



Colloque : *La recherche, un apport
pour le tourisme en milieu autochtone*

DEUT / CIFORT UQAM et DIALOG

*Élaboration et mise en œuvre d'un concept
de développement touristique et culturel à
Kimmirut, Nunavut*

29 novembre 2006

Marie-Andrée Delisle

www.madelis.com

Nunavut, le territoire

- Le Nunavut : gouvernement inuit autonome depuis 1999
- Sa superficie: 1/5^e du Canada
- Population de 29 000 personnes – 85 % Inuit
- Territoire de 1,9 million de km²
- 60 % de la population a moins de 25 ans
- Les autochtones au Canada: moins de 3 % de la population totale

Nunavut, le territoire



Kimmirut, le village

- Petit village de 400 personnes, sur l'île de Baffin, juste au sud du Cercle Arctique
- À 30 minutes de vol de la capitale Iqaluit ou 1 journée de motoneige en hiver ou 10-13 heures de bateau en été
- Moyenne de -30 degrés C en janvier et $+ 10$ degrés C en juillet
- Pouvoirs gouvernementaux administratifs non décentralisés
- Un mode de vie traditionnel; des artistes

Kimmirut, le village



Kimmirut, à l'orée du parc Katannilik



Kimmirut, Nunavut

- Du tourisme qui interpelle qui et quoi ?
 - Instances gouvernementales : développer les communautés au niveau économique
 - Affaires indiennes et du nord – financement disponible
 - Agent de développement économique : un lien essentiel pour son rôle dans la communauté
 - Non décentralisation des pouvoirs = peu d'emplois bien rémunérés + degré élevé de chômage
 - Traditions à transmettre des aînés aux jeunes
 - La communauté : il y a volonté de se diversifier mais l'implication dans les processus et l'engagement dans les opérations est sporadique
-

Kimmirut, le concept

- Le concept vise à intégrer toutes les facettes de la vie courante dans une offre touristique modeste mais exotique avec gîte chez l'habitant pour faciliter l'interculturalisme
- Il se veut un pont entre le monde moderne et les activités traditionnelles
- Le but est de faire ressortir les éléments culturels et patrimoniaux passés et présents, de manière à les perpétuer au sein de la communauté et amener une diversification économique

Kimmirut, les enjeux

- Impulsion du milieu (contexte socio-culturel et économique)
- Impulsion de l'extérieur (financement et intérêt pour le développement culturel plutôt qu'environnemental)
- Changements climatiques
- Défi de la langue
- Coût de la vie
- Coût des prestations touristiques

Coût de la vie au Nunavut



Kimmirut, la démarche

- Consultation auprès des aînés sur le projet
- Consultation auprès de la population locale et de l'agent de développement économique
- Évaluation de l'offre : qualité du produit, éléments distinctifs à faire valoir, etc.
- Évaluation de la demande – on cible la clientèle francophone internationale
- Ébauche d'un concept susceptible d'être commercialisé, donc structuration de l'offre

Kimmirut, les consultations



Kimmirut, la démarche (suite)

■ Développement du concept

- Approches (évaluation sur le terrain; consultations, rencontres de sensibilisation, formations)
- Nature des produits proposés : le concept culturel
 - Structuration de l'offre : programme activités / hébergement en famille
 - Expérience polaire
 - Rencontre culturelle
 - Faire vivre un rêve ...

Kimmirut, quelques activités



Kimmirut, constatations

- Rapport visiteur-visité
 - Paramètres de l'offre : degré d'exotisme; langue; animation / interprétation
 - Degré d'exotisme vs contexte moderne
 - Besoin d'adapter l'offre à la demande
 - Demeurer authentique
 - S'adapter aux exigences de l'industrie touristique
 - Besoins et attentes des clientèles touristiques très différents des travailleurs et fonctionnaires déjà visiteurs
 - Questionnement: authenticité et spontanéité vs mise en tourisme
-

Kimmirut, les besoins

- Nécessité de cerner les paramètres de l'accueil, des activités et des opérations
- Formation d'un formateur et d'un coordonnateur au Sud : village d'accueil, interprétation autochtone, projet d'économie sociale ...
- Formation auprès des familles hôtes et des guides: accueil, sécurité, confort, aménagements, différences culturelles
- Formation en matière d'interprétation du milieu social, culturel et naturel
- Budgétisation pour certains aménagements intérieurs (draps, lampe et table de chevet...)

Kimmirut, les défis

- Difficulté à extirper le quotidien exotique dans un cadre moderne
- Problématique de langue: en majorité, les aînés ne parlent que l'inuktitut
- Prix demandés non concurrentiels
- Rusticité versus confort, promiscuité
- Efforts à fournir pour garder vivant le mode de vie traditionnel auprès des jeunes: ici, on chasse et on pêche pour manger, se vêtir, se chauffer
- Constance et fiabilité du produit à être constamment rappelés



Kimmirut, les contraintes

- Qualité souhaitée dans un rapport produit/prix :
 - Le contenu de l'expérience vs le prix demandé
- Concurrence (temps, distance, trophée, coût)
- Antécédents (tourisme d'affaires)
- Courtes saisons touristiques :
 - Saison d'hiver en avril et mai; saison d'été de juillet à septembre
- Aléas de la température

Kimmirut, organisation locale

- Structuration de l'offre / Organisation locale :
 - Structures administratives à mettre en place, degrés de fiabilité (perspective circulaire plutôt que linéaire)
 - Contenu ou élaboration du programme difficile à cerner
 - Coordination vente / livraison, à l'aide d'une agence réceptive et d'un coordonnateur sur place
 - Qualité des éléments de base à mettre en relief
 - Nécessité de partenariat pour la mise en marché et la commercialisation: à chacun son expertise !

Kimmirut, les bénéfiques entrevus

- Amène un apport économique modeste dans les premiers temps (quelques familles hôtes seulement)
 - Rehausse l'estime de soi des jeunes tiraillés entre le monde traditionnel et le monde moderne
 - Accroît le sentiment d'appartenance à la communauté
 - Renoue avec les traditions
 - Favorise la transmission du savoir
-

Kimmirut, la mise en marché avec un partenaire allochtone réceptif

- Le partenaire de commercialisation:
 - Odyssée Nunavut (filiale de l'Association francophone du Nunavut)
- Son rôle:
 - Coordination des ventes, promotion, représentation, commercialisation, gestion des opérations
- Les efforts déjà engagés:
 - Soirées boréales à Montréal
 - Expositions à travers l'Europe et le Canada
 - Jumelage avec la région Rhône-Alpes
 - Plan de marketing et de commercialisation
 - Membre de Nunavut Tourism et autres

Kimmirut, avec son partenaire réceptif

- Paramètres de mise en marché et de commercialisation du partenaire réceptif
Odyssée Nunavut :
 - Ententes avec les familles, avec les guides, etc.
 - Efforts de vente avec entre autres la Commission canadienne du tourisme à Paris
 - Calcul des coûts et transactions (clients, familles...)
 - Contrôle de qualité
 - Assurances
 - Suivis de dossiers et de représentation
 - Site web et dépliant en production

Kimmirut, résultats progressifs

- Sensibilisation des familles hôtes et de la population locale aux différents aspects du programme culturel
- Structuration de l'offre par étapes
- Ententes de partenariat avec:
 - Les familles (contenu, conditions, prix)
 - L'Association des chasseurs et pêcheurs (assurances, équipements, ...)
 - Nunavut Tourism
- Intégration des Inuits de Kimmirut dans les efforts de commercialisation
- Projet pilote en voie de s'étendre à d'autres villages

Kimmirut, résultats progressifs (suite)

- Partenariats avec l'industrie nécessaires pour :
 - Sensibiliser la communauté au phénomène du tourisme et en accroître les capacités et les habiletés
 - Bâtir des produits prêts à l'exportation
 - Faciliter l'accès aux marchés et à du financement
 - Former les individus au niveau de la gestion des affaires, de l'accueil et du service à la clientèle
 - Assurer des suivis en vue du contrôle de la qualité
 - Gérer une structure administrative au niveau des opérations (réservations, encadrement, paiements, suivis, etc.) et de l'administration (coordination, comptabilité, commercialisation)

Applications possibles / leçons apprises...

- Applications possibles en matière de développement du tourisme en milieu autochtone :
 - Retour sur les principes de base du tourisme communautaire : quelle expérience proposer ?
 - Nécessité de gouvernance participative et de consensus communautaire, ce qui prend du temps
 - Besoin d'identifier les segments de marchés pour mieux cibler la sollicitation
 - Préoccupation d'authenticité
 - Notions de rétribution pour les familles ou la communauté ?

Applications possibles / leçons apprises...(suite)

- Coordination sur place primordiale
- Rappel constant des prestations à fournir
- Promesse de livrer l'expérience implique des suivis répétés et rapprochés
- Plans B essentiels
- Patience et persévérance !

Kimmirut : Questions et remerciements



Marie-Andrée Delisle
Tourisme-Conseil
info@madelis.com