

Parlons tourisme dans le Nord de l'Ontario - Ep 4 - Meredith Armstrong

[00:00:00] **Meredith Armstrong** : Nous avons l'habitude de dire que si vous n'êtes pas venu à Sudbury récemment, c'est que vous n'êtes pas venu à Sudbury, car beaucoup de choses ont changé et se sont améliorées.

[00:00:13] **Karen Peacock** : Bienvenue à Let's Talk Northern Ontario Tourism, un podcast destiné aux opérateurs touristiques et aux parties prenantes de l'industrie, avec des experts qui comprennent réellement ce que signifie la gestion d'une entreprise ou d'une organisation touristique ici dans le Nord de l'Ontario.

Je suis Karen Peacock.

Dans cet épisode, je suis accompagné de Meredith Armstrong, directrice du développement économique de la Ville du Grand Sudbury. Elle dirige peut-être le service du développement économique, mais elle a une formation en tourisme et elle sait que ce secteur joue un rôle important dans tout ce que fait son équipe, qu'il s'agisse d'attirer des talents ou des productions télévisuelles et cinématographiques.

Dans cette conversation, nous examinons toutes les façons dont le tourisme a mis Sudbury sur la carte.

Bienvenue, Meredith. Je suis très heureuse de vous avoir en studio avec moi aujourd'hui, pour cette conversation en podcast. Merci beaucoup d'être là.

[00:01:08] **Meredith Armstrong** : Je suis heureuse d'être ici.

[**Karen Peacock** : C'est un grand plaisir. C'est très bien.

[00:01:10] **Meredith Armstrong** : Le mien aussi.

[00:01:11] **Karen Peacock** : Et si nous plongeons dans le vif du sujet ?

Pouvez-vous nous parler un peu de votre parcours et de votre expérience dans le secteur du tourisme, de l'économie et du développement de la main-d'œuvre ?

[00:01:24] **Meredith Armstrong** : Absolument. Je pense que j'ai le tourisme dans le sang. J'ai grandi à Stratford, en Ontario, une ville qui s'est construite en grande partie sur le tourisme.

[**Karen Peacock** : Oui.

[00:01:34] **Meredith Armstrong** : Euh, au moins depuis 1953, date de l'ouverture du Festival de Stratford.

Et j'ai travaillé au Festival de Stratford. J'ai travaillé pour York Street Sandwiches. L'un de mes premiers emplois consistait à livrer des sandwichs sur un vélo à trois roues. Je comprends donc très bien comment le tourisme peut faire partie du tissu d'une communauté.

[00:01:53] **Karen Peacock** : Mm-hmm.

[00:01:53] **Meredith Armstrong** : Hum, après l'université, j'ai vécu à Canmore pendant quelques années et j'ai travaillé dans l'industrie hôtelière.

[00:01:58] **Karen Peacock** : Wow.

[**Meredith Armstrong** : Euh, la réception et les visites de groupe. Encore une fois, il s'agit d'un autre niveau de l'importance du fonctionnement de l'ensemble du système.

[00:02:05] **Karen Peacock** : Mm-hmm.

[00:02:05] **Meredith Armstrong** : Puis je suis revenue en Ontario et j'ai suivi le programme de gestion de l'écotourisme du Fleming College, une expérience vraiment incroyable à Halliburton.

À l'époque, l'écotourisme était un concept très intéressant, et j'ai eu l'occasion de faire un stage FedNor à Sudbury, et je savais que je devais le faire parce qu'il n'y avait pas beaucoup de postes spécialisés dans l'écotourisme. Le stage était organisé par la Ville du Grand Sudbury.

C'était une expérience vraiment merveilleuse de travailler avec une organisation appelée Partners in Eco Adventure Tourism ou PEAT. C'était un

groupe de personnes formidables, qui m'a vraiment aidé à m'enraciner à Sudbury.

[00:02:49] **Karen Peacock** : Mm-hmm.

[00:02:50] **Meredith Armstrong** : Euh, c'est une taille parfaite pour, euh, il y a beaucoup de choses qui se passent. Vous savez, nous sommes près de 180 000 personnes maintenant, mais c'est suffisamment petit pour que vous disiez bonjour aux gens dans la rue et que vous voyiez des gens, vous savez, à l'épicerie le samedi matin et ce genre de choses.

Je travaille donc au sein de la ville du Grand Sudbury sur le portefeuille touristique, en collaboration avec Science North, Dynamic Earth et toutes ces petites et moyennes entreprises qui complètent les expériences.

Ces dernières années, j'ai assumé un rôle plus large dans le domaine du développement économique, qui englobe le tourisme et la culture, le cinéma et la télévision, mais aussi les terrains industriels, l'approvisionnement et les services miniers, etc. C'est donc le tourisme qui me tient le plus à cœur, car c'est lui qui rend une ville vraiment vivable.

Oui, le développement de la main-d'œuvre est une question de rétention et d'attraction des talents. On ne peut donc pas tirer sur un fil sans tirer sur les autres. Je travaille donc toujours pour la ville du Grand Sudbury au sein de l'équipe de développement économique et je m'occupe d'un peu de tout ces jours-ci.

[**Karen Peacock** : Oh, merveilleux. D'accord. Pouvez-vous nous parler un peu des perspectives économiques de la Ville du Grand Sudbury ?

[00:03:56] **Meredith Armstrong** : C'est une question très pertinente à l'heure où nous sommes au milieu de défis géopolitiques.

[**Karen Peacock** : Sommes-nous jamais.

[00:04:05] **Meredith Armstrong** : Hum, et je suis vraiment heureuse de dire que certains des pronostics pour Sudbury sont plutôt positifs.

La Chambre de commerce du Canada a publié une étude sur les municipalités et sur l'impact qu'auraient sur elles d'éventuels tarifs douaniers aux États-Unis ou sur les produits canadiens. Sur 41 communautés, Sudbury était la 41e en termes de vulnérabilité aux droits de douane.

[00:04:28] **Karen Peacock** : Wow.

[00:04:28] **Meredith Armstrong** : Donc, à bien des égards, la communauté a accompli un travail considérable au cours des dernières décennies en matière de diversification, de mondialisation et de préparation à l'exportation, en particulier dans le domaine de l'approvisionnement et des services miniers.

Nous nous préparons donc à l'impact. Je ne dis pas que les choses seront faciles, mais je pense que Sudbury a une histoire vraiment fascinante de résistance à de nombreuses tempêtes économiques différentes. Je pense donc que les perspectives en dehors de cette conversation sont également positives. Nous sommes une ville en pleine croissance. Nous sommes, vous savez, la ville qui connaît la plus forte croissance démographique dans le nord de l'Ontario. Notre économie est très diversifiée. Je pense donc que les choses sont relativement positives pour l'avenir.

[**Karen Peacock** : Cela fait vraiment plaisir à entendre. C'est vraiment, vraiment super à entendre. Vous venez de mentionner l'étude de la Chambre de commerce du Canada qui vient d'être publiée, et vous avez dit que nous sommes 41e, mais comment le reste de l'Ontario se compare-t-il à Sudbury ?

[00:05:25] **Meredith Armstrong** : Eh bien, je vais vous dire, nous sommes en contact étroit avec les cinq villes du Nord, à savoir North Bay, Timmons, Sault-Sainte-Marie et Thunder Bay. Nous travaillons en étroite collaboration à bien des égards. Le tourisme est, je pense, probablement le meilleur exemple de coopération dans la région, mais le développement économique aussi.

Nous avons de nombreuses conversations. Si vous prenez une communauté comme Sault Saint Marie, par exemple, certaines de ses entreprises liées à la production d'acier envisagent un impact de 30 à 80 %, 30 à 80 % de leurs activités se déroulant aux États-Unis. Il s'agit donc d'un potentiel incroyable de pertes d'emplois.

Le bois d'œuvre sera très durement touché. Je pense que, même aujourd'hui, ce que nous entendons le matin peut changer dans l'après-midi. Je pense donc que le message que j'entends de la part des autorités fédérales et provinciales est que nous savons qu'il faut s'en tenir à ce qui est écrit, mais qu'il faut être prêt à faire face au changement. Je pense que les communautés qui font beaucoup d'affaires aux États-Unis, les communautés frontalières, les Sault Saint Maries, les Windsor du monde, sont vraiment touchées. Et le reste d'entre nous sera touché au niveau des consommateurs, mais je pense que le temps nous le dira, n'est-ce pas ? Chaque jour semble être différent. Il faut donc rester calme et continuer.

[Karen Peacock : Oui. Et je pense que c'est un excellent message pour nous tous, n'est-ce pas ? Ne soyez pas trop pris ou anxieux à propos de ce qui se passe.

[00:06:42] **Meredith Armstrong :** C'est vrai. Ajoutez à cela des élections provinciales, puis des élections fédérales. Alors oui, il faut garder l'œil sur la balle.

[Karen Peacock : Oui, tout à fait. D'accord, passons à une discussion sur le tourisme. Vous soutenez depuis longtemps notre programme Tourism Excellence North. Pouvez-vous nous parler de votre participation à ce programme et nous expliquer pourquoi il est si important pour vous ?

[00:07:04] **Meredith Armstrong :** Je pense que c'est une transition très importante, parce que pour moi, le tourisme est un secteur très mal compris. Il est parfois très difficile de le toucher et de le comprendre. Nous savons que l'impact du tourisme est à bien des égards incommensurable. Nous connaissons la contribution du PIB, mais nous ne produisons pas de gadgets, de sorte qu'il n'est pas toujours suivi de la même manière.

Le programme Tourism Excellence North, je crois fondamentalement qu'équiper les petites entreprises pour augmenter leur capacité à offrir de meilleurs produits, de meilleures expériences, a un bénéfice à long terme pour toutes les communautés. Ainsi, le concept du programme TEN, qui consiste à apprendre à un homme à pêcher, permet d'avoir une stratégie et de savoir ce que le marché recherche. J'ai toujours pensé qu'il s'agissait d'une opportunité fantastique. J'ai eu la chance de participer à l'une des premières missions sur les meilleures pratiques à Traverse City, dans le Michigan. Et je vais vous dire, je crois que c'était en 2017.

juin 2017.

Nous parlons encore de ce voyage et de ses avantages, non seulement les enseignements que nous en avons tirés, mais aussi le réseau de personnes qui y ont participé. J'en suis donc un fervent partisan.

[00:08:15] **Meredith Armstrong :** Je pense qu'il vaut la peine de mentionner qu'il y a un autre programme avec lequel nous avons eu du succès pendant longtemps, qui est connu sous le nom de Programme d'exportation du Nord de l'Ontario. Ce programme, dont nous avons déjà parlé, est axé sur le secteur de l'approvisionnement et des services miniers. L'idée de ce programme est également de donner à une petite entreprise un coach de vie.

À l'époque où il y avait cette nouvelle chose appelée médias sociaux, nous avons l'habitude d'organiser des séminaires l'après-midi, avec des sandwichs et quelqu'un qui parlait de ce qu'on appelle Twitter, puis nous partions. Et surtout si vous êtes propriétaire d'une petite entreprise, que vous êtes le cuisinier en chef et le laveur de bouteilles, vous n'avez pas nécessairement la capacité de prendre ce que vous avez appris et de le mettre en œuvre sans que quelqu'un ne vous tienne responsable ou ne vous contrôle.

L'idée de ces deux programmes est donc de s'associer à une personne, qui est en quelque sorte votre partenaire de responsabilisation, mais qui est un expert dans le domaine, n'est-ce pas ? Ainsi, lorsqu'il s'agit d'être stratégique, de faire le bon marketing, au fil du temps, et j'aime beaucoup le fait que le programme TEN comporte différents niveaux et modules. Ainsi, vous rencontrez l'entreprise là où elle en est, et je devrais dire l'entreprise, mais je pense aussi, il est important de noter que cela inclut les organisations, les organisations à but non lucratif, les attractions, parce qu'il faut tout le monde pour créer toutes ces différentes expériences que les gens recherchent.

[Karen Peacock : Oui. Je suis d'accord. Je dirai également à nos auditeurs que vous, Meredith, avez fait partie du projet pilote initial du programme Tourism Excellence North, que vous avez siégé au comité de gestion et que vous avez vraiment contribué à jeter les bases du programme. Et maintenant, vous êtes de nouveau avec nous, siégeant au comité consultatif, et vous nous apportez vos conseils, vos connaissances et votre perspicacité. Nous avons donc été ravis de vous compter parmi nous tout au long de l'élaboration du programme.

La ville du Grand Sudbury perçoit une taxe municipale sur l'hébergement depuis un certain nombre d'années. Pouvez-vous nous dire comment la ville a structuré cette taxe et quels sont les projets ou les avantages qui sont financés par cette taxe ?

[Meredith Armstrong : La taxe municipale sur l'hébergement ou taxe MAT, comme on l'appelle souvent, c'est en fait la province qui a donné aux municipalités de l'Ontario la possibilité de la mettre en place. En gros, elle donne la permission aux municipalités de mettre en place des taxes. En 2018, le Conseil municipal de Sudbury a donc approuvé une taxe MAT de 4 %. À l'automne 2018, nous avons donc lancé le programme.

Il n'a pas fallu attendre longtemps avant que nous soyons frappés par le COVID. Ce qu'il y a de bien avec l'industrie de l'hébergement de Sudbury, c'est que nous avons relativement bien résisté à la tempête du COVID par rapport à beaucoup d'autres communautés, parce que nous sommes très fortement axés sur les

affaires lorsqu'il s'agit de chambres d'hôtel. Il y a aussi les loisirs, mais il y a eu beaucoup d'affaires malgré le COVID. Nous nous sommes donc constitué un petit pécule dans les recettes.

D'autre part, la province légifère sur la structure des CCCA. Ainsi, la loi stipule que le produit de la taxe, déduction faite des coûts administratifs du programme, doit être réparti à raison d'au moins 50 % entre les entités touristiques admissibles. À Sudbury, cette entité a été reconnue comme étant la Société de développement du Grand Sudbury, qui est notre société de développement économique. Il s'agit d'une agence indépendante, dont le conseil d'administration est composé de 18 membres et qui a pour mandat de fournir des conseils et des commentaires sur le développement économique, et le tourisme en fait partie. La GSDC a donc été un groupe fantastique avec lequel nous avons travaillé. Il existe un comité de développement du tourisme qui relève de la compétence du GSDC. Il est composé de représentants d'hôteliers, d'attractions, de Science Nord, de restaurateurs, de détaillants, de représentants de la culture, etc. Il s'agit d'un groupe très engagé qui nous aide à déterminer la meilleure façon d'investir l'argent.

Du côté municipal, le conseil, dans le cadre du budget, décide de l'affectation des fonds et, dans le cas de Sudbury, il apporte son soutien aux grands projets, y compris un centre événementiel, qui est en cours d'élaboration. Les premiers coups de pioche seront donnés plus tard dans l'année. Donc en plein centre-ville. Le GSDC en est ravi, car il s'agit d'une infrastructure clé pour les tournois, les événements sportifs, les conférences d'affaires, ce genre de choses. C'est donc un gros morceau.

En ce qui concerne le tourisme, nous avons ce que l'on appelle le Fonds de développement du tourisme, qui est accessible au secteur privé comme au secteur public. Il existe différents flux. Nous avons réalisé des travaux très intéressants. Le parc Kivi en a bénéficié, en ce qui concerne les infrastructures. Science North, le projet Go Deeper à Dynamic Earth, qui est l'expansion.

Nous avons un flux de parrainage de films, car le cinéma et la télévision représentent une part importante de l'activité à Sudbury, et cela génère un grand nombre de chambres d'hôtel. Cela permet également de faire connaître la communauté. Nous ne pouvions pas rêver mieux que Shoresy et Letterkenny. Ils ont des fans dans le monde entier. Apparemment, les Australiens adorent ça.

[Karen Peacock : Vraiment ?

[00:13:19] **Meredith Armstrong** : Nous avons donc des gens qui se rendent à Sudbury pour voir où ces choses sont fabriquées. Quoi qu'il en soit, nous avons été en mesure de parrainer certaines des plus petites productions pour qu'elles viennent dans le Nord et pour constituer notre équipe de tournage, ce genre de choses.

Nous avons un flux de propositions d'offres, donc si nous faisons un appel d'offres pour quelque chose d'important, cela coûte parfois de l'argent de faire un appel d'offres. C'est très important. Cela nous aide à obtenir tous les éléments qui nous permettent d'être compétitifs.

Mais l'objectif premier du Fonds de développement du tourisme est de donner un coup de pouce à une entreprise ou à une organisation qui a une idée géniale de produit ou d'expérience, ou encore une nouvelle méthode de marketing. Et je pense que cela correspond très bien à l'idée des programmes Tourism Excellence North.

Karen Peacock : C'est vraiment le cas. Et, fondamentalement, il s'agit de développement commercial.

Meredith Armstrong : Exactement. Oui, c'est vrai.

[00:14:02] **Karen Peacock** : Grâce au tourisme. D'accord. À quoi ressemble l'économie du tourisme à Sudbury ?

Vous avez évoqué quelques exemples, du cinéma à Science North en passant par le parc Kivi, mais pouvez-vous nous dire comment ils sont constitués ou diversifiés, et si la communauté soutient le tourisme dans son ensemble ?

Meredith Armstrong : C'est une vieille question. Je pense qu'au début, j'ai un peu parlé du fait que le grand public n'a pas toujours une bonne compréhension du tourisme.

Et, pour nous, l'excellence touristique est absolument tout. Votre expérience, depuis la façon dont vous avez découvert une destination, votre expérience pour trouver un hôtel, voir des choses cool à faire, un super contenu Instagram, jusqu'à quand vous vous arrêtez pour faire le plein, les gens qui vous ont aidé étaient vraiment sympathiques, il y avait une super sélection de restaurants, euh, vous savez, des endroits sympas pour aller courir. Vous savez, ce genre de, tous ces éléments.

Et à Sudbury, j'ai constaté depuis que je suis ici que c'est parfois le public local qui est le plus difficile à convaincre, et que ce sont les visiteurs qui apportent ce nouvel enthousiasme. Vous avez une si belle communauté ici, parce que, comme nous le savons tous, Sudbury n'a pas l'habitude de se sentir comme ça.

[00:15:12] **Karen Peacock** : Mm-hmm.

[00:15:13] **Meredith Armstrong** : Vous savez, nous avons l'habitude de dire que si vous n'avez pas été à Sudbury récemment, c'est que vous n'avez pas été à Sudbury parce que beaucoup de choses ont changé et se sont améliorées. Nous avons 330 lacs dans les limites de la ville. Au cours des dernières années, notre population d'étudiants étrangers et de nouveaux arrivants a augmenté de manière significative, et nous avons toute une gamme de nouveaux restaurants, de nouvelles épiceries qui sont culturellement, vous savez, axés, et donc je pense que c'est très visible pour les gens, euh, qui est associé en grande partie avec les nouveaux arrivants et l'immigration, mais il y a quelques avantages pour les visiteurs.

Ainsi, dans l'économie touristique de Sudbury, un peu plus de la moitié des visiteurs viennent rendre visite à des amis ou à des parents. Le bon vieux VFR. Nous recevons, euh, beaucoup de gens qui viennent et qui ne sont pas toujours vus, n'est-ce pas ? Par exemple, si vous séjournez chez de la famille, vous ne générez peut-être pas de nuit d'hôtel, mais pendant votre visite, vous irez probablement à Science Nord, vous irez au restaurant ou vous ferez du shopping, et cela fait partie de l'économie du tourisme.

Comme je l'ai dit, les voyages d'affaires sont très importants. C'est la raison pour laquelle nous avons des hôtels. Quelques nouveaux hôtels sont d'ailleurs en cours de construction. Nous avons de très belles propriétés. Vous savez, nous sommes une plaque tournante pour le nord-est de l'Ontario en ce qui concerne l'approvisionnement et les services miniers, mais aussi les soins de santé.

Et bien sûr, beaucoup de gens viennent, font leur course chez Costco et restent pour le week-end. Je veux dire, ces, vous savez, nous ne regardons pas un cheval cadeau dans la bouche quand il s'agit de Costco.

Je pense donc qu'il s'agit d'une économie touristique intéressante et assez diversifiée, qui n'est pas le principal moteur de Sudbury en tant que communauté, mais ce que je dis toujours, c'est que ce qui fait qu'un endroit est agréable à visiter est aussi ce qui en fait un endroit agréable à vivre. Nous considérons donc toujours le tourisme comme une activité de développement économique. On ne peut pas attirer les talents sans un tourisme de qualité.

[Karen Peacock : C'est tout à fait vrai. Et même si la communauté n'est peut-être pas très consciente de ce qu'est le tourisme, de sa force, de son dynamisme et de son impact dans la Ville du Grand Sudbury, je pense que nous l'appuyons tous en tant que communauté, diriez-vous ? Même sans savoir de quoi il s'agit ?

[Meredith Armstrong : Je pense que l'on peut remonter à la fin des années 70, lorsque les choses étaient vraiment sombres et qu'un groupe merveilleux de personnes engagées a commencé à parler de Science Nord. Et je pense que cela a probablement changé le cours des choses à bien des égards pour Sudbury et la façon dont elle se perçoit en tant que communauté.

Il s'agit fondamentalement d'une attraction touristique. C'est aussi le centre communautaire le plus merveilleux que l'on puisse souhaiter. Si vous avez déjà emmené un enfant en bas âge faire quelque chose de local, un samedi, vous avez aussi ce point de vue. Mais je pense que les gens font un long voyage pour venir à ce genre d'attractions. Et je pense qu'en général, les habitants de Sudbury apprécient cela.

Je pense que c'est le style de vie nordique que nous apprécions toujours, et c'est aussi une offre touristique, n'est-ce pas ? Vous pouvez être au bord d'un lac en quelques minutes, vous pouvez vous promener dans la nature, tout près de chez vous. C'est donc vraiment, je pense, le cœur de notre offre.

[00:18:15] **Karen Peacock :** Je suis d'accord, et je l'ai dit au comité de planification du centre-ville il y a quelques semaines, que, vous savez, pour moi, l'une des choses idéales à propos de Sudbury, c'est que nous avons un merveilleux centre-ville, et qu'il ne fait que s'améliorer. Nous sommes également très proches de notre paysage rural naturel. Vous pouvez aller du centre-ville à la zone rurale en 10 minutes, voire moins selon l'endroit où vous vous trouvez, et profiter d'un grand lac, d'une promenade sur un sentier, etc. Je pense que c'est l'une des belles choses de Sudbury et que c'est ce qui attire les visiteurs ici.

[Meredith Armstrong : Oui, bien sûr.

[00:18:57] **Karen Peacock :** À votre avis, quelles sont les tendances en matière de tourisme pour lesquelles Sudbury est le mieux placé ?

[00:19:02] **Meredith Armstrong :** C'est, encore une fois, quelque chose dont nous avons beaucoup parlé ces derniers temps à cause de ce qui se passe aux États-Unis. Et dans bien des cas, nous constatons que les gens se tournent à nouveau vers leur pays d'origine. Il n'est pas nécessaire d'aller n'importe où, on

peut rester au Canada, on peut rester en Ontario. Et Sudbury a toujours été une excellente destination pour un marché de pneus en caoutchouc. Nous ne sommes qu'à quatre heures au nord de Toronto et de la région du Grand Toronto, vous savez, London, Kitchener n'est pas très loin, et l'Est de l'Ontario aussi.

Je ne dirais donc pas que le pneu en caoutchouc est nécessairement une tendance, mais je pense que nous pouvons tirer parti de cet intérêt pour explorer ce que vous avez chez vous. Nous sommes également une sorte de porte d'entrée pour les communautés nordiques, n'est-ce pas ? Nous travaillons très bien avec les gens de cette partie du monde et nous pouvons construire des itinéraires fantastiques.

Je veux dire que je participe depuis longtemps à la route côtière de la baie Georgienne, qui est une sorte de cas d'espèce, d'effort de développement de produits à un stade précoce. Nous ne sommes pas loin de Temiskaming Loop, ce genre de choses. Je pense donc que l'idée qu'il n'est pas nécessaire d'aller loin, Sudbury est très bien placée pour l'exploiter et, ensemble, en collaboration avec nos partenaires, nous poursuivrons dans cette voie.

En ce qui concerne les autres domaines d'intérêt, je veux dire que le tourisme culinaire, encore une fois, après tant d'années, est-il toujours une tendance ? Mais je pense que nous avons d'excellentes offres, euh, pour les personnes qui recherchent des expériences délicieuses. Je pense que le tourisme indigène, vous savez, j'ai joué un rôle important dans le groupe Indigenous Tourism Ontario pendant des années maintenant. Le potentiel est énorme. Et je pense que la quintessence de tout cela, ce sont les conteurs originaux et les expériences originales. Parlons donc d'authenticité. Je veux dire que je pense qu'il y a un énorme potentiel dans ce domaine aussi.

[Karen Peacock : Oui, nos guides originaux, n'est-ce pas ?

Pouvez-vous nous parler, vous avez mentionné un peu les tournages et bien sûr Shoresy et, euh, Letterkenny. Pouvez-vous nous parler de l'histoire des tournages à Sudbury et de la situation actuelle ?

[Meredith Armstrong : Bien sûr. Vous savez, c'est amusant de regarder en arrière, il y a des films cultes, des films canadiens cultes qui ont quelque chose à voir avec Sudbury ici et là, n'est-ce pas ? Bruce McDonald a fait quelques films. Mais je pense que l'un des films dont les gens se souviendraient le plus tôt serait Men With Brooms. C'est ce qui m'est venu à l'esprit. C'était donc le premier

film culte à très petit budget, le premier type de production qui utilisait des services et d'autres choses.

Mais je dirais qu'un autre point vraiment important est qu'en 2012, le Northern Ontario Film Studio a installé le studio ici à Sudbury, et la SGFPNO a un crédit cinématographique qui soutient en fait les productions sur leur, ce que nous appelons les dépenses du Nord. Ainsi, plus elles peuvent dépenser en embauchant des gens localement, en utilisant des services locaux, plus elles peuvent accéder à ce fonds. Cela a changé la donne. Sans cela, nous ne serions pas là. Et puis, au fil du temps, nous avons eu de très grosses productions. V Wars a été l'une de nos plus grosses productions. Les films Hallmark. Ce sont d'excellentes opportunités d'emploi.

Au cours de ces 15 années environ, nous avons constitué une base d'équipes très solide à Sudbury, mais aussi, je dirais, dans toute la région du nord-est. Vous pouvez donc venir à Sudbury avec une idée et une sorte de petit groupe prêt à faire une production et trouver des personnes locales expérimentées pour travailler dans l'équipe.

Une grande partie est liée à l'emplacement, mais nous avons des studios, des artisans, des menuisiers et toutes sortes de choses. Cet écosystème est donc plus fort aujourd'hui qu'il ne l'a jamais été

Et je pense que, comme je l'ai dit, Letterkenny et Shoresy ont été une chose vraiment merveilleuse. Shoresy en particulier parce que Sudbury joue son propre rôle au lieu de se substituer à New York ou d'avoir l'un de ces centres-villes qui peuvent être ailleurs.

[Karen Peacock : Oui. N'importe quelle communauté.

[Meredith Armstrong : C'est exact. Donc, oui. J'aime beaucoup le cinéma parce que, encore une fois, c'est, je veux dire, parler de la diversification de l'économie. Nous sommes loin de nos racines minières, mais cela a permis d'attirer des travailleurs créatifs et de renforcer notre dynamisme. Alors, oui, j'adore travailler avec l'industrie cinématographique.

[Karen Peacock : Wow, fantastique. Voici une autre question. Nous avons parlé un peu de COVID. La Ville du Grand Sudbury est-elle ou a-t-elle été en train de rebondir depuis COVID-19 ?

[00:23:34] **Meredith Armstrong** : Euh, donc si vous regardez les chiffres de notre marché du travail, nous avons entièrement récupéré les emplois perdus pendant COVID par, vous savez, l'information statistique.

[**Karen Peacock** : C'est une excellente nouvelle.

[**Meredith Armstrong** : Comme je l'ai mentionné, notre secteur de l'hébergement a connu des difficultés, mais n'a pas été aussi durement touché que d'autres destinations.

Euh, le fait que notre téléphone sonne régulièrement au sein de l'équipe de développement économique avec des personnes chargées de la sélection des sites qui cherchent de nouvelles propriétés hôtelières. Vous savez, on ne construit pas un hôtel sans une étude approfondie du marché et de la faisabilité. Le fait que, vous savez, je pense que c'est un très bon indicateur.

Je pense que cela a changé la façon dont les gens voyagent, et donc je pense qu'il y a des choses qui représentent un défi pour le Nord de l'Ontario dans son ensemble. Je pense que la façon dont les gens prennent leurs décisions a changé, n'est-ce pas ? Pendant longtemps, nous nous sommes concentrés sur notre moteur de réservation d'hôtels et d'emballages. Et je trouve que pour nous, ce n'est pas nécessairement la façon dont la plupart des gens veulent voyager. Je pense que les gens veulent découvrir les choses au fur et à mesure, et que les expériences touristiques toutes faites ont toujours été le cœur du problème pour le tourisme.

[00:24:47] **Karen Peacock** : Vous savez, il est très coûteux pour un petit opérateur de rester au bord d'un lac avec une flotte de canoës en espérant que quelqu'un vienne pour une promenade de deux heures. Je pense que le désir existe, mais la saisonnalité a toujours été un défi. Les chiffres ne sont pas nécessairement toujours cohérents, et je pense que c'était un défi préexistant, mais COVID l'a rendu un peu plus difficile, vraiment, parce que les gens veulent savoir dans quoi ils s'engagent et peut-être qu'ils prennent des décisions plus proches de leur date de départ d'une certaine manière, ce qui peut rendre les choses plus difficiles pour un entrepreneur.

Il n'est donc plus nécessaire de planifier autant à l'avance. Et si davantage de personnes voyagent par la route pour se rendre là où elles se trouvent, cela facilite les choses.

[00:25:31] **Meredith Armstrong** : C'est vrai. Faites vos valises et partez. Nous ne sommes pas Venise, ou, vous savez, nous ne sommes pas Paris, où vous êtes,

c'est une liste de choses à faire. Nous ne sommes tout simplement pas, et je pense que nous, pas seulement Sudbury, mais aussi l'Ontario, beaucoup de nos destinations souffrent d'essayer d'être tout pour tout le monde. C'est pourquoi le secret consiste à trouver un créneau et à le travailler.

[Karen Peacock : D'accord. Très bien. En parlant un peu de développement de la main-d'œuvre, pouvez-vous nous parler du projet pilote sur l'immigration dans les régions rurales et nordiques, auquel Sudbury a participé ?

[Meredith Armstrong : Oui. Le, je pense que le programme pilote d'immigration rurale et nordique a été un cadeau.

Il s'agit d'un programme d'Immigration Canada, et le programme pilote a été mis en place en 2018 et 2019. Il a débuté en 2019. Nous l'avons vraiment lancé en 2020, 21. À elle seule, la ville de Sudbury a accueilli 2 700 nouveaux arrivants dans notre communauté.

[Karen Peacock : Incroyable.

[00:26:29] **Meredith Armstrong :** Il s'agit donc de nos candidats et de leurs familles. Beaucoup d'entre eux sont venus avec leurs conjoints et leurs enfants, et en fait, notre enquête plus récente, pardon, euh, au cours des trois premières années, indique qu'environ 93, 95% d'entre eux sont toujours là.

[00:26:45] **Karen Peacock :** Vraiment ?

[00:26:45] **Meredith Armstrong :** Euh, c'est une très bonne chose. Il s'agit donc d'une immigration économique. Le candidat doit avoir une offre d'emploi permanent, dans ce premier projet pilote, et l'intention de résider dans la communauté.

Ce qui est intéressant, c'est qu'Immigration Canada a reconnu le succès de ce modèle, qui s'inspire d'une expérience menée au Canada atlantique il y a quelques années et qui a également été rendue permanente. Il vient donc de lancer le Programme d'immigration dans les communautés rurales. Il s'agit donc du RCIP. Il existe également un programme d'immigration pour les communautés francophones. Il s'agit donc également de projets pilotes. Nous faisons toujours partie de ce programme, et nous sommes en train de nous préparer. Nous prévoyons son lancement à la fin du printemps ou au début de l'été. Ce programme continuera à nous aider à attirer des personnes qui ont l'intention de rester, d'avoir un emploi et de faire partie de la communauté.

Cela a donc été, euh, oui, énorme. Notre dernier recensement a montré une croissance d'environ 4 % à Sudbury, ce qui est, vous savez, significatif pour le Nord de l'Ontario.

Oui, c'est vrai. En particulier, vous savez, pendant de nombreuses années, notre population a stagné, voire décliné. Aujourd'hui, elle augmente.

C'est exact. Les étudiants étrangers ont joué un rôle important à cet égard. Au cours des premières années, ils sont devenus un vivier très important pour la recherche de candidats parce qu'ils occupent souvent des emplois permanents à la fin de leurs études postsecondaires. Mais maintenant, nous voyons des gens qui viennent pour le programme.

[Meredith Armstrong : Le fait est qu'au Canada, les portes d'entrée de l'immigration sont généralement Vancouver, Toronto et Montréal, et les gens arrivent dans ces villes et y restent. Or, toutes sortes de communautés rurales et nordiques du Canada ont besoin de nouveaux habitants.

Et nous savons que notre taux de chômage est très bas, ce qui signifie qu'il y a beaucoup d'emplois qui ont besoin d'aide. Il y a donc beaucoup d'éléments à prendre en compte.

Je ne plaisante pas. Alors comment faites-vous, comment le programme parvient-il à rediriger les gens ou à les recruter à Sudbury plutôt qu'à Toronto ?

Ainsi, comme le programme est axé sur l'emploi, une grande partie du travail est effectuée parce que la personne cherche un emploi spécifique. Dans le cadre du programme, nous devons identifier nos secteurs prioritaires et, dans cette version du programme, l'accent sera mis sur les employeurs en tant que porte d'entrée pour le candidat. Cela permet donc au candidat d'obtenir l'approbation de la communauté pour une voie d'accès à la résidence permanente.

[Meredith Armstrong : L'immigration est incroyablement compliquée. Il existe différents moyens d'obtenir la résidence permanente ou la RP. Celui-ci vous donne essentiellement une voie, euh, je ne veux pas dire une voie rapide parce qu'elle n'est pas nécessairement plus rapide que les autres voies, mais elle fournit une vraie solution pour ceux qui répondent aux critères et qui pourraient ne pas correspondre à une autre voie.

Jusqu'à présent, ce sont donc des nouveaux venus qui sont à la recherche d'une opportunité. Nous n'avons donc pas eu à faire beaucoup de marketing. Nous avons récemment lancé une campagne intitulée Move to Sudbury, qui s'adresse

en grande partie aux nouveaux arrivants, mais aussi à tous ceux qui ne sont pas d'ici et qui veulent venir s'y installer.

Nous essayons de faire en sorte qu'il soit facile pour les gens de se retrouver ici. Nous essayons donc de tout regrouper en un seul endroit, qu'il s'agisse de savoir où vivre, à quoi ressemblent les quartiers, les conseils scolaires, l'immobilier, les soins de santé, etc. Et je peux vous dire que les atouts touristiques sont essentiels pour mener à bien cette campagne, car ce mode de vie, comme tous les atouts touristiques, nous aide à promouvoir l'attraction des talents.

[Karen Peacock : C'est vrai. C'est la qualité de vie, qui se résume à cela.

[Meredith Armstrong : J'ai toujours dit que c'était la photo d'un vélo avec une bouteille de vin et une baguette dans un panier. C'est un peu comme une photo d'archives. Mais nous avons, comme, j'ai eu des gens qui m'ont demandé, est-ce que ce sont des photos d'archives ? Et je leur ai dit : "Non, c'est comme ça que ça se présente". Oui, c'est comme ça. Vous pouvez vous promener au coucher du soleil sur un lac et nous considérons que cela va de soi.

Le programme pilote d'immigration pour les régions rurales et nordiques a fourni un outil dans une boîte à outils plus large pour travailler avec les employeurs, les mettre en contact avec les bonnes personnes et contribuer ainsi à la croissance de l'économie.

[Karen Peacock : Wow, c'est très intéressant. Je crois que nous venons de voir comment la population et la main-d'œuvre de Sudbury ont augmenté. Voulez-vous ajouter quelque chose ?

[00:31:08] **Meredith Armstrong :** Je pense qu'il est intéressant de noter que nous sommes également reconnus comme faisant partie du projet pilote d'immigration de la communauté francophone. Il s'agit donc de personnes francophones qui travaillent avec des employeurs francophones.

Vous savez, nous avons une culture et une communauté francophones très fortes ici à Sudbury. D'autres communautés du Nord de l'Ontario ont également mis en place ce programme, et je suis curieux de voir comment cela va se passer. Comme nous le disons, nous jouons un rôle clé, évidemment, mais je mentionnais comment les étudiants internationaux ont stimulé la création de nouvelles épiceries et de nouveaux restaurants. J'ai toujours été fasciné par le fait que la communauté francophone de Sudbury est tout autour de nous, mais qu'elle n'est pas très visible. Vous savez, la Place des Arts, qui est notre installation polyvalente au centre-ville, était vraiment importante pour assurer la

présence de la culture francophone et franco-ontarienne à Sudbury. Nous n'avons pas de grand restaurant ou de boulangerie franco-ontarienne, vous savez, si vous voulez une tarte au sucre, vous devez connaître quelqu'un qui la fait.

Je veux dire, les restaurants italiens, nous en avons beaucoup et il y a beaucoup de, euh, mais je pense simplement qu'il ne serait pas intéressant que cela donne lieu à de nouvelles offres, si cela réussit. Les chiffres sont inférieurs à ceux du Programme d'immigration dans les communautés rurales, mais le potentiel est là pour travailler avec cette communauté. Nous sommes donc très enthousiastes.

[Karen Peacock : Oui, absolument. Pouvez-vous nous dire quel est le pourcentage de la population francophone ? Je sais qu'il se situait autour de 33 ?

[00:32:37] **Meredith Armstrong :** Selon la façon dont vous le considérez, sans avoir les dernières données de recensement sous les yeux, oui. Je veux dire, je pense que c'est 26 à 30%.

Il est amusant de constater que lorsque vous demandez aux gens s'ils sont francophones, vous obtenez des réponses différentes, n'est-ce pas ? Il y a beaucoup de gens qui parlent français avec leur famille à la maison, mais qui ne font probablement pas leurs affaires en français. Mais si vous montez dans un bus, si vous allez au centre commercial ou au restaurant, vous savez qu'à tout moment quelqu'un aura une conversation animée en français.

Donc, oui, je pense qu'en général, environ un tiers d'entre nous s'identifierait comme francophone.

[Karen Peacock : D'accord. Je vous remercie. Quelle est la principale priorité de la Ville du Grand Sudbury pour ce qui est d'attirer des gens à Sudbury ? Pour ce qui est des emplois et de la croissance de la population, quels sont, selon la Ville du Grand Sudbury, les principaux besoins en matière de recrutement ou les lacunes les plus importantes sur le plan des compétences ?

[Meredith Armstrong : Au fur et à mesure que nous élaborons le cadre du nouveau projet pilote d'immigration dans les communautés rurales, nous allons devoir formaliser les secteurs prioritaires. Je dirais que dans le secteur de l'approvisionnement et des services miniers, on entend souvent dire que Sudbury a une population d'ingénieurs très spécialisés plus élevée par habitant, ce que je trouve toujours intéressant. Vous savez, nous avons plus de 300 entreprises dans le secteur de l'approvisionnement et des services miniers à Sudbury. Environ 14 000 personnes travaillent dans ce secteur, et vous

entendrez beaucoup parler des différents emplois. Beaucoup d'entre eux sont très spécialisés, très techniques.

Je dirais que le secteur de la santé en est un autre, comme tout le monde. Nous nous en sortons plutôt bien en ce qui concerne les médecins de famille, mais il y a encore un fossé.

Vous entendrez beaucoup parler d'aides à la personne, d'infirmières, de personnel médical.

Et puis, bien sûr, nous avons eu la chance d'avoir une population d'étudiants internationaux qui sont parmi les plus travailleurs, les plus pragmatiques et qui sont prêts à tout pour rester ici et travailler dur. Vous savez, je pense toujours que nous avons beaucoup de chance d'avoir cela. Ce sont des gens qui vont souvent à l'école, qui vivent souvent dans des maisons avec beaucoup d'autres personnes et qui travaillent beaucoup. Parfois, ce sont des ingénieurs ou des personnes très instruites dans leur pays d'origine. Je connais plus d'une société d'approvisionnement et de services miniers qui s'est rendue chez certains de nos grands détaillants, s'est présentée aux personnes travaillant sur le terrain et a découvert qu'elles étaient hautement qualifiées dans les domaines X, Y et Z, et leur a trouvé un emploi. Ce n'est pas la norme, mais ce genre d'interactions se produit également.

Je dirais donc, oui, les soins de santé, pas seulement l'exploitation minière, mais aussi l'approvisionnement et les services miniers, ce qui représente un éventail assez large d'emplois.

Et puis l'hospitalité. Oui, c'est vrai. Les hôtels ont beaucoup de mal à trouver tout ce dont ils ont besoin, de la direction aux femmes de ménage. Et les restaurants.

[00:35:35] **Karen Peacock** : Il y a toujours une réelle pénurie de main-d'œuvre.

[**Meredith Armstrong** : Tout à fait. Oui, c'est vrai.

[00:35:39] **Karen Peacock** : La pénurie de main-d'œuvre dure depuis plusieurs années, en particulier dans l'industrie du tourisme et de l'hôtellerie. Nous savions qu'il y avait des défis à relever, mais pas seulement dans le secteur du tourisme. C'est le cas dans différents secteurs.

Quels sont les défis en matière de recrutement et de rétention du personnel à Sudbury ? Et peut-être pourriez-vous aborder, vous savez, des sujets comme le

logement avec un salaire décent, parce que vous savez, nous savons que c'est un énorme défi. L'équilibre entre le travail et la vie privée. Si vous pouviez peut-être aborder ces questions.

[Meredith Armstrong : Bien sûr. Je pense que l'une des forces de Sudbury est un niveau de vie assez accessible et abordable, mais cela dépend de l'endroit d'où l'on vient.

Cela me rappelle que nous nous comparons souvent au sud de l'Ontario et que nos maisons sont donc moins chères. Je pense que le prix moyen de nos maisons, il y a peu, était d'environ 434 000 \$. Mais si vous êtes à la recherche d'une maison, vous n'allez pas nécessairement trouver facilement une maison à ce prix. Et si vous venez du nord de l'Ontario, c'est plus cher que là d'où vous venez. Je replace donc cela dans son contexte, mais c'est toujours moins cher que là où vit la majeure partie de notre population provinciale, c'est-à-dire dans le sud de l'Ontario.

L'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, vous n'allez pas passer 90 minutes sur une autoroute à faire la navette entre votre domicile et votre travail. Je parlais l'autre jour à quelqu'un qui se plaignait d'un trajet de sept minutes. Gardons les choses en perspective.

Je pense que le logement est une priorité pour tout le monde. Nous avons un taux de vacance très bas en ce qui concerne les immeubles locatifs. C'est très important parce que les gens qui viennent à Sudbury. Euh, beaucoup, surtout s'ils sont jeunes ou s'ils viennent de loin, vont louer quelque chose avant d'acheter une maison. Alors, ne pas pouvoir trouver, euh, des appartements, c'est ce qui est le plus important. Nous l'appelons le milieu manquant. Nous n'en avons pas beaucoup. La ville a donc une stratégie en matière de logement. Nous travaillons, euh, le développement économique travaille en étroite collaboration avec notre équipe de développement, la planification, les services de construction pour s'assurer que nous faisons tout ce que nous pouvons pour réduire les obstacles et aider à lancer des projets, y compris des projets multi-résidentiels.

Lorsque nous recrutons, euh, souvent, en particulier dans le cadre du projet pilote sur l'immigration, des études post-secondaires et d'autres emplois, lorsqu'ils viennent avec une famille, un conjoint et des enfants, il est souvent plus facile de les retenir parce que, comme le savent tous ceux qui ont une famille, une fois que vous vous êtes enraciné, vous avez tendance à rencontrer des gens par l'intermédiaire de vos enfants et tout ce genre de choses. Nous avons beaucoup appris grâce à notre travail de recrutement de médecins depuis

de nombreuses années. Il s'agit vraiment d'une touche personnelle. Les visites de la ville, la recherche d'un emploi pour le conjoint d'un médecin, d'une infirmière praticienne ou d'un prestataire de soins de santé primaires. L'école est également un élément important. Il faut donc personnaliser la façon dont on s'adresse à ces personnes et comment on les aide à se voir dans la communauté.

Oui, je pense que nous avons vraiment appris qu'il y a une fenêtre de deux ans. Si vous voyez qu'ils ont réussi à passer les deux premières années, y compris les deux premiers hivers, nous constatons généralement que les gens restent plus longtemps.

[Karen Peacock : Il y a donc une certaine adhérence.

[Meredith Armstrong : Oui.

[Karen Peacock : C'est très bien. Nous approchons de la fin de notre conversation. J'aimerais vous demander ce qui vous plaît le plus dans le fait de travailler dans le tourisme et d'occuper le poste que vous occupez actuellement. Qu'est-ce qui vous plaît le plus ?

[00:39:02] Meredith Armstrong : J'ai souvent dit que le tourisme est comme, on l'utilisait pour le Corps de la Paix, le travail le plus difficile que vous puissiez aimer.

Je pense que lorsque le tourisme est bien fait, il peut changer des vies. Et il n'y a pas beaucoup d'autres secteurs qui peuvent en dire autant. Une expérience extraordinaire vécue lors d'un voyage peut changer votre perspective, changer votre vie, ce genre de choses. Et quand c'est bien fait avec l'ensemble, vous savez, en prenant le village et en faisant cela, cela peut créer une communauté vraiment intéressante.

J'aime travailler avec des personnes qui se verraient bien dans ce secteur. Ils ont une vision, ils ont le souci du détail et ils veulent vraiment bien faire. Je pense que le tourisme est l'une des choses qui rendent une communauté vraiment résiliente, car il s'agit d'emplois dispersés au sein de nombreuses petites organisations et entreprises.

Ce n'est pas comme un grand entrepôt dirigé par l'un de ces milliardaires qui peut prendre une décision d'un simple trait de plume. C'est pourquoi une industrie touristique forte, même si elle peut être affectée par des événements comme le COVID et le SRAS à l'époque, peut aussi rebondir d'une certaine

manière. Nous avons vu des communautés partout dans le monde se refaire une beauté grâce au tourisme.

[Meredith Armstrong : Je pense donc que c'est une industrie fascinante avec laquelle il faut travailler. Et comme je l'ai dit, lorsque j'aborde d'autres domaines du développement économique, comme l'exploitation minière, je reviens vraiment aux éléments essentiels qui rendent notre communauté extraordinaire et à ses atouts touristiques. C'est vrai. Je pense donc qu'il s'agit d'une base et je m'engage à aider les gens à comprendre, ceux qui n'ont pas l'habitude de participer à cette conversation ou qui ne sont pas dans ce domaine. Lorsqu'ils voient et comprennent, ils comprennent mieux l'importance du secteur, et nous continuons à nous battre pour obtenir l'attention que ce secteur mérite.

[Karen Peacock : Oui. C'est très bien. Encore une question. Je suis curieuse de savoir quelle est l'expérience la plus mémorable que vous ayez vécue en tant que visiteur ?

[00:41:09] **Meredith Armstrong :** Wow. C'est une excellente question. Je veux dire qu'il y a eu des expériences vraiment intéressantes.

Il y a quelques années, j'ai été invité à participer à un programme d'Affaires mondiales Canada dans une région du Pérou, dans les Andes. L'idée était d'emmener des communautés autochtones dans des régions qui dépendaient beaucoup de l'exploitation minière et où la mine n'était peut-être pas là pour toujours, et de les aider à comprendre comment utiliser le tourisme comme moyen de faire pivoter leur économie.

C'est une sorte de pré-tourisme, n'est-ce pas ? Le groupe avec lequel je me trouvais a eu l'occasion de se rendre dans les Andes. Dans une vallée où nous étions, il y avait 37 dialectes différents de Quechua.

[00:41:58] **Karen Peacock :** Wow.

[00:41:58] **Meredith Armstrong :** Donc, les anciennes méthodes étaient toujours d'actualité. Et nous avons été accueillis par ce groupe. Ils ne parlaient même pas espagnol, vous savez, comme creuser un trou dans la terre et construire la pachamama traditionnelle, comme le four, et partager ce qu'ils avaient. Nous étions assis dehors, entourés de montagnes, avec cette communauté de gens.

qui n'avaient rien à gagner, si ce n'est d'être tout à fait accueillants et ouverts à l'apprentissage. Ce fut une expérience incroyable pour moi. Et de voir qu'ils

étaient intéressés par ce que nous avions à dire sur la façon dont ce qu'ils faisaient était une expérience touristique. Et avec quelques ajustements et ajouts réfléchis, cela peut devenir un produit payant, sans pour autant perdre l'authenticité et le sens de l'expérience. Pour moi, c'était une sorte de philosophie fondamentale derrière le tourisme qui était assez mémorable.

[Karen Peacock : Cela semble vraiment mémorable. Ce sentiment d'appartenance à un lieu et la possibilité de raconter cette histoire.

[00:42:56] **Meredith Armstrong :** On ne peut faire ça nulle part ailleurs dans le monde. C'est cet endroit, ce moment, avec ces personnes. Et c'est pourquoi il ne faut pas sous-estimer le pouvoir de cette expérience.

[00:43:04] **Karen Peacock :** Mm-hmm. Je vous ai posé beaucoup de questions. Je vous ai posé beaucoup de questions, alors je vais vous laisser la parole. Y a-t-il une dernière réflexion ou quelque chose que je ne vous ai pas demandé et que vous aimeriez commenter ?

[00:43:15] **Meredith Armstrong :** Je pense que l'une des choses dont nous n'avons pas parlé en ce qui concerne la main-d'œuvre, c'est qu'il est possible de reconnaître que pour des générations de Canadiens, les premiers emplois ont été des emplois dans l'industrie du tourisme. Et, vous l'avez déjà dit, je pense que chaque personne devrait, à un moment donné de sa vie et de sa carrière, faire un lit, nettoyer des toilettes, servir un repas, accueillir des gens qu'elle ne connaît pas, avoir ces interactions parce que l'apprentissage de l'humanité, l'humilité que cela vous donne lorsque vous faites un bon travail, l'honneur d'un travail bien fait, quel que soit ce travail, je pense que les gens oublient que la plupart d'entre nous, sans même s'en rendre compte, ont eu une expérience touristique de ce côté-là de l'interaction.

Et ce sont de bons emplois. Je veux dire que ma propre expérience dans ce type d'emplois, travailler à la réception, travailler sur un bateau sur le Saint-Laurent, a été une expérience incroyable lorsque j'étais jeune. Elles m'ont permis de découvrir différentes régions du Canada et m'ont fait comprendre comment les gens sont et comment nous devrions nous comporter les uns envers les autres. Je pense qu'il y a quelque chose de puissant là-dedans.

[Karen Peacock : De véritables valeurs et principes intrinsèques.

[Meredith Armstrong : Tout à fait.

[Karen Peacock : Que nous apprenons en tant qu'êtres humains.

[Meredith Armstrong : Oui. Ça permet de rester humble. C'est un peu comme, pensez à ces, euh, où ils mettent le patron de l'entreprise comme dans l'expédition et la réception ou quelque chose comme ça. Je pense que tout le monde devrait en faire l'expérience. Ok, c'est l'heure de votre stage en tant que femme de ménage dans un hôtel ou quelque chose comme ça. Je pense à quelques personnes qui bénéficieraient de cette expérience.

[Karen Peacock : C'est très bien. D'accord. Eh bien, je vous remercie encore une fois d'être venus en personne. C'est merveilleux de partager cet espace et la conversation a été formidable. C'est un plaisir de vous recevoir.

[Meredith Armstrong : Tout à fait. J'en suis ravie. Merci, Karen.

[00:45:05] **Karen Peacock :** La prochaine fois, à l'émission Let's Talk Northern Ontario Tourism, je m'entretiendrai avec Justin Lafontaine, cofondateur du Tourism Innovation Lab, un incubateur d'entreprises touristiques. Nous parlons du programme Spark et de la façon dont il a aidé les entreprises touristiques du Nord de l'Ontario à obtenir des fonds de démarrage et du mentorat.

Suivez-nous sur Spotify ou Apple Podcast pour ne rien manquer.

Let's Talk Northern Ontario Tourism est une initiative de Tourism Excellence North et a été enregistrée sur les territoires traditionnels des Anishinaabek et des Mushkegowuk. Il est produit par Storied Places Media avec le soutien d'Erica Richard, de Naza Obasi et de Gillian McCullough.

Je suis Karen Peacock. Merci de m'avoir écoutée.