



Sommaire

ACTUALITÉ	1
ACTIVITÉS	3
MARCHÉS	5
SOUTIEN AUX COMMUNAUTÉS	5
LA NORDICITÉ EN IMAGE	6
ENTREVUE AVEC UN INTERVENANT TOURISTIQUE	7
RÉFÉRENCES	9

Nous joindre :

Ministère du Tourisme
900, boul. René-Lévesque Est,
bureau 400
Québec (Québec) G1R 2B5
tourismenord49@tourisme.gouv.qc.ca

Le ministère du Tourisme du Québec, en collaboration avec le Réseau de veille en tourisme de la Chaire de tourisme Transat, produit ce bulletin de veille sur le tourisme nordique pour soutenir l'implantation de la Stratégie touristique québécoise au nord du 49^e parallèle. Le bulletin vise à informer l'ensemble des partenaires interpellés par cette stratégie de l'évolution du tourisme nordique et polaire dans le monde ainsi que des tendances et des innovations en matière de produits, de services et de marketing par rapport à cette forme de tourisme.

STRATÉGIE49

Veille sur le tourisme nordique

BULLETIN NO 5 – JUILLET 2012

ACTUALITÉ

Le marché hôtelier dans le Nord canadien

Un rapport publié en février 2012 par la firme HVS présente une comparaison des performances hôtelières de Whitehorse et de Yellowknife. Dans l'ensemble, les deux villes affichent une augmentation de leur revenu par chambre offerte au cours des trois dernières années. Elles démontrent toutefois un écart significatif en ce qui a trait à la performance hôtelière, malgré leur situation géographique similaire (voir la figure 1-1).

Le marché concurrentiel et d'affaires explique ces différences. À Whitehorse, les trois secteurs d'importance sont le domaine public, l'industrie minière et le tourisme. Holland America, une filiale de Carnival Corporation, opère au Yukon avec comme port de destination, Whitehorse. Cette compagnie est propriétaire de deux hôtels dans cette ville, représentant 61 % du marché de l'échantillon qui figure ci-dessous. La marge de profit des croisières permet de diminuer le coût de la chambre. Cependant, la rénovation de deux propriétés hôtelières indépendantes a permis de hausser les taux en 2011.

À Yellowknife, quatre secteurs imposent leur force : le domaine public, le développement minier (découverte de diamants), l'exploration du gaz naturel et du pétrole et la croissance du tourisme. Les taux négociés par les hôteliers sont beaucoup plus élevés à Yellowknife grâce à l'absence de consolidation avec le secteur des croisières et aux projets d'amélioration des immobilisations effectués récemment dans la majorité des hôtels.

FIGURE 1-1 COMPARABLE PERFORMANCE DATA – YELLOWKNIFE VS. WHITEHORSE

	Yellowknife				Whitehorse			
	Occupancy	Average Rate	RevPAR	Change	Occupancy	Average Rate	RevPAR	Change
2008	62.0 %	\$149.00	\$92.38	—	66.0 %	\$103.00	\$67.98	—
2009	58.0	142.00	82.36	(10.8) %	63.0	105.00	66.15	(2.7) %
2010	59.0	149.00	87.91	6.7	63.0	108.00	68.04	2.9
2011	69.0	150.00	103.50	17.7	63.0	112.00	70.56	3.7

Source: HVS Database

Des défis et des opportunités ont été rapportés dans ces deux villes pour les années futures. Parmi les défis :

- À l'exception de l'ouverture de l'hôtel Skky en 2009, près de l'aéroport de Whitehorse, aucune nouvelle construction n'a eu lieu depuis les 10 dernières années.

En collaboration avec

- La température moyenne hivernale, entre -9°C et -18°C, accentue les préoccupations par rapport à un « plafond » de la croissance des clientèles corporatives et de loisirs. De plus, ces destinations sont dispendieuses et moins accessibles pour les voyageurs en solo.

Parmi les opportunités :

- Le tourisme a explosé grâce au paysage unique et à l'héritage culturel et autochtone.
- Le marché du Nord a démontré une résistance aux instabilités économiques récentes, par rapport au Sud.

Le voyageur de luxe Abercrombie & Kent s'intéresse à l'Amérique du Nord

En réponse à une croissance de 130 % de ses réservations en Amérique du Nord, le voyageur de luxe Abercrombie & Kent a mis en place une gamme d'expériences et une nouvelle brochure pour cette destination. Selon le directeur, Justin Wateridge, la compagnie a réagi à l'intérêt ressenti des voyageurs qui s'explique par les paysages grandioses, la variété d'expériences possibles dans la nature sauvage et les caractéristiques naturelles des parcs nationaux. Selon lui, cette destination peut satisfaire autant les familles, les urbains que les amateurs de plein air.

Cette compagnie offre des itinéraires fixes pour petits groupes ou des voyages sur mesure. En Amérique du Nord, la compagnie propose des séjours en Colombie-Britannique, en Alaska et dans l'ouest des États-Unis.

[Consulter les voyages offerts en Amérique du Nord](#)

« Becoming An Outdoors-Woman » à Terre-Neuve – Labrador

Le Département de l'environnement et de la conservation du gouvernement de Terre-Neuve – Labrador a lancé un nouveau programme pour inciter les femmes à essayer un sport ou à améliorer leurs habiletés en nature. L'atelier *Becoming an Outdoors-Woman* (BOW) initie ces dernières aux rudiments du plein air par des activités telles que la pêche, la chasse, le canot, le kayak, la survie en forêt, la lecture de cartes, etc.

Quark Expeditions offre le premier voyage « zéro carbone » en milieu polaire

Quark compensera les émissions de dioxyde de carbone (CO₂) de son nouveau bateau de croisière, l'Ocean Diamond, destiné aux voyages en Antarctique. Les clients auront une garantie d'expérience « verte » sans coût supplémentaire. La compagnie sélectionnera des projets d'énergies renouvelables (hydroélectricité, éolienne) et de reforestation en Turquie, au Kenya, en Inde et en Chine. Environ 5 682 tonnes d'équivalents CO₂ devront être compensées, ceci est comparable à éliminer 1 114 voitures de la circulation pour un an ou annuler 5 380 vols New York – Tokyo.

Green business model innovation in the tourism and experience economy

Nouvelle publication

Cases from Austria, Portugal, Denmark, Finland, Mexico, Norway, Sweden, Iceland, Russia and South Korea
 Nordic Innovation Publication, mai 2012

Ce rapport décrit clairement la façon dont les entreprises peuvent travailler avec l'innovation verte et présente un certain nombre de questions simples permettant aux entreprises de s'engager dans le processus. Rapport à télécharger à cette adresse : <http://www.nordicinnovation.org/Publications/green-business-model-innovation-in-the-tourism-and-experience-economy-cases-from-austria-portugal-denmark-finland-mexico-norway-sweden-iceland-russia-and-south-korea/>

Une ancienne ville minière de la Norvège remporte un *Tourism for Tomorrow Award*

La ville de Røros, site nommé patrimoine mondial de l'UNESCO, a remporté le *Destination Stewardship Award* décerné par le World Travel & Tourism Council grâce à son approche avec les parties prenantes pour créer une destination de tourisme durable. Røros a contrecarré la dégradation de l'environnement due à l'exploitation minière des années 70 par un plan de gestion qui engage et favorise la coopération des communautés locales, des autorités municipales et du secteur privé.

ACTIVITÉS

La Russie d'aujourd'hui au croisement des cultures

En juin 2012, le festival de musique du monde Menthe sauvage a accueilli plus de 10 000 personnes, malgré la pluie et la grêle. Le festival se tenait au centre culturel Ethnomir, dans la région de Kalouga. « L'idée essentielle du festival Menthe sauvage et d'Ethnomir est l'égalité de toutes les cultures indépendamment de leur niveau économique ou de leur statut international. »



Source : @Kommersant

Les festivaliers peuvent séjourner, entre autres, dans une maison sibérienne, une yourte ou une tente. En plus de profiter de la musique, ils ont l'occasion de danser comme les éleveurs de rennes, déguster des plats traditionnels, faire du pilates, de la poterie, de la calligraphie chinoise, etc. L'idée derrière le complexe culturel Ethnomir est de créer un immense territoire où les visiteurs pourront rencontrer le plus de cultures possible en quelques jours. Le festival Menthe sauvage vise à devenir le plus gros « carrefour des cultures » de la Russie.



Plan du site Ethnomir



Source : A-a-ah ! Moscow.

Forfait « Let the Locals Be your Guide »

L'entreprise McCarthy's Party Tours offre le forfait *Let the Locals Be your Guide* à l'échelle de la province de Terre-Neuve – Labrador. À partir de 1945 \$ par personne, elle propose un circuit de 12 jours avec guide local pour faire découvrir les attraits touristiques selon les influences historiques, écologiques et culturelles. Parmi les visites; côtes du Labrador, villages Viking, parc national Gros Morne, icebergs, baleines, villages de pêcheurs, etc.

Expédition pour adolescents à Churchill avec l'Institut Earthwatch

L'expédition *Climate Change at the Arctic's Edge* pour les adolescents a été nommée l'un des 50 meilleurs circuits en 2012 (*tours of a lifetime*) par le *National Geographic Traveller*. Ce séjour est offert en juillet pour une durée de 11 jours. La contribution minimale demandée est de 3 595 \$. Les adolescents accompagnent les scientifiques dans leurs tâches sur le terrain (suivi de la qualité de l'eau, de la faune, de la température, etc.). Cette expédition est aussi proposée à différentes périodes de l'année pour les adultes, incluant une activité de construction d'un igloo en hiver. Les voyageurs encouragent l'économie locale en prenant part à diverses excursions, sur terre ou sur mer, dans la région et en effectuant du bénévolat.

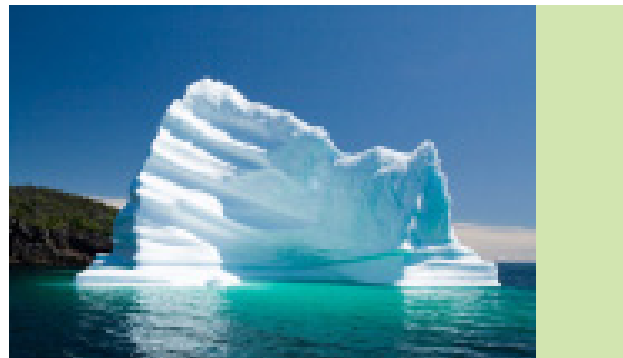
L'Institut Earthwatch est constitué d'un réseau de scientifiques, d'étudiants, d'éducateurs et de décideurs qui travaillent ensemble au bénéfice de la recherche scientifique internationale. Son champ d'intervention est axé sur différentes facettes de l'environnement, les changements climatiques et l'héritage culturel, soit les territoires sacrés et les systèmes de connaissances autochtones. L'organisme à but non lucratif Earthwatch supporte la recherche, l'éducation et la conservation dans le monde et dispose de quatre bureaux basés aux États-Unis, en Australie, au Royaume-Uni et au Japon.



Source : http://www.earthwatch.org/exped/kershaw_teen.html

La balade des icebergs à Terre-Neuve

« Une ville de 2 500 habitants située sur la côte nord de Terre-Neuve célèbre au printemps une migration des plus uniques: la balade des icebergs. Spécialement pour l'occasion, Saint-Anthony est l'hôte du [Festival de l'iceberg](#) qui, pendant 10 jours, met en vedette les plus gros glaçons de Dame Nature. » Cette année, le festival se déroulait du 8 au 17 juin.



Tiré du blogue des coups de cœur canadiens de la Commission canadienne du tourisme

MARCHÉS**Plus de Japonais au Yukon l'hiver dernier**

Whitehorse a connu une croissance du nombre de touristes l'hiver dernier, spécialement en provenance du marché japonais. Une agence de voyages a même reçu une augmentation de 80 % des réservations en comparaison à l'an dernier. Selon le directeur des opérations de Northern Tales Travel, des modifications au vol d'Air Canada seraient l'initiateur de cette hausse, en plus d'une offensive marketing plus marquée en Asie au cours des dernières années. Cette agence a même embauché six guides japonais pour faire office d'interprète. Cette année est également marquée par une activité solaire plus intense et plus fréquente dans le Nord, ce qui a certainement contribué à la multiplication des voyages pour admirer le phénomène des aurores boréales.

Y a-t-il trop de touristes dans les montagnes de l'Islande?

Selon un sondage effectué par Anna Dóra Sæþórsdóttir, professeure associée en études touristiques à l'Université d'Islande, de 25 à 40 % des randonneurs trouvent les sentiers trop achalandés dans la région centrale des Hautes Terres. Selon la professeure, tout est relié aux attentes de la clientèle; ces derniers ne s'attendent pas à côtoyer une masse de touristes en montagne éloignée. En Islande, certains sentiers populaires seraient sur le point d'atteindre leur pleine capacité durant la période estivale.

SOUTIEN AUX COMMUNAUTES**Découvrir la face cachée de la Russie**

La Russie a mis sur pied un programme de développement touristique à grande échelle à la fin de l'année 2011, accompagné d'un budget s'élevant à 12 milliards de dollars. Ces fonds seront injectés dans 48 des 83 régions du pays dans les infrastructures et le marketing. Une superficie de 50 000 kilomètres carrés a été désignée comme zone à développer au cours des 7 à 10 prochaines années. Ce projet vise à rendre accessibles les vastes régions éloignées en mettant en lumière leur culture distinctive locale.

Cliquer [ici](#) pour en connaître davantage sur le projet d'investissement de la Russie.

La Suède développe les attractions touristiques à coup de millions

Plus de 6,7 millions d'euros seront injectés au cours des cinq prochaines années dans cinq destinations touristiques de la Suède. Sur les quarante destinations qui ont soumis une demande de fonds, les cinq choisies ont démontré un meilleur potentiel sur le marché international et une plus grande diversité. Selon la ministre de l'Entreprise, elles seront transformées en destination d'expérience globale de haut niveau. Les projets choisis : le resort de ski Åre, la province côtière de Bohuslän, la ville de Kiruna en Laponie au-dessus du cercle arctique, la ville de Vimmerby au Sud et l'archipel de Stockholm.

LA NORDICITE EN IMAGES

Centre d'observation des rennes en Norvège

Ce pavillon d'observation a gagné un prix au festival d'architecture mondial de 2011.



Source : Facebook. Norwegian Wild Reindeer Centre Pavilion

Vidéo *Pioneering People - Upholding traditions, but moving forward*

Voici un court-métrage d'une durée de trois minutes produit par le producteur et photographe, David Trood, sur la vie quotidienne des Groenlandais.



Source : YouTube. *Pioneering People - Upholding traditions, but moving forward*

ENTREVUE AVEC UN INTERVENANT TOURISTIQUE

Brèves d'une entrevue avec Gord Gin, copropriétaire du Yellow Dog Lodge, dans les Territoires du Nord-Ouest. Il confie ses défis concernant la situation économique mondiale et ses espoirs envers la jeune génération de voyageurs.

Cette entrevue constitue la douzième étude de cas sur la Collection d'expériences distinctives (MD) de la Commission canadienne du tourisme (CCT).

Quel est le plus grand défi de votre entreprise aujourd'hui?

L'économie. Traditionnellement, la majorité de la clientèle des camps de pêche provenait des États-Unis. Comme la débâcle de l'économie américaine a réduit cette source de revenus, nous avons dû nous diversifier et offrir du kayak, de la randonnée et des séjours environnementaux. En ce moment, nous sommes prêts à essayer n'importe quoi pour continuer à faire progresser l'entreprise. Nous avons forgé des relations en Allemagne et en Suisse et trouvé des partenaires de marketing pour nous aider à promouvoir l'entreprise. L'excellent travail effectué par l'office du tourisme des T.N.-O., notamment sur ses sites Web, ne se traduit pas nécessairement par des ventes. Je tiens réellement à dépenser mon budget de marketing de la bonne façon. Inutile de faire du marketing pour faire du marketing.

Avez-vous déjà travaillé avec la CCT?

Seulement depuis le printemps 2011. Avant cela, je collaborais en général avec le gouvernement territorial et des sociétés privées, à des fins de marketing et de promotion.

Parlez-nous de l'expérience Gîte en nature et traditions culturelles, inscrite dans la Collection.

La mentalité du gîte est différente de partout ailleurs. Dès que vous franchissez le 60^e parallèle, le temps semble ralentir. Vous n'êtes plus esclave de votre montre. Au lieu de cela, vous vous rapprochez de la nature et de vos racines. Oubliez la technologie : tout ce que les gens veulent, c'est échapper au monde moderne, oublier leurs problèmes et s'occuper d'eux-mêmes. Beaucoup sont attirés par la pêche, mais aussi par la possibilité de partager quelques jours calmes en famille ou entre amis. Nous accueillons souvent des hommes en quête de moments de qualité en compagnie de leurs fils et petits-fils. L'absence de pression qui caractérise les lieux attire aussi des présidents et des vice-présidents de grandes sociétés, désireux d'oublier leur BlackBerry. Plusieurs se découvrent des talents de photographes de la faune. Il faut dire qu'en ville, ces cadres supérieurs ne voient pas souvent d'orignaux et d'ours dans leur habitat naturel. Les sorties en kayak sont mémorables, et tout le monde aime la randonnée. Enfin, les visiteurs peuvent découvrir l'histoire et le patrimoine de la région.

Quel genre de voyageurs votre entreprise attire-t-elle?

Nous ciblons surtout les familles avec de jeunes enfants. Comme les cadres supérieurs les mieux nantis délaissent progressivement les vacances traditionnelles axées sur la chasse, la pêche et la photographie, le marché change. Notre philosophie consiste à cibler les enfants. Ce n'est peut-être pas payant pour le moment, mais ça le deviendra dans 30 ans, quand ils voudront tous revenir.

Selon vous, avec quels marchés étrangers en particulier le Yellow Dog Lodge pourrait-il trouver une nouvelle clientèle grâce à la Collection d'expériences distinctives^{MD}?

Nous voulons cibler l'Allemagne et le Japon. Par notre association avec l'industrie minière de Yellowknife, nous pourrions aussi cibler l'Australie. Les Australiens qui travaillent pour de grandes sociétés minières telles que BHP Billiton ou Rio Tinto viennent parfois habiter aux T.N.-O. pour trois ou quatre ans.

[Lire l'entrevue complète](#)

VEILLE ÉVÉNEMENTIELLE - CALENDRIER 2012

JUILLET	5th International Lake Tourism Conference Olsztyn, POLOGNE <i>3-6 juillet 2012</i> http://wosir.uwm.edu.pl/uploads/files/rozne-2012/5th-international-lake-tourism-conference-.pdf
SEPTEMBRE	International Conference on Tourism, Climate Change and Sustainability Bournemouth, ROYAUME-UNI <i>13-14 septembre 2012</i> http://www.bournemouth.ac.uk/tourism/news-and-events/events/conferences/climate-change-2012.html
	Innovation for Sustainability (IS2012) Porto, PORTUGAL <i>27-28 septembre 2012</i> http://www.ulusiada.pt/is2012/
OCTOBRE	International 20th Anniversary conference seeking local and regional sustainability “Pearls of the Coniferous Forest” Joensuu, FINLANDE <i>30 octobre au 2 novembre 2012</i> http://www.kareliabiosphere.fi/in_english/conference/

RÉFÉRENCES

Actualité

HVS. [Northern Canadian Hotel Markets](#), Canadian monthly lodging outlook, février 2012.

Travel Daily News. [Abercrombie & Kent launches North America brochure](#), 6 mars 2012

Newfoundland Labrador Canada. Department of Environment and Conservation. [Becoming An Outdoors Woman Program](#)

TravPR.com. [Quark expeditions offers first carbon neutral voyages in polar travel history](#), Online Travel News Distribution, 12 avril 2012.

TTG Nordic. [Destination in Norway wins major award](#), 19 avril 2012.

Activités

Gonzales, Daria et Elena Potapova. [Au croisement des cultures](#), La Russie d'aujourd'hui, 7 juin 2012.

Auroville. [Auroville Festival in Russia - a report](#)

Rubnova, Elena. [Ethno-World in Russia](#), Passport Moscow, février 2010.

[McCarthy's Party, Let the Locals Be your Guide](#)

Earthwatch Institute. [Climate Change at the Arctic's Edge](#)

Loftus, Margaret. [Best Tours in North America](#), National Geographic, Traveler Magazine's 2012 Tours of a Lifetime.

Scalza, Remy. [Voir des géants des glaces de près](#), Blogue des coups de coeur canadiens, centre des médias de la Commission canadienne du tourisme , 5 juin 2012.

Marchés

Eye on the Arctic. [Tourism to Canada's Northwest Yukon territory increasing](#), written by CBC news, 22 février 2012.

Iceland Review Online. [Tourists Find Iceland's Highlands Crowded](#), Daily News, 4 juin 2012

Soutien aux communautés

TTG Nordic. [Sweden spends millions to improve tourist attractions](#), 6 juin 2012.

Russian Federal Agency for Tourism. [Off the beaten track: hidden Russia revealed](#), 28 avril 2012.

La nordicité en images

World Buildings Directory. [Norwegian Wild Reindeer Center Pavillon](#)

YouTube. [Pioneering People - Upholding traditions, but moving forward](#)

Entrevue avec un expert

Commission canadienne du tourisme. [Douzième étude de cas sur la Collection d'expériences distinctives \(MD\) : Yellow Dog Lodge](#), 27 février 2012.