li> <li>Discussion approfondie en tête-à-tête sur les possibilités/défis de l'exploitant au cours des 6 derniers mois;</li> <li>Une discussion sur les actions prioritaires à mener à l'avenir.</li> </ul> </li> <li>Le formateur prépare le rapport d'étape du programme <b>PAM</b> après 12 mois (Annexe H) et met à jour le plan de travail de préparation à la commercialisation (annexe F) pour l'exploitant</li> </ul>	<p><b>Comité de projet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le formateur prépare un rapport de synthèse qui donne un aperçu des possibilités et/ou des défis cernés par les exploitants au cours des sessions de formation à 12 mois.</li> <li>Le promoteur organise une réunion avec le formateur et le comité de projet dès la réception du rapport.</li> </ul>
<p><b>Évaluation à 12 mois du programme PAM</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Le promoteur publie le sondage de satisfaction de l'exploitant (lien fourni) dans les 2 semaines suivant la dernière session de formation</li> <li>Le promoteur répond à l'enquête de satisfaction du promoteur (lien fourni) dans les 2 semaines suivant la réunion avec le comité de projet.</li> </ul>	
<p><b>Récapitulatif du projet</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Le promoteur s'assure que toutes les enquêtes de l'exploitant sont remplies.</li> <li>Le promoteur s'assure que toutes les informations pertinentes sont dans le dossier (c'est-à-dire les plans de travail, les rapports d'étape, les rapports de synthèse, etc.)</li> <li>Le bureau régional de l'APECA et de Tourisme Atlantique rencontre le formateur pour examiner les commentaires reçus dans le cadre des sondages auprès des exploitants et des promoteurs et pour discuter de son expérience, des possibilités d'amélioration du programme, etc.</li> </ul>	

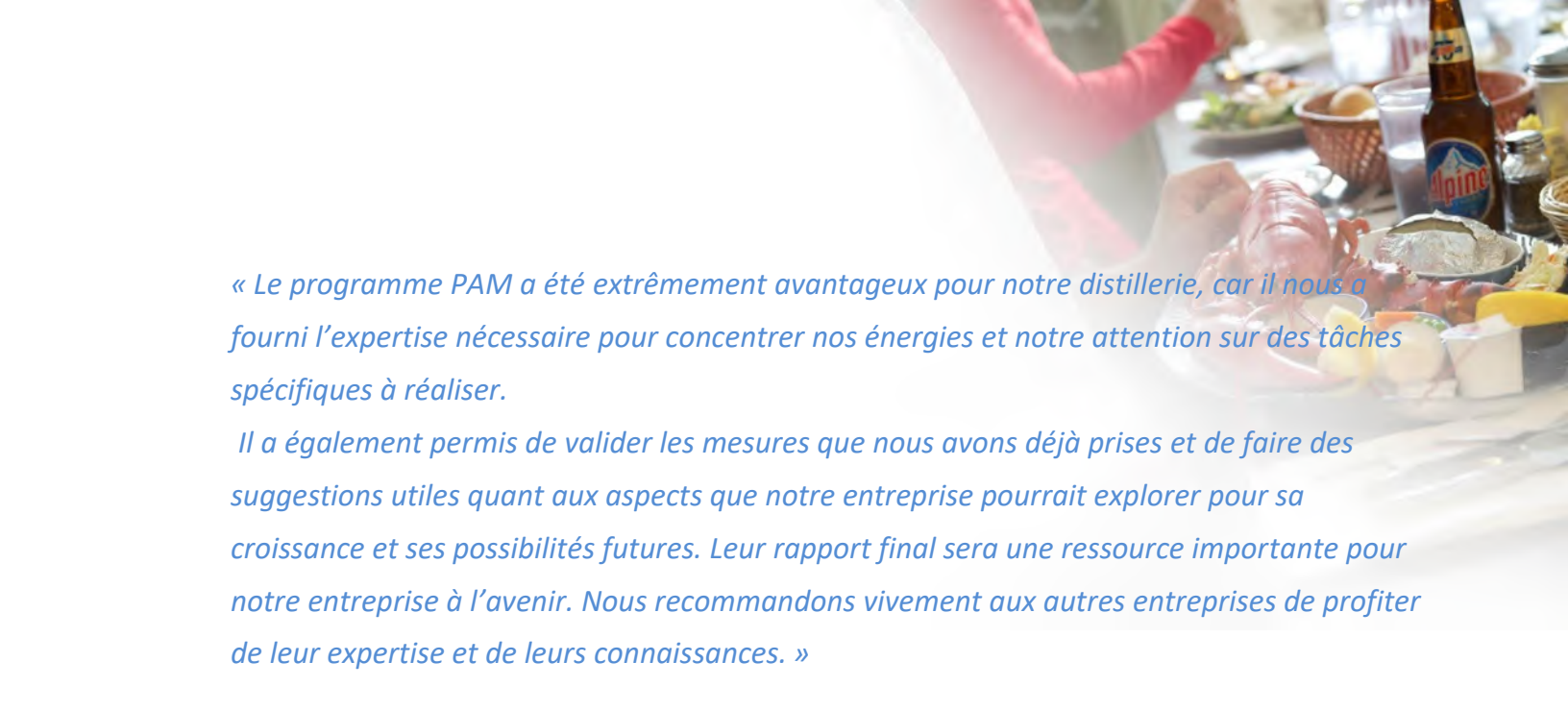
## BUDGET DU PROGRAMME PAM

Le budget du programme **PAM** peut varier en fonction du nombre d'exploitants participant au projet. Il est prévu que chaque projet alloue une journée de frais professionnels pour travailler avec le comité de projet, et au moins 3 jours de frais professionnels par exploitant pour préparer et développer le rapport de formation et le plan de travail, et au moins un jour complet par exploitant pour le suivi de la formation.

### Exemple de budget (basé sur 5 exploitants) :

Coût		Financement	
Honoraires professionnels	16 000 \$	Contribution de l'exploitant : 5 à 400 \$	2 000 \$
Frais administratifs	1 600 \$	APECA/Province/Autre	15 600 \$
<b>Coût total</b>	<b>17 600 \$</b>	<b>Financement total</b>	<b>17 600 \$</b>





*« Le programme PAM a été extrêmement avantageux pour notre distillerie, car il nous a fourni l'expertise nécessaire pour concentrer nos énergies et notre attention sur des tâches spécifiques à réaliser.*

*Il a également permis de valider les mesures que nous avons déjà prises et de faire des suggestions utiles quant aux aspects que notre entreprise pourrait explorer pour sa croissance et ses possibilités futures. Leur rapport final sera une ressource importante pour notre entreprise à l'avenir. Nous recommandons vivement aux autres entreprises de profiter de leur expertise et de leurs connaissances. »*

**Jill Linquist, présidente/distillateur  
Distillerie Raging Crow**



# AMR

ACCELERATED MARKET READINESS

## APPENDICES



Atlantic Canada  
Opportunities  
Agency

Agence de  
promotion économique  
du Canada atlantique

# ANNEXE A : MODÈLE DE DEMANDE DE PROPOSITIONS

## Demande de propositions

**NOM DU PROMOTEUR**

~ ÉNONCÉ DES TRAVAUX ~

**Titre du projet :** PROGRAMME DE PRÉPARATION ACCÉLÉRÉE AU MARCHÉ (**PAM**)

**Promoteur :** (INSÉRER LE NOM DU PROMOTEUR; L'ADRESSE DU PROMOTEUR; LE RÔLE DU PROMOTEUR; LES RESPONSABILITÉS DU PROMOTEUR; LA COMPOSITION DU PROMOTEUR; ETC.)

*L'appel d'offres doit donner aux soumissionnaires une indication de la personne avec laquelle ils vont travailler.*

**Contexte :** (INSÉRER DES INFORMATIONS GÉNÉRALES SUR LA RÉGION OU LA ZONE TOURISTIQUE QUE

**LE PROMOTEUR REPRÉSENTE, Y COMPRIS LA DESTINATION, LES PRINCIPAUX ATOUTS, LES CARACTÉRISTIQUES DISTINCTIVES, ETC.)**

*L'appel d'offres doit permettre aux soumissionnaires de comprendre la région touristique dans laquelle ils vont travailler et les types d'entreprises avec lesquelles ils vont collaborer.*

Le Programme de préparation accélérée au marché (**PAM**) vise à développer l'industrie touristique du Canada atlantique, un exploitant à la fois, en offrant aux PME du secteur du tourisme un accompagnement individualisé et personnalisé par des experts afin de mettre en œuvre des initiatives réalisables, abordables et mesurables pour augmenter le rendement des entreprises, prolonger la saison et maximiser le potentiel touristique. Conçu pour travailler avec des groupes d'exploitants touristiques « partageant les mêmes idées » dans des zones géographiques prédéfinies, le programme **PAM** donne aux PME du tourisme la possibilité de consulter des experts indépendants et qualifiés sur des questions spécifiques à leur activité et de voir si elles sont vraiment « prêtes pour la commercialisation ».

**Affectation :** Le (INSÉRER LE NOM DU PROMOTEUR) offrira un programme de préparation accélérée au marché aux entreprises touristiques (INSÉRER LE NOM DES ENTREPRISES) dans la région (INSÉRER LE NOM DE LA RÉGION TOURISTIQUE).

Pour atteindre cet objectif, le (INSÉRER LE NOM DU PROMOTEUR) passera un contrat avec un consultant du programme PAM « pré-certifié » pour offrir le programme aux exploitants désignés.

**Portée du travail :** Le programme **PAM** permet aux PME du tourisme de devenir plus réactives au marché, ce qui se traduit par une augmentation des revenus et de la rentabilité. Le consultant guidera les PME du

secteur du tourisme sélectionnées dans le cadre d'un programme de formation pratique et concret qui examinera des domaines spécifiques de leurs activités et de leurs opérations commerciales.

D'après leurs interactions avec le consultant, les exploitants bénéficieront des conseils et de l'orientation fournis par un expert indépendant. Le consultant définira des repères commerciaux et remettra à l'exploitant un rapport concis et un plan de travail comprenant des suggestions d'actions pouvant être mises en œuvre au niveau de l'exploitant. Le consultant assurera le suivi avec des sessions de formation à six (6) et douze (12) mois pour discuter des actions/initiatives entreprises pour répondre aux actions urgentes décrites dans le plan de travail de préparation au marché, des possibilités et des défis rencontrés, et pour définir les actions prioritaires à venir.

En remplissant les exigences du programme **PAM**, le consultant travaillera en étroite collaboration avec **(INSÉRER LE NOM DU PROMOTEUR)**, et fournira le leadership, les conseils et la direction générale nécessaires pour satisfaire les résultats escomptés du projet **PAM** :

1. Immédiatement après l'attribution du contrat, le consultant du programme **PAM** rencontrera en personne le **(INSÉRER LE NOM DU PROMOTEUR)** pour examiner le projet et les exploitants touristiques choisis. Au cours de cette réunion, les calendriers et les étapes clés seront fixés, de même que les résultats attendus du projet. Une fois qu'un groupe de **(INSÉRER LE NOMBRE D'EXPLOITANTS)** exploitants ont été choisis, les sessions seront programmées, idéalement, sur des jours simultanés sur une période de **(INSÉRER LE NOMBRE DE JOURS)** jours (un jour par entreprise). Il est essentiel que les exploitants soient ouverts pour la saison pendant la participation.
2. À la suite de la réunion avec le promoteur, le consultant confirmera à l'APECA - Tourisme Atlantique qu'elle dispose des renseignements les plus récents sur le programme **PAM**.
3. Le consultant organisera une discussion avec l'exploitant, en utilisant le guide de discussion fourni, afin de mieux comprendre les besoins, les défis, les priorités, etc. de l'exploitant. Cette discussion doit avoir lieu au moins une semaine avant la rencontre avec le consultant.
4. Le consultant réalisera une session de formation et une discussion avec les exploitants qui comprendra une visite et une évaluation complètes du site, une session de formation et une session de remue-méninges au cours d'un après-midi.
5. Le consultant préparera un rapport écrit en utilisant un modèle préétabli. Ce rapport servira de guide à l'exploitant pour améliorer sa préparation au marché. Il contiendra les conclusions de la visite et de l'évaluation complètes du site, de la formation et des sessions de remue-méninges, et définira les domaines à améliorer et les actions à entreprendre par les exploitants pour être mieux préparés au marché.
6. Le consultant présentera et discutera le rapport final et le plan de travail de préparation à la commercialisation avec chaque exploitant individuel.
7. Le consultant rédigera un rapport de synthèse mettant en évidence les observations et les idées générales du groupe **PAM**. Le rapport soulignera les possibilités, les défis et les problèmes communs ainsi que les recommandations pour les initiatives de développement communautaire et/ou le renforcement des capacités. Le consultant organisera et dirigera une réunion avec **[INSÉRER LE NOM DU PROMOTEUR]** et les partenaires gouvernementaux pour examiner le rapport.

8. Le consultant entamera des discussions virtuelles avec les exploitants pour un suivi à six (6) et douze (12) mois. Le consultant discutera des actions/initiatives entreprises pour répondre aux actions urgentes décrites dans le plan de travail de préparation à la commercialisation, des possibilités et des défis rencontrés, et définira les actions prioritaires à venir. Le consultant remplira un rapport d'étape en utilisant le modèle de rapport fourni. Les rapports seront communiqués à **[INSÉRER LE NOM DU PROMOTEUR]** et seront inclus dans le rapport final du projet.
9. Le consultant collaborera avec **[INSÉRER LE NOM DU PROMOTEUR]** au besoin pour aider à la réalisation du rapport final du projet.

**Produits livrables :** Le consultant du programme **PAM** utilisera un modèle prédéfini pour remettre à chaque exploitant un rapport final de qualité acceptable (en format Microsoft Word).

Le consultant du programme **PAM** utilisera un modèle prédéfini pour fournir un rapport de synthèse mettant en évidence les observations/aperçus généraux et cernant les possibilités, les défis et les problèmes communs, ainsi que les recommandations pour les initiatives de développement communautaire et/ou le renforcement des capacités.

Le consultant du programme **PAM** utilisera un modèle prédéfini pour générer des rapports de suivi pour chaque exploitant à six (6) et douze (12) mois.

Tous les rapports et documents justificatifs deviendront la propriété exclusive de **(INSÉRER LE NOM DU PROMOTEUR)**.

**Soumissions :** Les propositions soumises par des consultants certifiés du programme **PAM** doivent démontrer :

- Une bonne compréhension du programme **PAM**, de ses buts, objectifs, processus et du modèle PAM.
- Une bonne compréhension de la communauté candidate sur le plan de son économie touristique, ses atouts, etc.
- Expérience avérée du travail avec des personnes au niveau de l'exploitant.
- Compétences avérées en matière de leadership et de motivation et expérience de la direction d'équipes multidisciplinaires.

Les soumissions électroniques en format Word et PDF sont admissibles. Les propositions doivent être soumises à l'autorité contractante au plus tard à 12 h **(INSÉRER LE FUSEAU HORAIRE)** le \_\_\_\_ (date) \_\_\_\_\_. Le contrat pour cette mission sera attribué le ou vers \_\_\_\_ (date) \_\_\_\_\_.

**Budget :** Les propositions de calcul des coûts doivent être présentées en deux sections. La section 1 doit contenir tous les coûts et dépenses spécifiques à la fourniture du temps professionnel (et des fournitures) requis pour livrer toutes les composantes du programme **PAM**. Ces dépenses ne doivent pas dépasser **(INSÉRER LE BUDGET)** taxe tout compris.

La section 2 de la proposition d'évaluation des coûts doit contenir tous les coûts spécifiques au voyage (et les dépenses connexes) et doit fournir des estimations pour les voyages aériens ou terrestres, l'hébergement, les repas et tous les autres frais de déplacement divers.

Les estimations pour les voyages en avion doivent être basées sur les tarifs actuels en classe économique. Le kilométrage et les repas ne doivent pas dépasser les allocations et les indemnités journalières actuelles du gouvernement du Canada.

**Autorité contractante :** Les demandes d'informations supplémentaires et toutes les soumissions doivent être adressées à : **[INSÉRER LA PERSONNE À CONTACTER ET LES INFORMATIONS DU PROMOTEUR]**.

## ANNEXE B : GRILLE D'ÉVALUATION DE LA DP PAM

	Points
<p><b>Évaluation technique :</b></p> <p><b>Livraison :</b></p> <p>a) Compréhension du programme <b>PAM</b>, des buts, des objectifs, des processus et du modèle PAM</p> <p>b) Approche et méthodologie proposées</p> <p>c) Calendrier proposé</p> <p><b>Destination :</b></p> <p>a) Une bonne compréhension de la communauté candidate sur le plan de son économie touristique, ses atouts, etc.</p> <p>b) Connaissance avérée des stratégies touristiques plus larges qui peuvent avoir un effet sur la communauté des candidats.</p> <p><b>Entreprise :</b></p> <p>a) Expérience confirmée de la collaboration avec un conseil d'administration, des groupes communautaires et des comités.</p> <p>b) Compétences avérées en matière de leadership et de motivation et expérience de la direction d'équipes multidisciplinaires.</p>	<p>10 points</p> <p>10 points</p> <p><u>10 points</u></p> <p><b>30 points</b></p> <p>15 points</p> <p><u>15 points</u></p> <p><b>30 points</b></p> <p>10 points</p> <p><u>10 points</u></p> <p><b>20 points</b></p>
<p><b>Pondération :</b></p> <p>(a) Livraison : <math>1,0 \times \underline{\hspace{1cm}} = \underline{\hspace{1cm}}</math></p> <p>(b) Destination : <math>1,5 \times \underline{\hspace{1cm}} = \underline{\hspace{1cm}}</math></p> <p>(c) Entreprise : <math>1,0 \times \underline{\hspace{1cm}} = \underline{\hspace{1cm}}</math></p> <p><b>Note technique : _____</b></p>	<p>Max</p> <p><b>95</b></p>
<p><b>Évaluation des prix</b></p> <p>L'offre la plus basse dans le cadre du budget du projet reçoit un maximum de 15 points. Chacune des offres les plus élevées reçoit des points selon la formule suivante : L'offre la plus basse divisée par les offres supérieures multipliées par 15 est égale à la note.</p> <p>Exemple :</p> <p>Offre 1 : 5 000 \$ (l'offre la plus basse reçoit automatiquement 15 points)</p> <p>Offre 2 : 7 500 \$ (5 000 \$ divisé par 7 500 \$ multiplié par 15 = 10 points)</p> <p>Offre 3 : 10 000 \$ (5 000 \$ divisé par 10 000 \$ multiplié par 15 = 7,5 points)</p>	<p>Max</p> <p><b>15</b></p>
<p><b>Résumé de la note :</b></p> <p><b>Note technique : _____</b></p> <p><b>Note de tarification : _____</b></p> <p><b>Note totale : _____</b></p>	<p>Max</p> <p><b>110</b></p>

## ANNEXE C : PROTOCOLE D'ACCORD - PARTICIPATION AU PROGRAMME PAM

### MEMORANDUM OF UNDERSTANDING PARTICIPATION IN THE ACCELERATED MARKET READINESS (AMR) PROGRAM

Nom d'entreprise : \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

N° de téléphone: \_\_\_\_\_

N° de TVH/d'entreprise: \_\_\_\_\_

Personne-ressource: \_\_\_\_\_

En tant que participant(e) au Programme de préparation accélérée au marché (PPAM), je comprends que je devrai :

- Participer activement à une évaluation de l'entreprise menée par l'expert-conseil avant les séances de mentorat. Cela comprend l'établissement de priorités à un moment convenu avec l'expert-conseil, une visite des lieux et des séances de mentorat au sixième (6<sup>e</sup>) et au douzième (12<sup>e</sup>) mois.
- Consacrer au moins dix (10) heures à la visite des lieux et aux discussions avec l'expert-conseil. Cela comprend :
  - au moins quatre heures pour rencontrer l'expert-conseil pendant la visite des lieux;
  - au moins deux heures pour examiner le rapport et les étapes suivant la visite des lieux;
  - au moins quatre heures pour participer aux séances de mentorat au sixième (6<sup>e</sup>) et au douzième (12<sup>e</sup>) mois;
  - au moins deux heures pour participer aux séances de mentorat au sixième (6<sup>e</sup>) et au douzième (12<sup>e</sup>) mois.
- Remplir les sondages de satisfaction de l'exploitant dans les deux semaines suivant la visite des lieux et après la séance de mentorat au douzième mois.
- Suivre les mesures prises relativement au mentorat et les modifications apportées en vue des rapports d'avancement.
- Fournir un témoignage appuyant le PPAM, s'il y a lieu.

J'accepte de verser \_\_\_\_\_ \$ envers l'ensemble des coûts de 3 520 \$ liés aux services d'expert-conseil du PPAM.

Signature de l'exploitant : \_\_\_\_\_

Signature du promoteur : \_\_\_\_\_



## ANNEXE D : APPRENDRE À CONNAÎTRE L'EXPLOITANT – GUIDE DE DISCUSSION

### APPRENDRE À CONNAÎTRE L'EXPLOITANT – GUIDE DE DISCUSSION

(Compléter avant la formation pour les participants)

#### Informations de contact:

Prénom: \_\_\_\_\_ Nom de Famille: \_\_\_\_\_

Nom de L'Entreprise: \_\_\_\_\_

Adresse: \_\_\_\_\_

Municipalité: \_\_\_\_\_ Province: \_\_\_\_\_ Code Postal: \_\_\_\_\_

Téléphone: \_\_\_\_\_

Courriel: \_\_\_\_\_

Page Web: \_\_\_\_\_

Sites de médias sociaux: \_\_\_\_\_

Trip Advisor: \_\_\_\_\_

Google : \_\_\_\_\_

#### À propos de votre entreprise:

1. Depuis combien de temps exploitez-vous votre (insérez un X à côté de la case appropriée)

Moins de 1 an       De 1 à 3 ans       De 4 à 7 ans       ≥ 8 ans

2. Si vous êtes le propriétaire de l'entreprise, depuis combien de temps? (insérez un X à côté de la case appropriée)

Moins de 1 an       De 1 à 3 ans       De 4 à 7 ans       ≥ 8 ans

3. Veuillez fournir une description générale de votre entreprise

Veuillez fournir une description générale de votre entreprise:

Autres activités:

4. À quel montant s'est chiffré le total de vos revenus, toutes sources confondues, lors du dernier exercice?  
\$ \_\_\_\_\_

**5. Veuillez préciser le pourcentage de vos revenus généré par chacune des activités suivantes:**

Hébergement \_\_\_\_\_ %                      Billetterie \_\_\_\_\_ %  
Restauration \_\_\_\_\_ %                      Visites guidées \_\_\_\_\_ %  
Ventes au détail \_\_\_\_\_ %                      Autres \_\_\_\_\_ %                      Type \_\_\_\_\_

**6. Quels sont vos marchés?**

a. \_\_\_\_\_  
b. \_\_\_\_\_  
c. \_\_\_\_\_

**7. Combien d'employés avez-vous?**

Saisonniers à temps plein \_\_\_\_\_                      Saisonniers à temps partiel \_\_\_\_\_  
Permanents à temps plein \_\_\_\_\_                      Permanents à temps partiel \_\_\_\_\_

**Aspects sur lesquels vous souhaitez mettre l'accent:**

**Veuillez classer par ordre d'importance les priorités d'affaires ci-dessous sur lesquelles vous voulez mettre l'accent lors de votre séance de mentorat (le chiffre 1 correspondant à la priorité la plus importante).**

- \_\_\_ Accroître les ventes
- \_\_\_ Améliorer la rentabilité
- \_\_\_ Accroître la productivité
- \_\_\_ Améliorer la gestion du personnel
- \_\_\_ Améliorer le recrutement et le maintien en poste des employés
- \_\_\_ Rendre les produits ou services plus concurrentiels
- \_\_\_ Développer de nouveaux produits ou services
- \_\_\_ Améliorer la gestion financière
- \_\_\_ Améliorer la grille des prix des produits ou services
- \_\_\_ Effectuer une planification stratégique
- \_\_\_ Planifier le marketing
- \_\_\_ Améliorer les processus de gestion
- \_\_\_ Améliorer la gestion du rendement
- \_\_\_ Améliorer les systèmes et les contrôles de la qualité
- \_\_\_ Autre #1 (specify) \_\_\_\_\_
- \_\_\_ Autre #2 (specify) \_\_\_\_\_

**Veuillez fournir quelques renseignements supplémentaires sur vos 3 premières priorités (Pourquoi s'agit-il de priorités? Quelles interventions précises du mentor, le cas échéant, pourraient vous être utiles pour chacune? Quels objectifs à court et à long termes espérez-vous réaliser grâce à ces priorités?)**

**PRIORITÉ 1:** \_\_\_\_\_

**Aide  
demandée:**

---

---

**Objectifs Poursuivis:**

**PRIORITÉ 2:**

**Aide  
demandée:**

---

---

**Objectifs Poursuivis:**

**PRIORITÉ 3:**

**Aide  
demandée::**

---

---

**Objectifs Poursuivis:**

---

---

## ANNEXE E : RAPPORT DE FORMATION DU PROGRAMME PAM

### RAPPORT DE FORMATION DU PROGRAMME PAM

Nom de

l'entreprise :

---

Adresse :

---

Personne-

ressource :

---

Formateur :

---

Date :

---

#### DOMAINES D'INTÉRÊT :

##### 1. Problèmes signalés par les exploitants

---

---

---

##### 2. État général de l'entreprise

Date du plan d'affaires :

---

Dates d'activité :

---

Principaux responsables

(personne/titre) :

---

Effectifs (# temps

plein/saisonnier) :

---

Principaux marchés :

---

Mobilisation avec les groupes

industriels :

---

---

---

---

### 3. Considérations pour un produit touristique réussi

	Oui	No n	Besoin d'amélioration	Notes
L'entreprise a-t-elle une marque et une proposition de vente claires? Tenez compte du ton, des valeurs, du caractère, du logo, etc.				
L'entreprise a-t-elle un marché cible avec des attributs et des caractéristiques clairement définis?				
La prestation de l'expérience ou du produit correspond-elle aux attentes du marché cible?				
Les activités de commercialisation et les canaux de vente correspondent-ils au marché cible?				
L'accès au produit ou à l'expérience est-il conçu en fonction du marché cible? Tenez compte des heures d'ouverture, des groupes d'âge, de la taille des groupes, de la sécurité personnelle, de l'utilisation de la numérisation, etc.				
Comment le produit ou l'expérience s'adapte-t-il aux réactions? Tenez compte des critiques, des analyses du site Web et des offres populaires.				
Le produit ou l'expérience touristique favorise-t-il un sentiment d'authenticité par le biais d'une connexion locale, d'une narration ou d'un personnel engagé?				

Y a-t-il des indications que le produit ou l'expérience est mémorable ou unique?				
Le produit ou l'expérience touristique correspond-il aux priorités touristiques régionales, provinciales et/ou fédérales?				

#### 4. Impressions générales sur le site physique

L'aspect général de la

façade :

---

Intérieur :

---

Confort et commodités :

---

Accessibilité :

---



---



---

#### 5. Service à la clientèle

Zone d'accueil :

---

Formation au service à la

clientèle :

---

Évaluation du service aux

clients :

---

Avantages pour le personnel

(engagement, rémunération,

etc.) :

Utilisation de la technologie  
pour améliorer l'expérience  
des clients :

## 6. Présentation et vente

Présentation :

Partenariats :

Canaux de vente :

Activité de vente :

*Volume :*

*Revenus :*

*Rentabilité :*

Autre :

## 7. Matériel de commercialisation

Qualité générale du site  
Web et convivialité pour les  
mobiles :

Capacité transactionnelle du  
site Web (ventes en ligne,  
etc.) :

Utilisation de l'analyse du  
site Web :

Utilisation des médias  
sociaux et d'autres  
plateformes :

Interactions dans les médias  
sociaux :

Qualité du contenu social  
(photos, vidéos, contenu  
généré par les utilisateurs,  
voix) :

Inscription sur Google :

Trip Advisor :

---

Campagnes de publicité :

Signalisation directionnelle :

Signalisation sur place :

    Listes en ligne  
    supplémentaires  
(provinciales, régionales,  
    etc.)

---

## 8. Autres questions émergentes



## ANNEXE F : PLAN DE TRAVAIL POUR LA PRÉPARATION À LA COMMERCIALISATION

### PLAN DE TRAVAIL DE PRÉPARATION À LA COMMERCIALISATION

Le tableau suivant est destiné à servir de guide visuel pour le suivi des améliorations apportées à votre entreprise et peut être utilisé lors des sessions de suivi. Les « actions urgentes » peuvent être matérielles ou immatérielles. Par exemple : « rendre l'entreprise accessible aux fauteuils roulants » ou « améliorer la satisfaction des clients ». Ce document sera mis à jour lors des sessions de formation à 6 et 12 mois.

Actions urgentes à compléter par le formateur	Budget à remplir par l'exploitant	Responsabilité à remplir par l'exploitant	Calendrier à remplir par le formateur	Mesure à remplir par l'exploitant	Statut à remplir par l'exploitant
					<u>Mise à jour n° 1 :</u>  <u>Mise à jour n° 2 :</u>
					<u>Mise à jour n° 1 :</u>  <u>Mise à jour n° 2 :</u>
					<u>Mise à jour n° 1 :</u>  <u>Mise à jour n° 2 :</u>
					<u>Mise à jour n° 1 :</u>  <u>Mise à jour n° 2 :</u>

					<u>Mise à jour n° 1 :</u>  <u>Mise à jour n° 2 :</u>
--	--	--	--	--	--

**Solutions possibles**

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

<b>Ressources potentielles d'assistance :</b>	<b>Personne-ressource :</b>	<b>Informations de contact</b>
---	-----------------------------	--------------------------------

Corporation au bénéfice du développement communautaire (CBDC)		
Province		
Agence de promotion économique du Canada atlantique		
Banque de développement du Canada		

---

---

---

---

## ANNEXE G : RAPPORT D'ÉTAPE À SIX MOIS DU PROGRAMME PAM

### RAPPORT D'ÉTAPE À SIX MOIS DU PROGRAMME DE PRÉPARATION ACCÉLÉRÉE AU MARCHÉ (PAM)

Ce rapport d'avancement permet à l'entreprise de rester sur la bonne voie et de mettre en œuvre les activités prioritaires définies et convenues avec le formateur au cours de la formation du programme **PAM**. Il a pour but d'aider à suivre l'évolution du plan de travail de préparation à la commercialisation et d'ajuster les ressources au besoin. Le plan de travail actualisé doit être inclus dans le rapport d'activité.

Nom de l'entreprise : \_\_\_\_\_

Contact professionnel : \_\_\_\_\_

Formateur : \_\_\_\_\_

Date du rapport d'étape à six (6) mois : \_\_\_\_\_

Date pour une session de formation à 12 mois : \_\_\_\_\_

1. Décrire les activités/initiatives prises pour répondre aux **ACTIONS URGENTES** décrites dans le plan de travail de préparation à la commercialisation à six mois.
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
2. Possibilités et les défis rencontrés au cours des six (6) derniers mois.
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
3. Actions/activités supplémentaires suggérées à la suite du rapport à six (6) mois.
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
4. Actions prioritaires pour les six (6) prochains mois.

## ANNEXE H : RAPPORT D'ÉTAPE À 12 MOIS DU PROGRAMME PAM

### RAPPORT D'ÉTAPE À 12 MOIS DU PROGRAMME DE PRÉPARATION ACCÉLÉRÉE AU MARCHÉ (PAM)

Ce rapport d'avancement permet à l'entreprise de rester sur la bonne voie et de mettre en œuvre les activités prioritaires définies et convenues avec le formateur au cours de la formation du programme **PAM**. Il a pour but d'aider à suivre l'évolution du plan de travail de préparation à la commercialisation et d'ajuster les ressources au besoin. Le plan de travail actualisé doit être inclus dans le rapport d'activité.

Nom de l'entreprise : \_\_\_\_\_

Contact professionnel : \_\_\_\_\_

Formateur : \_\_\_\_\_

Date du rapport d'étape à 12 mois : \_\_\_\_\_

1. Décrire les activités/initiatives prises pour répondre aux **ACTIONS URGENTES** décrites dans le rapport d'étape à six (6) mois.
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
2. Possibilités et les défis rencontrés au cours des six (6) derniers mois.
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
3. Actions prioritaires suggérées à la suite du rapport à 12 mois.