

TOURISME

MENSUEL DU TOURISME DU CANADA

Mars 2002

**Le déficit touristique
à son plus bas depuis 1986**

Le ministre de l'Industrie
annonce un investissement
dans le tourisme autochtone

Dossier : Écotourisme



Une généreuse nature

COMMISSION
CANADIENNE
DU TOURISME



CANADIAN
TOURISM
COMMISSION



Les spécialistes du transport dans le Nord depuis 4000 ans



Le Nord moderne ressemble étrangement à un attelage de chiens tirant un *qamutik*.

Le Nord est synonyme de tourisme d'aventure et d'occasions d'affaires que First Air a aidé à faire connaître au reste du monde. Notre flotte de 30 avions à réaction, y compris des 727 et des 737, rend cette frontière canadienne plus accessible que jamais, et le transport vers le Nord on ne saurait plus confortable. Nous sommes les spécialistes dans le transport dans le Nord et le seul transporteur aérien à offrir des vols réguliers vers 28 destinations, ainsi qu'une brochette complète de services d'affrètement. De plus, grâce à notre partenariat avec Air Canada, nos correspondances avec les principales grandes villes dans le Sud, dont Montréal, Ottawa, Winnipeg et Edmonton, se font de manière transparente.

**Choisissez First Air (7F)
La compagnie aérienne
du Nord!**

First Air affiche le code 7F dans tous les SRI du monde. Visitez notre site Web à l'adresse www.firstair.ca pour plus de détails.

Aéroplan

 **FIRST AIR**
THE AIRLINE OF THE NORTH





Éditorial

par Peter Kingsmill



Couverture : Des amateurs de kayak se prélassent dans une petite baie le long de la côte de la Colombie-Britannique, un paradis pour les écotouristes.

L'écotourisme : une activité naturelle au Canada

Le célèbre communicateur canadien Rex Murphy a déjà mentionné que l'écotourisme consistait à « voyager avec une conscience de yuppie ». Peut-être disait-il vrai : l'exploitant de club de canotage en Saskatchewan, Ric Driedeger, confie que « nos clients avaient l'habitude de prendre légalement un poisson pour déjeuner; aujourd'hui, nous devrions importer du poisson en conserve de n'importe où, pourvu qu'il ne provienne pas d'ici ».

Dans les pays dits « du tiers monde », on présente l'écotourisme comme une solution de rechange au tourisme de masse et à l'investissement massif dans des entreprises touristiques. L'écotourisme touche un marché en croissance qui cherche à vivre une expérience plus riche que les bains de soleil dans une station balnéaire et une expérience culturelle plus profonde que de se faire servir une consommation froide dans un grand verre par un serveur local sous-payé.

Définir l'écotourisme est devenu une tâche difficile. Chaque spécialiste universitaire a sa définition favorite. Les planificateurs de destination, les voyageurs et les groupes et organismes de conservation choisissent les définitions qui correspondent à leurs priorités en matière de gestion et de développement de produits. La plupart des définitions cependant répondent à deux objectifs louables : le tourisme devrait contribuer d'une certaine façon à la conservation des milieux naturels et au bien-être de la population locale.

Louables en effet. Rares sont ceux d'entre nous qui se soucieraient d'être laissés seuls une heure, et à plus forte raison pendant toutes leurs vacances, en compagnie d'une personne qui ne croit pas qu'il s'agit là de nobles objectifs. Mais c'est une tout autre question de déterminer si ces objectifs sont atteints, et cette question fera l'objet d'un grand débat à Québec en mai, durant la conférence de l'Année internationale de l'écotourisme (AIE). Ce ne sont pas toutes les destinations touristiques, ni tous les groupes environnementaux et certainement pas tous les groupes culturels qui sont satisfaits des promesses non tenues de l'écotourisme.

Le choix du Canada comme pays d'accueil de la conférence est opportun. Notre produit nature s'étend « d'un océan à l'autre » sur un territoire qui se caractérise par sa diversité naturelle et sa population peu abondante. Quelles que soient les imperfections qu'on lui attribue, la structure sociale, politique et économique du Canada suppose le partage de la prise de décision et des recettes. Quels que soient ses défauts, le Canada est depuis longtemps un chef de file de la protection des aires naturelles.

L'écotouriste archétype (si tant est qu'existe une telle créature) se sentira chez lui au Canada. 🍁

Peter Kingsmill, Rédacteur en chef

Table des matières

3 Éditorial

- Du bureau du Président
- Courrier des lecteurs

5 Dernières nouvelles

- Le déficit touristique à son plus bas depuis 1986
- Le ministre de l'Industrie annonce un investissement dans le tourisme autochtone
- Un chef d'orchestre ambassadeur du tourisme

7 Dossier

- Le Canada accueille le Sommet mondial de l'écotourisme à Québec
- Baleines en direct forme de véritables écotouristes
- Festival du tourisme de plein air à Montréal
- L'écotourisme dans une réserve de la biosphère
- À qui la nature? Un débat en C.-B.
- Célébration des montagnes du Canada
- L'écotourisme à Toronto
- La sécurité touristique au programme du Yukon
- L'escalade de glace
- Après les parcs, voici les aires marines de conservation
- La technologie au service du contact avec la nature
- De nouveaux horizons pour le tourisme durable?
- L'écotourisme au Québec

13 Industrie

- La gestion du risque en tourisme
- Fusion de deux programmes de marketing
- Les guides enrichissent l'expérience du tourisme d'aventure
- Élaboration d'une stratégie de gestion écologique
- Toronto accueillera le congrès mondial des réunions d'affaires
- Principales activités de la CCT – Avril et mai 2002

15 Recherche

- Les dépenses touristiques dans les parcs : l'exemple du parc Algonquin
- Nouvelles publications
- Guide mensuel des données sur les voyages et le tourisme
- Rapport sur le secteur des voyages
- Faits saillants de l'Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs

17 Tourisme en bref

18 Nos gens

TOURISME

MENSUEL DU TOURISME DU CANADA

Mars 2002, volume 6, numéro 2
ISSN 1499-5735

TOURISME est une publication de la Commission canadienne du tourisme en collaboration avec l'industrie du tourisme du Canada.

■ Industrie touristique canadienne

Vision – Le Canada sera la meilleure destination quatre-saisons offrant à ses visiteurs un contact privilégié avec la nature ainsi qu'avec ses diverses cultures et collectivités.

Mission – L'industrie canadienne du tourisme s'engage à offrir, tout au long de l'année, des expériences culturelles et récréatives de classe mondiale en favorisant la préservation de ses principaux atouts que sont la propreté, la sécurité et les

grands espaces. Le respect, l'intégrité et l'empathie guideront l'industrie dans cette entreprise.

■ Éditeur par intérim

John W. Yan
Commission canadienne du tourisme
235, rue Queen, 8^e étage, Tour ouest
Ottawa ON K1A 0H6
yan.john@ctc-cct.ca

■ Rédacteur en chef

Peter G. Kingsmill
112 – 2nd Ave. East
Hafford SK S0J 1A0
Tél. : 306.549.2258 – Téléc. : 306.549.2199
peter.kingsmill@ecocanada.ca

■ Tirage

Tél. : 613.954.3884 – Téléc. : 613.946.2843
tourisme@ctc-cct.ca

■ Conception

Séguin Labelle Communication
733, boul. St-Joseph, bureau 320
Hull QC J8Y 4B6
Tél. : 1 877.505.2110 – www.seguinlabelle.com

■ Imprimerie

Imprimerie St. Joseph M.O.M.
300, avenue Parkdale
Ottawa ON K1Y 1G2

■ Placement média/Publicité

APR Ltd.
Tél. : 416.363.1388 Téléc. : 416.363.2889
Atlantique/Ontario
Lindsey Wright – lwright@aprcanada.com
Québec
Erika Veh – eveh@aprcanada.com
Ouest/Nord
Julie Bell – jbell@aprcanada.com

■ Collaborateurs

Daryl Adair, Margaret E. Bowman, Patrice Corbeil,
Paul F. J. Eagles, Allen Edzerza, Adib Farhat,
Ghislain Gaudreault, Denisa Georgescu, Peter Kingsmill,
Maude Laliberté, Martha Plaine, Arden Redfern,
R. W. Sandford, Veronica Utovac, John W. Yan.

■ Abonnez-vous à TOURISME.

TOURISME – le mensuel du tourisme du Canada vous sera livré gratuitement de la Commission canadienne du tourisme!

Pour vous abonner, envoyez votre nom, le nom de votre organisme, votre adresse et votre adresse électronique en indiquant votre langue préférée à :
tourisme@ctc-cct.ca. Télécopieur : 613.946.2843

Si vous souhaitez que votre association touristique ou votre personnel reçoivent TOURISME, veuillez communiquer avec Lana Bérubé au 613.954.3884 pour déterminer comment nous pourrions recevoir la liste d'abonnement de votre association.

■ Publication canadienne disponible par la poste. Numéro de contrat de vente 40659111

Les points de vue et les opinions exprimés dans TOURISME sont ceux des auteurs et ne reflètent pas nécessairement ceux de TOURISME ou de la Commission canadienne du tourisme.

■ Your English copy of TOURISME is available by calling: 613.954.3883

COMMISSION
CANADIENNE
DU TOURISME



CANADIAN
TOURISM
COMMISSION



Le Grand Nord – tout blanc et encore vert ! par Jim Watson

Le Nord et le pré-Nord du Canada font partie des nombreux joyaux de l'industrie canadienne du tourisme. Nos trois territoires, ainsi que les villes et villages des zones septentrionales de nos provinces sont couverts de magnifiques paysages et de centaines d'endroits à visiter et à explorer. Récemment, j'ai eu le plaisir de visiter plusieurs villes et villages nordiques, et, depuis, j'apprécie encore davantage cette partie de notre pays.

L'été dernier, j'ai passé une partie de mes vacances au Yukon, après avoir pris l'avion pour Whitehorse et voyagé en auto jusqu'à Dawson City. Je rêvais depuis des années de visiter Dawson City : magnifiquement conservés et restaurés, ses bâtiments stimulent l'imagination et nous replacent dans l'ambiance de cette ville née de la ruée vers l'or.

Connue pour certaines attractions célèbres comme *Gaslight Follies* et *Diamond Tooth Gertie's*, cette destination touristique devrait figurer sur l'itinéraire de tous les Canadiens qui sont passionnés d'aventure et d'histoire. J'ai d'ailleurs bien hâte de m'entretenir avec **Nancy Huston**, notre nouvelle représentante du Yukon et de la Colombie-Britannique au sein du conseil d'administration, au sujet d'initiatives captivantes qui ont été lancées au Yukon.

À Yellowknife, j'ai été l'hôte d'un petit-déjeuner avec des représentants locaux de l'industrie du tourisme et j'ai été invité à une expédition de pêche sur le Grand lac des Esclaves, grâce à **David Grindlay** de l'association touristique des Territoires du Nord-Ouest. J'étais accompagné par le vice-président du conseil de la CCT, **David Morrison**, et j'ai trouvé le moyen de prendre deux grands brochets – pas si mal pour un « rat des villes »... La capitale du diamant de l'Amérique du Nord est littéralement un petit bijou de ville. J'ai été très impressionné par l'hospitalité et l'amabilité des résidents et je comprends maintenant pourquoi **Bob McLeod**, notre membre du conseil de la CCT originaire des T.N.-O., est si fier de sa terre natale.

À partir de là, j'ai voyagé vers l'Est pour visiter le Nunavut où j'ai rencontré des membres de l'industrie, à Iqaluit. Le point fort de mon séjour a été de me rendre à Pangnirtung, et d'explorer une station de chasse à la baleine datant du 19^e siècle. La tranquillité du Nunavut, ainsi que la splendeur de son paysage inaltéré ne peuvent qu'attirer les Européens et les Asiatiques en quête d'aventure.

Enfin, plus récemment, j'ai visité le Nord de l'Ontario et me suis adressé aux participants de la toute première

Conférence sur l'écotourisme, à Sudbury. Je me suis ensuite rendu à Espanola, à l'invitation du député fédéral de la région, **Brent St. Denis**, pour échanger des idées et des suggestions sur le marketing du tourisme et le développement de produits. Pour couronner le tout, j'ai ensuite effectué ma première randonnée en motoneige depuis plus de 25 ans, dans la splendide forêt du pré-Nord. Encore une fois, la bienveillance et la générosité de mes hôtes ont été incomparables.

Tous les ans, des milliers d'Asiatiques et d'Européens visitent le Nord pour faire de la motoneige ou du traîneau à chiens, aller à la pêche, observer les aurores boréales ou simplement pour se rincer l'oeil avec les paysages. Je souhaite qu'un plus grand nombre de Canadiens prennent la peine de visiter le

Grand Nord, cette année, pour en découvrir toute la majesté.



Je tiens à présenter mes remerciements les plus sincères à **Pat Corbett, Susan Bartlett-Nelson, Lucille Daoust, Craig Farrell, Grant Hooker** et **Donald Ziraldo**, qui ont achevé leur mandat à titre de membres du conseil d'administration de la CCT. J'aimerais également souhaiter la bienvenue à nos nouveaux membres du conseil, **Charles Lapointe, Nancy Huston** et **Susan Leblanc-Robichaud**. 🍁

Le président-directeur général,
Jim Watson



Photo : Commission canadienne du tourisme

Jim Watson et ses hôtes dans le Grand Nord (de gauche à droite) : Greg Logan (Nunavut Tourism); Joavee Alivaktuk (Alivaktuk Outfitting); et Sckayi Pswarayi (Nunavut Tourism).

Courrier des lecteurs

Excellente photo

Quelle magnifique photo vous avez publiée de Jack Hanna alors qu'il faisait la connaissance d'un béluga (*La CCT et Tourisme CB convainquent une équipe de tourisme de revenir au Canada*, numéro de décembre 2001). Mais à quel endroit, au juste, peut-on trouver des bélugas en C.-B. ? Seulement à l'Aquarium de Vancouver, là où se trouvait Jack Hanna dans cette photo.

Tout le monde peut effectivement vivre ce genre d'expérience inusitée grâce au programme de rencontre des bélugas mis sur pied par l'Aquarium de Vancouver.

Nous voulions aussi que *TOURISME* soit parmi les premiers à savoir qu'en juillet prochain, l'une de nos femelles bélugas, qui se nomme Aurora, doit donner naissance à un bébé béluga. Nous avons bien l'intention de vous tenir au courant !

Angela Nielsen
Gestionnaires des relations publiques
Centre des sciences de la mer
de l'Aquarium de Vancouver
Vancouver (Colombie-Britannique)

Laissés-pour-compte

J'ai reçu un exemplaire de *TOURISME*, l'autre jour, et l'article sur la motoneige occupait deux fois plus d'espace que le reportage sur

l'attelage d'hiver (novembre 2001). Ce n'est pas un hasard, la motoneige étant la seule activité touristique hivernale dont la légitimité soit acquise.

Les attelages de chiens ne sont pas appuyés par des multinationales qui donnent de l'emploi à des milliers de gens et qui ont le poids voulu pour influencer le gouvernement. Des millions de dollars puisés dans les poches des contribuables ont servi à leur préparer des pistes. Par contre, si un exploitant de randonnées en traîneau à chiens s'adresse au FPNO pour obtenir le financement nécessaire au défrichage des pistes, on le lui refuse parce qu'il est commerçant. Les banques ne considèrent pas qu'il

exploite une entreprise, parce qu'il est travailleur autonome.

Le problème le plus sérieux, c'est que l'industrie du tourisme ne nous prend pas au sérieux. Avec toute l'importance qu'on attache à l'intersaison, j'ai peine à comprendre pourquoi. 🍁

Doug Bruce
Raven's Watch Dogsledding/Eco Tours
Sundridge (Ontario)
www.ravenswatch.on.ca

Nous sommes toujours heureux de recevoir vos lettres. Écrivez-nous à tourisme@ctc-cct.ca

Le déficit touristique à son plus bas depuis 1986

Selon les résultats provisoires tirés du compte des voyages internationaux publiés par Statistique Canada, le déficit en matière de voyages internationaux a atteint au cours du quatrième trimestre le niveau le plus bas depuis celui enregistré au cours du troisième trimestre de 1986.

Cette baisse est surtout attribuable à une combinaison de facteurs, y compris les dépenses records de 16,3 milliards de dollars effectuées par les voyageurs étrangers au Canada en 2001, en hausse de 2,8 p. 100 comparativement à l'année précédente. Durant la même période, le nombre de voyages effectués par les Canadiens à l'extérieur du pays était en baisse de 8,4 p. 100. Ceux-ci ont dépensé 17,6 milliards de dollars lors de leurs

voyages internationaux, ce qui représente une baisse de 2,2 p. 100. En outre, les dépenses des voyageurs américains au Canada en 2001 représentaient une augmentation de 5,9 p. 100 par rapport à 2000, tandis que celles des voyageurs canadiens aux États-Unis étaient inférieures de 5,4 p. 100.

La baisse marquée des dépenses des voyageurs étrangers au cours du quatrième trimestre est la conséquence de l'impact des événements du 11 septembre. D'autre part, sur une base désaisonnalisée, la diminution du nombre de Canadiens voyageant à l'extérieur du pays a été en grande partie responsable de la baisse constante de la balance des paiements au cours des trois premiers trimestres. Sur une base annuelle, le déficit

en matière de voyages internationaux a atteint 1,3 milliard de dollars en 2001, soit une baisse de 38 p. 100 par rapport à la somme révisée de 2,1 milliards de dollars pour 2000. Il s'agit du déficit touristique le plus bas depuis celui enregistré en 1986, année de l'exposition universelle de Vancouver.

« Les efforts continus en matière de marketing déployés par la CCT, ses diverses initiatives en vue de fournir en temps opportun des analyses et

des renseignements approfondis, de même que ses programmes complets d'information et de commercialisation lancés promptement à la suite des événements tragiques de l'automne dernier permettent à l'industrie de parer aux temps difficiles et de prospérer, a déclaré Jim Watson, président-directeur général de la CCT. 🍁

Vous trouverez les données complètes de Statistique Canada à www.canadatourisme.com

Le ministre de l'Industrie annonce un investissement dans le tourisme autochtone



Photo : Commission canadienne du tourisme

Tourisme autochtone : de l'intérêt partout dans le monde.

Le ministre de l'Industrie, Allan Rock, a annoncé un investissement de 490 000 \$ du programme Entreprise autochtone Canada dans Équipe Canada du tourisme autochtone (ECTA), l'organisation nationale vouée au développement et à la promotion du tourisme autochtone. « Le tourisme culturel et l'écotourisme autochtones présentent de grandes possibilités », a déclaré M. Rock. «

L'investissement d'aujourd'hui contribue à la réalisation de cet objectif et est un excellent exemple de partenariat entre le gouvernement et le secteur privé pour stimuler la croissance des entreprises touristiques. »

Le financement vise diverses initiatives, dont la réalisation d'une étude sur l'état de l'industrie touristique autochtone, le regroupement des plans d'activités et de marketing des associations touristiques régionales autochtones et l'organisation de la conférence nationale annuelle sur le tourisme autochtone.

« Partout dans le monde, on manifeste un intérêt considérable à l'égard de la population autochtone et des diverses cultures du Canada », a mentionné Constance Jamieson, présidente de l'ECTA. « Cet investissement démontre que le gouvernement du Canada travaille avec les Autochtones au développement et à la maximisation du potentiel de l'industrie touristique autochtone. » 🍁

Un chef d'orchestre ambassadeur du tourisme

Le 22 janvier, Pinchas Zukerman, directeur des musiciens de l'Orchestre du Centre national des Arts (OCNA), a été nommé ambassadeur honoraire du tourisme canadien par le président de la CCT, Jim Watson. L'éminent virtuose et chef d'orchestre avait communiqué avec M. Watson pour lui offrir de contribuer à la mise en valeur du Canada durant ses nombreux voyages à l'étranger. « Je tiens à raconter l'extraordinaire beauté du Canada et si je peux parler à certains des dirigeants du milieu touristique durant ma tournée, je pourrai leur décrire de vive voix les merveilles du Canada comme destination touristique de premier plan », a déclaré M. Zukerman.



Photo : Denis Dreier, Commission canadienne du tourisme

« Ces apparitions sur le podium de célèbres et nombreuses salles de concert du monde représenteront des occasions sans nulle autre pareille de parler du tourisme au Canada », a mentionné M. Watson. Au cours des diverses escales de sa prochaine tournée, M. Zukerman rencontrera des voyageurs et des rédacteurs touristiques et les invitera à ses concerts avec des représentants des bureaux locaux de la CCT.

Dans la mesure du possible, M. Zukerman invitera aussi ces hôtes particuliers dans les coulisses. Cette prochaine tournée doit amener le nouvel ambassadeur honoraire du tourisme canadien au Japon, en Allemagne, au Pays-Bas, aux États-Unis et en Italie. 🍁

VILLE DE QUÉBEC (CANADA), 19-22 MAI 2002



Année internationale de l'écotourisme
2002



Sommet mondial de l'écotourisme

Sommet mondial de l'écotourisme



DERNIÈRE ANNONCE

COMMISSION
CANADIENNE
DU TOURISME



CANADIAN
TOURISM
COMMISSION



OMT • WTO • IEO



FNUP

Tourisme
Québec



Inscrivez-vous dès aujourd'hui !

Pour plus de renseignements : www.ecotourism2002.org



Le Canada accueille le Sommet mondial de l'écotourisme à Québec

Des délégués du monde entier se réuniront à Québec du 19 au 22 mai 2002 pour le *Sommet mondial de l'écotourisme*. On s'attend à ce que ce soit le plus grand rassemblement à ce jour d'intervenants dans le développement de l'écotourisme et le principal événement mondial de l'Année internationale de l'écotourisme (AIE). Ce sommet est une initiative de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et du Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUE). La Commission canadienne du tourisme et Tourisme Québec en sont les hôtes conjoints.

Le sommet aura pour objectif d'examiner la contribution possible de l'écotourisme au développement durable. Les délégués auront l'occasion d'échanger de l'information sur les pratiques exemplaires et les leçons retenues pour une planification, un développement, une gestion et une commercialisation durables de l'écotourisme.

Le PNUE et l'OMT ont défini et adopté quatre thèmes de discussion pour l'AIE. Pendant le sommet, les ateliers et les débats porteront sur :

- la politique et la planification de l'écotourisme : le défi de la durabilité;
- la réglementation de l'écotourisme : les responsabilités et les cadres institutionnels;
- le développement de produits, le marketing et la promotion de l'écotourisme : l'appui aux produits durables et aux consommateurs soucieux de la durabilité;
- la surveillance des coûts et des avantages de l'écotourisme : leur répartition équitable entre tous les intervenants.

Un certain nombre d'organisations canadiennes présenteront des exposés de quinze minutes pour faire valoir le point de vue canadien auprès des délégués.

Toutes les catégories d'acteurs – gouvernements centraux,

administrations locales, associations professionnelles et entreprises écotouristiques, organisations non gouvernementales s'occupant d'écotourisme et de problèmes d'environnement, institutions et spécialistes universitaires, organisations intergouvernementales et organismes de développement – sont invitées à présenter leur point de vue et leurs communiqués au sommet.

Les inscrits à la conférence recevront une version à jour du programme final du sommet, dont les noms de tous les orateurs, panélistes et modérateurs de chaque séance plénière et groupe de travail. En plus du programme principal, les délégués pourront visiter des expositions et participer à des stages intensifs, à des rencontres avec des professionnels et des universitaires et à des visites techniques de sites d'écotourisme. 🍁

Pour plus de renseignements, visitez le site www.bonjourquebec.com/ecotourisme ou communiquez avec Frank Verschuren, coordonnateur du développement des produits touristiques de plein air de la CCT, à l'adresse verschuren.frank@ctc-cct.ca.

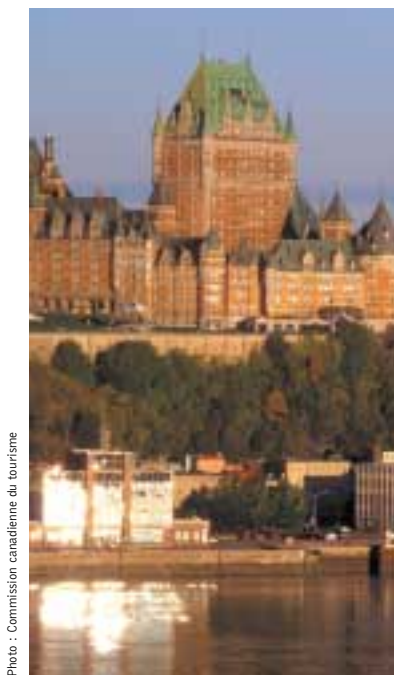


Photo : Commission canadienne du tourisme

La ville de Québec : l'hôte du Sommet mondial de l'écotourisme.

Baleines en direct forme de véritables écotouristes

par Patrice Corbeil

Les baleines du Saint-Laurent sont l'une des grandes richesses du patrimoine canadien, et sur elles repose une industrie écotouristique florissante. Tadoussac, à moins de 3 heures de route à l'est de Québec, est la capitale de cette industrie : plus de 300 000 touristes, 50 p. 100 de Canadiens et 40 p. 100 d'Européens, mais

baleines, a vu le jour grâce à l'appui du parc marin du Saguenay - Saint-Laurent, d'Alcan, de Développement Économique Canada et de Québec Maritime.

Déjà, plus de 500 sites spécialisés en tourisme et en nature ont un lien vers sa page d'accueil. De plus en plus, les



Photo : Commission canadienne du tourisme

Baleines en direct : un succès dans le secteur de l'écotourisme.

aussi de plus en plus d'Américains, tentent l'aventure chaque année.

Les baleines reviennent chaque été partout dans l'estuaire maritime et le golfe du Saint-Laurent, et attirent les visiteurs avides d'écotourisme dans ces régions du Québec. Une édition récente du *USA Today* liste le Saint-Laurent parmi les 10 meilleures destinations en Amérique du Nord pour observer les baleines.

Pour promouvoir cette industrie, la publicité ne manque pas, tant du côté des organismes gouvernementaux que du côté des intervenants privés. Afin de mieux préparer les touristes et d'en faire de véritables écotouristes, le Groupe de recherche et d'éducation sur les mammifères marins (GREMM) a créé le site Internet *Baleines en direct*.

Cette initiative de GREMM, un groupe à but non-lucratif voué à l'éducation et à la recherche sur les

intervenants touristiques liés aux baleines du Saint-Laurent, les hôteliers, restaurateurs ou organisateurs de croisières s'approprient cet outil pour bonifier leur service à la clientèle.

De plus, le site est une fenêtre de choix pour consulter la carte des *Nouvelles du large*, qui fait voir en un coup d'œil où sont les baleines.

Cette carte est mise à jour grâce à un réseau d'observateurs recrutés parmi les intervenants touristiques. Plus de 1 500 abonnés de partout dans le monde reçoivent le bulletin des primeurs chaque semaine.

De leur côté, les touristes trouvent dans ce site Internet un outil crédible pour garder un lien avec cette expérience inoubliable. *Baleines en direct* est un exemple de partenariat réussi. 🍁

Pour plus de renseignements, www.baleinesendirect.net

Festival du tourisme de plein air à Montréal

Au cours des dix dernières années, les industries nord-américaines de l'écotourisme et du tourisme d'aventure ont connu une croissance notable. La province de Québec ne fait certainement pas exception et fait œuvre de pionnier dans le domaine grâce aux produits touristiques qu'elle offre et au nombre élevé de ses adeptes.

C'est dans ce contexte que se déroulera du 18 au 20 mai 2002 le premier *Festival du tourisme de plein air, du tourisme d'aventure et de l'écotourisme*. L'événement est créé précisément pour les amateurs de la nature afin de satisfaire leur passion du plein air et de l'écotourisme itinérant.

Les organisateurs affirment que le festival est un croisement dynamique entre un salon et un festival. Pour satisfaire les intérêts des participants et des exposants, le festival aura lieu dans un environnement naturel,

loin de l'agitation urbaine, au parc des Îles-de-Boucherville. Le parc est un splendide archipel de verdure sur le fleuve Saint-Laurent, tout près de Montréal.

Cet environnement convient magnifiquement aux rencontres et à l'évaluation de pistes de randonnée et de cyclisme et même de circuits marins.

Il n'y a pas d'autres coûts que le droit d'entrée habituel pour assister à l'événement. Les visiteurs peuvent comparer des pièces d'équipement de sport utilisées pour la randonnée, le canoë, le kayak, le camping et le cyclisme et peuvent même en faire l'essai. Les organisateurs disent que le festival offre une interactivité qu'on ne peut tout simplement pas trouver dans les salons intérieurs. 🍁

Pour plus de renseignements :
Stéphane Corbeil
stephane@espaces.qc.ca.

À qui la nature ? Un débat en C.-B.

La Colombie-Britannique est reconnue pour la beauté intacte de son arrière-pays, et aujourd'hui le gouvernement provincial accepte des douzaines de demandes d'entreprises touristiques qui souhaitent exploiter ces pics montagneux, ces vallées fluviales et ces lacs glaciaires toujours vierges.

Le ministre provincial Stan Hagan a indiqué que le gouvernement tenait sa promesse électorale de dénouer les choiniseries administratives qui menaçaient d'étouffer les petites entreprises. Le gouvernement provincial a dit qu'il voulait régler d'ici la fin de l'année financière les demandes accumulées et il a ordonné de traiter rapidement toutes les nouvelles demandes. M. Hagan a déclaré que son travail consistait à assurer un équilibre entre la protection de l'environnement et le développement de l'économie stagnante de la province et a indiqué que les électeurs lui avaient dit au cours de la campagne électorale du printemps dernier que les anciens gouvernements avaient trop insisté sur la protection de l'environnement.

Certains chasseurs, pêcheurs à la ligne, propriétaires de petites exploitations de villégiature et environnementalistes s'opposent à cette nouvelle entreprise et préviennent que la magnifique nature de la Colombie-Britannique « pourrait ressembler à un parc de stationnement » à moins de mettre un frein aux loisirs motorisés. La plupart des nouvelles demandes prévoient des activités en véhicule motorisé comme l'héli-ski et le ski en véhicule chenillé et les randonnées en motoneige et en véhicule tout-terrain. Même la B.C. Wildlife Federation et son ancien « adversaire » sur les questions relatives à l'accès aux ressources, la B.C. Guide Outfitters Association, ont adhéré à une coalition s'opposant au développement débridé. 🍁



Photo : Commission canadienne du tourisme

De nouvelles vagues en écotourisme.

L'écotourisme dans une réserve de la biosphère

par Daryl Adair

Peu de régions du Manitoba peuvent s'enorgueillir d'avoir la quantité et la diversité d'attractions écotouristiques et naturelles qu'offre la Réserve mondiale de la biosphère du Mont-Riding. La réserve de la biosphère fut créée en 1986 lorsque les 18 municipalités avoisinant le parc national du Mont-Riding ont présenté une demande de reconnaissance à l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO).

Les habitants de la région ont senti l'importance de travailler de concert au développement d'une économie durable et à la protection de la biodiversité de la région. Aujourd'hui, le président de la Réserve de la biosphère du Mont-Riding, John Whitaker, est fier du travail qui se fait. « Grâce à un budget annuel de 5 000 \$ de Parcs Canada, nous pouvons tout organiser, des séminaires d'une journée sur les produits chimiques agricoles et la gestion de barrages de castor au projet de classification des modifications du paysage », indique M. Whitaker. « Notre association nationale (l'Association canadienne des réserves de la biosphère) a fait la promotion de la gestion du développement touristique durable par l'entremise d'un club de produits créé il y a près de trois ans. »

Le bureau de la Parkland Tourism Association a dressé en collaboration avec la réserve de la biosphère une liste des fournisseurs de produits touristiques de la région. Selon le coordonnateur Kelly Swan, les visiteurs peuvent profiter

d'une quinzaine d'attractions écotouristiques et naturelles. Un séjour au Jim & Candy Irwin's Riding Mountain Guest Ranch permet d'aller photographier des orignaux, des élans, des ours et d'autres animaux sauvages de la région. Les visiteurs peuvent découvrir comment les premières nations vivaient de la terre au Anishinabe Village Camp and Cultural Tours à Lake Katherine. Birdtail Valley Outfitters offre des randonnées à cheval dans le parc.

Earth Rhythms met l'accent sur les expériences d'apprentissage plutôt que sur les expériences touristiques traditionnelles. En partenariat avec Elkhorn Resort, qui se trouve à proximité, et quelques aventuriers du plein air, l'entreprise propose des séances personnalisées de promotion du travail d'équipe et de motivation pour les sociétés, s'accompagnant d'éléments d'apprentissage uniques.

Winnipeg est actuellement le principal marché pour les produits de Earth Rhythms, mais l'entreprise travaille fort à la promotion de la région comme destination quatre-saisons dans des marchés internationaux (le Mexique en particulier) par le truchement de visites de familiarisation organisées avec certains partenaires dont Air Canada et les représentants commerciaux de la CCT. 🍁

Pour plus de renseignements sur Earth Rhythms :
earthrhythms@techplus.com.
Daryl Adair collabore souvent à la revue TOURISME : daryla@mts.net.

Célébration des montagnes du Canada par R.W. Sandford

Le Canada est un pays montagneux. On y trouve des chaînes de montagnes dans l'Est, le Nord et l'Ouest. Les Laurentides, les Appalaches et les monts Long Range font partie des chaînes de montagnes les plus vieilles de la planète. On trouve aussi des chaînes de montagnes spectaculaires dans l'Est de l'Arctique et sur l'île de Baffin. Le mont Barbeau, sur l'île d'Ellesmere, au Nunavut, est la plus haute montagne d'Amérique du Nord à l'est des Rocheuses. Le plus haut sommet du Canada, le mont Logan, fait partie de la chaîne St. Elias qui marque la frontière entre le Yukon et l'Alaska.

Au Sommet de la Terre à Rio de Janeiro en 1992, les régions montagneuses ont été reconnues comme d'importants réservoirs de biodiversité, zones du patrimoine culturel et châteaux d'eau planétaires. Les Nations Unies ont déclaré l'an 2002 *Année internationale de la montagne* dans l'espoir de voir les pays du

monde entier promouvoir la conservation et le développement durable des régions montagneuses.

Le Canada prend un important engagement à l'égard de la célébration de l'*Année internationale de la montagne*. Cette célébration est organisée par Parcs Canada et plus d'une centaine de partenaires des parcs nationaux de l'Ouest et du Nord canadiens et de leur périphérie. Par cette célébration, les partenaires qui soutiennent la stratégie touristique patrimoniale de Parcs Canada auront l'occasion de traduire les objectifs mondiaux de l'ONU en messages qui engageront les Canadiens et leurs visiteurs dans la compréhension et l'appréciation de nos montagnes. Ces messages portent sur l'importance des zones montagneuses pour le patrimoine écologique et culturel mondial, le rôle que jouent des prédateurs comme l'ours grizzly à titre d'indicateurs de la santé des écosystèmes des régions



Photo : Commission canadienne du tourisme

Les Rocheuses canadiennes : le développement durable des régions montagneuses.

montagneuses, la fragilité des zones et des ressources montagneuses et la nécessité de se doter de démarches de développement durable dans ces régions.

Cette initiative permettra aussi de rendre hommage à la façon dont les Canadiens travaillent pour assurer l'intégrité écologique dans les collectivités des montagnes, à l'intérieur et

en périphérie de nos parcs nationaux et dans les parcs provinciaux, les zones protégées et les aménagements forestiers provinciaux et territoriaux polyvalents environnants. 🍁

Pour plus de renseignements :
www.yearofmountains.ca ou
communiquez avec Bob Sandford
sandford@yearofmountains.ca



Photo : Commission canadienne du tourisme

La sécurité touristique au programme du Yukon

Le D^r Peter Tarlow, spécialiste de la sécurité touristique, retournera au Yukon pour prononcer le discours-programme à la conférence annuelle de l'association de l'industrie touristique, qui aura lieu du 18 au 20 avril 2002. M. Tarlow est l'auteur de plusieurs livres et publications sur la sécurité en tourisme et il est le chef de la sécurité du Bureau of Reclamation, département de l'Intérieur des États-Unis. En 2000, M. Tarlow avait présenté un atelier sur l'application de la loi et la sécurité dans un environnement touristique à des responsables de l'application de la loi, dont Parcs Canada, la GRC, des agents des pêches et des agents de conservation.

À la suite des attaques terroristes du 11 septembre 2001, la GRC et la CCT avaient fait le nécessaire pour que le message de M. Tarlow sur la sécurité soit transmis aux gestionnaires de club de produits à leur réunion annuelle en novembre à Ottawa. À cette occasion, le D^r Tarlow a souligné la nécessité d'offrir aux visiteurs des destinations sûres, en particulier en ces temps précaires qui, de son avis, ne sont pas près de se « normaliser ». 🍁

L'écotourisme à Toronto

La Green Tourism Association dans la plus grande ville du Canada est la première organisation à mettre l'accent sur le développement et la promotion du tourisme respectueux de l'environnement en milieu urbain (écotourisme urbain). Les promoteurs du tourisme urbain écologique ne se trouvent pas qu'à Toronto. Rachel Dodds, gestionnaire du marketing et du développement des entreprises pour l'association, a été l'oratrice principale à la première conférence mondiale sur l'écotourisme urbain qui a eu lieu en

décembre en Israël, en préparation de l'*Année internationale de l'écotourisme* en 2002.

L'association a pour mission d'élaborer et de cultiver « une industrie touristique écologique dans la région de Toronto; une industrie respectueuse de l'environnement qui favorise l'appréciation et le respect du patrimoine culturel et naturel diversifié et renforce les économies et les collectivités locales ». 🍁

Pour plus de renseignements :
www.greentourism.ca.

Écouvrez la beauté naturelle et les diverses cultures du nord du Québec et de l'Ontario. Venez faire partie de nos aventures de plein air et d'apprentissage de haute qualité. Vous serez étonnés de vos découvertes!

www.ecoaventures.ca

Commencez votre aventure en ligne, ou composez le

1-866-326-9453

Le Nord vous appelle.



L'escalade de glace : sans montagne.

L'escalade de glace

L'escalade de glace gagne en popularité comme produit d'aventure hivernal. Le deuxième *Festival des glaces annuel de Montreal River* a offert quelque 35 possibilités d'escalade glaciaire à plus de 50 participants. Par suite de la publication en 2001 du nouveau guide « Superior Ice », édité par Granite, de nombreux grimpeurs visitent la région en provenance du Michigan, de l'Ohio, de l'Indiana et de l'Illinois.

La saison 2001 était la première pour l'escalade de glace dans la région et elle a attiré plus de 800 jours-grimpeurs. Cette région, où 86 parois de glace se sont formées contre les falaises de granit entre Batchawana Bay et la rivière Agawa, acquiert rapidement la réputation de « terre promise pour l'escalade de glace ». ❄️

Pour plus de renseignements : www.climbingcentral.com.

Après les parcs, voici les aires marines de conservation

Il y a plus d'un siècle, le gouvernement fédéral créait le premier réseau de parcs nationaux du monde. Aujourd'hui, les parcs nationaux du Canada illustrent l'engagement du pays envers la nature, et les législateurs ont maintenant entrepris de protéger et de promouvoir l'extraordinaire patrimoine marin du Canada.

La loi adoptée en novembre 2001 permet la création d'un réseau représentatif d'aires marines de conservation pour contribuer à la préservation de la biodiversité, à la promotion d'un écotourisme de classe internationale et pour offrir à tout le monde des occasions de comprendre, de respecter et d'apprécier la faune et la flore et les paysages marins du Canada. Une fois complété, le réseau de 29 aires marines de conservation s'étendra du détroit de Georgia et de la plate-forme de la Reine-Charlotte aux Grands Bancs en passant par le bassin arctique, la baie d'Hudson et les cinq Grands Lacs.

Après sa création, une aire marine de conservation ne peut être supprimée sans un vote du Parlement. Selon la ministre du Patrimoine canadien, Sheila Copps, « la création de chaque nouvelle aire marine de conservation nécessitera un consensus et un partenariat avec les provinces et les territoires, les peuples autochtones, les collectivités locales, les industries d'exploitation des ressources et les exploitants touristiques ». ❄️

Alliance canadienne du tourisme sportif

CONGRÈS DES ÉVÉNEMENTS SPORTIFS

2 0 0 2

Le sport, moteur de développement économique

« Le congrès est, selon moi, le meilleur moyen pour les organismes de sport de jumeler leurs manifestations sportives respectives avec les municipalités hôtes canadiennes. Ce rassemblement offre de remarquables possibilités de réseautage en vue de développer des partenariats entre sport et tourisme. »

Peter Montopoli, vice-président au marketing, Fiducie pour les événements de patinage

Du 11 au 13 avril 2002
Hôtel Delta Ottawa
Ottawa (Ontario)



4^{ème}
Congrès

Le plus grand rassemblement annuel au Canada de titulaires de droits d'organisation de manifestations sportives, d'organismes d'événements sportifs et de professionnels du tourisme.

Perfectionnez vos compétences professionnelles, échangez avec les principaux décideurs titulaires de droits d'organisation de manifestations sportives et tenez-vous au fait des tendances et questions d'actualités dans le secteur du tourisme sportif.

Le tourisme sportif, une industrie évaluée à des milliards de dollars annuellement, est le secteur touristique qui connaît la plus forte croissance au Canada.

**Un congrès à ne pas manquer.
Inscrivez-vous dès aujourd'hui!**

Pour plus de renseignements, envoyez un courriel à

rtraer@tourottawa.org

ou visitez le site

www.canadiansporttourism.com

La technologie au service du contact avec la nature

Un des centres touristiques du Canada les plus récemment créés a instruit et divertit des milliers de visiteurs au moyen d'une application novatrice de la technologie qui permet de mettre les gens en contact avec la nature. Le Centre écologique du Canada (CEC), un centre éducatif et de recherche forestière situé dans le parc provincial Samuel de Champlain, près de North Bay, en Ontario, a conçu une « expérience » nocturne qui fait appel à des appareils de vision nocturne de pointe et à la technologie du son parabolique pour une promenade dans les bois.

La randonnée permet de faire l'expérience concrète de ces technologies. Les participants parcourent la forêt à la recherche de découpages d'animaux grandeur nature pendant qu'un programmeur du CEC explique divers messages écologiques liés à l'habitat, à la conservation et aux caractéristiques des espèces. « Nous avons constaté que ces

technologies captivantes et divertissantes aident les gens à prendre contact avec la nature », déclare Bill Steer, directeur de l'éducation et de l'écologie.

Le centre utilise aussi des caméras numériques le jour. « Les visiteurs ont la capacité de partager leurs expériences quotidiennes avec les gens à la maison grâce aux connexions Internet à haute vitesse et aux ordinateurs installés dans chaque cabine. Notre caméra vidéo leur permet de se brancher visuellement avec la maison. La plupart des gens ne s'imaginent pas qu'une telle chose puisse exister au beau milieu d'un parc de conservation du milieu naturel. Nous avons un laboratoire informatique complet avec des écrans de 21 pouces où le photographe en herbe peut modifier ses images, les imprimer ou les sauvegarder. »

Les programmes qui font appel au système mondial de localisation (GPS)



Mettre les gens en contact avec la nature.

sont également populaires auprès des visiteurs. « Le GPS et les cartes numériques font de plus en plus partie de la vie de chacun », souligne M. Steer.

Des crédits d'études secondaires en sciences et en environnement, des camps pour les enfants et des programmes pour les réunions d'affaires et les petites conférences complètent les services du centre.

Le CEC profite de ses partenariats avec Elderhostel, Arts in the Wild, la Commission canadienne du tourisme et le Partenariat ontarien de marketing touristique. 🍁

Pour plus de renseignements : www.canadianecology.ca.

séguin labelle
communication

Créateurs et stratèges
 au service de vos affaires

PERFORMANCE

SOUPLESSE

STRATÉGIE

Notre agence certifiée ISO vous propose une gamme complète de services de communication, de marketing et de publicité dans les deux langues officielles.

733, boul. St-Joseph, bur. 320 — Hull [Québec] J8Y 4B6
 Téléphone: [819] 776.2110 — Télécopie: [819] 776.9523
 Sans-frais: 1.877.505.2110 — www.seguinlabelle.com

ISO 9001
certifié • certified

VENUES

Une entreprise de divertissement

OTTAWA

613.725.9888

TORONTO

416.487.0334

www.venues.ca

De nouveaux horizons pour le tourisme durable ? par Allen Edzerza

Photo : Terry Parker, Courtoisie de Northwest Territories Arctic Tourism.



Le tourisme durable au Yukon et au T. N.-O.

« *Kayeh nan* », qui se traduit par « patrie traditionnelle des Dénés kaskas », offre une occasion exceptionnelle de goûter des coutumes impérissables et des valeurs traditionnelles tout en profitant des avantages sociaux et économiques contemporains d'une économie durable. On m'a appris que les deux activités sont compatibles, essentielles à la survie de notre peuple et qu'elles se soutiennent mutuellement.

Ce territoire traditionnel kaska est un vaste trésor de 145 000 kilomètres carrés où l'on peut observer une

biodiversité parmi les plus originales sur terre. C'est aussi l'habitat de la plus importante concentration mondiale d'animaux de grande taille, soit 22 000 orignaux, 4 000 caribous, 15 000 élans, 7 000 mouflons de Stone et la plus forte densité d'ours grizzly au Canada.

Au centre du territoire déné kaska se trouve l'aire de gestion de *Muskwa-Kechika*, le plus grand district, à 4,4 millions d'hectares (la superficie de la Nouvelle-Écosse), sous administration publique en Amérique du Nord. Les scientifiques m'ont également dit que cette terre pourrait éventuellement accueillir une exploitation pétrolière et gazière de 500 millions de dollars par an et faire l'objet d'un développement minier et forestier exceptionnel.

C'est dans cette mosaïque remarquable, quoique exigeante, que les Dénés kaskas doivent protéger leur culture, conserver un mode de vie, préserver des collectivités et bâtir une économie stable pour les générations futures.

Je suis Tahltan mais ces trois dernières années j'ai eu l'honneur de travailler sous la direction des Dénés kaskas et en particulier de M. Dave Porter, ancien ministre du Tourisme et des Ressources renouvelables du Yukon, à l'élaboration d'un projet d'éco-développement stratégique dont profiteront les cinq collectivités de *Kayeh nan* ainsi que les économies de la Colombie-Britannique et du Yukon. Le tourisme durable, et notamment l'écotourisme, le tourisme d'aventure et éducatif et le tourisme culturel autochtone, sont devenus un principe fondateur de notre avenir économique.

Cet esprit de coopération et de partenariat s'est étendu récemment au lancement de notre *Modèle intégré de planification et de développement touristique durable kaska*. Cette initiative récente a éveillé l'attention de plusieurs partenaires importants, dont les gouvernements du Canada, de la Colombie-Britannique et du Yukon, l'industrie locale

(Foothills Pipeline) et la Commission canadienne du tourisme.

Contrairement au modèle de planification et de développement habituel ou courant, notre démarche s'appuie sur la connaissance traditionnelle des Dénés kaskas appliquée aux pratiques commerciales contemporaines responsables que nous comptons mettre en œuvre dans tout le territoire de *Kayeh nan*.

Notre programme touristique prévoit comme élément central la planification et la construction d'un « écovillage » (Liard Hot Springs) et son exploitation selon les pratiques de gestion respectueuses de l'environnement avec utilisation de l'énergie du courant et de technologies de conservation de l'eau. Situé sur la route de l'Alaska, il deviendra notre vitrine opérationnelle pour une industrie durable dans le contexte de nos valeurs écologiques traditionnelles. 🍁

Pour plus de renseignements : allen.edzerza@yt.sympatico.ca.

L'écotourisme au Québec

Entrevue avec le ministre responsable de la Jeunesse, du Tourisme, du Loisir et du Sport, monsieur Richard Legendre

TOURISME - M. le ministre, la ville de Québec sera l'hôte, du 19 au 22 mai prochain, du 1^{er} Sommet mondial de l'écotourisme. Pouvez-vous nous parler de l'importance du secteur de l'écotourisme pour le Québec ?

Richard Legendre – Le Québec a toujours attiré les touristes par les nombreux attraits et beautés naturelles qu'on retrouve à la grandeur de son territoire. Les touristes sont fascinés par l'étendue et la beauté de nos grands espaces. L'aménagement et le développement de notre réseau de parcs témoignent de l'intérêt soutenu du Québec.

La notion d'écotourisme proprement dite, caractérisée par la découverte de richesses naturelles par des activités d'éducation et d'interprétation, est relativement nouvelle au Québec comme ailleurs dans le monde.

Le phénomène a véritablement débuté avec les cinq associations touristiques régionales du Québec maritime qui y ont consacré beaucoup d'efforts au cours des dernières années. Depuis, il y a toute une dynamique, une synergie qui s'est créée autour de cette notion.

TOURISME – Et qu'en est-il de la diversité du produit ?

Richard Legendre – Pour l'instant, le produit est concentré dans les îles et sur les rives du Saint-Laurent. On n'a qu'à penser à l'observation des baleines et à la volonté de préservation qui entoure cette ressource. Le parc marin du Saguenay est un fort bel exemple de concertation qui allie éducation, préservation et retombées locales pour les riverains.

De plus, les parcs du Québec tendent de plus en plus à mettre sur pied des activités d'interprétation et d'éducation sur les territoires qu'ils administrent. Ça devient une préoccupation majeure.

Enfin, il y a un volet de préservation du patrimoine naturel et culturel



Photo : Tourisme Québec

Richard Legendre

important dans la notion d'écotourisme. Je pense en particulier aux cultures autochtones dont la présence est importante partout dans le monde, où il se fait du développement écotouristique. Le Québec, avec ses 11 nations autochtones réparties sur l'ensemble du territoire, dont la majorité ont conservé la langue et des traits culturels ancestraux, offre un intérêt majeur pour les écotouristes.

TOURISME – Quel rôle a joué *Tourisme Québec* dans le développement de l'écotourisme sur le territoire ?

Richard Legendre – Un rôle de leader et je peux vous assurer que

nous continuerons à assumer ce rôle de leadership en collaboration avec les autres acteurs de l'industrie. Au cours des dernières semaines, nous avons adopté une définition québécoise de l'écotourisme et une norme de qualité « écotourisme » qui permettra à nos entreprises de répondre aux attentes de plus en plus élevées de la clientèle. Je veillerai également à ce que *Tourisme Québec* élabore une stratégie de développement de l'écotourisme au cours de la prochaine année.

Il faut dire que l'annonce du premier Sommet mondial sur l'écotourisme s'est non seulement avérée une source de motivation inouïe pour les promoteurs en écotourisme du Québec et pour *Tourisme Québec*, mais a aussi été un catalyseur pour la concertation des intervenants. La perspective de mettre en valeur les beautés naturelles du Québec et de travailler avec les leaders mondiaux de cette industrie constitue une opportunité sans précédent pour le Québec. Nous attendons beaucoup de ce Sommet pour positionner le Québec comme une destination écotouristique exceptionnelle et unique. 🍁

Les guides enrichissent l'expérience du tourisme d'aventure

par Arden Redfern



Photo : Commission canadienne du tourisme

À la recherche de guides pour enrichir l'expérience.

Le nombre de touristes adeptes de la nature et de l'aventure et d'éco-touristes augmente sensiblement dans le monde entier. Du point de vue du nombre de visiteurs, cette forme de tourisme représente une plus grande proportion des clients internationaux que tout autre produit touristique canadien.

Cette croissance notable s'accompagne d'une demande de guides bien renseignés et adroits, capables d'assurer à cette forme de tourisme un caractère enrichissant, sûr et agréable. Le Conseil canadien des ressources humaines en tourisme (CCRHT) contribue à satisfaire la demande de guides compétents en proposant des lignes directrices pour le poste de guide d'aventure de plein air. Élaborées par des professionnels de l'industrie, les lignes directrices décrivent le rendement, les compétences, l'expérience et les connaissances nécessaires pour être un guide efficace. Elles portent sur le professionnalisme et le leadership, la capacité d'offrir une interprétation et une animation culturelles de qualité, la connaissance des consignes de sécurité et la gestion du risque.

Les lignes directrices et les programmes d'accréditation professionnelle sont utilisés partout au Canada pour enrichir le produit touristique d'aventure. En Saskatchewan, 250 guides de chasse et de pêche sportive en eau douce se sont inscrits aux programmes d'accréditation ces cinq dernières années par l'entremise du Saskatchewan Tourism Education Council, un

partenaire fondateur du CCRHT. Et au Québec, le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme et Aventures Écotourisme Québec travaillent de concert pour offrir un programme d'accréditation professionnelle aux guides d'aventure de plein air. Ces programmes s'appuient sur des normes nationales.

Après sa retraite comme agent de la police militaire, Howard Hennessey s'est inscrit à Discovery North – Centre for Business et au cours de formation des guides de plein air de l'Ontario Tourism Education Corporation, auquel sont intégrées les lignes directrices du CCRHT pour les guides de plein air. Après ce cours, M. Hennessey est devenu propriétaire de Paradise North Guide Service, qui offre des activités de tourisme d'aventure en pleine nature de même que des forfaits « chasseurs de stress » à Elliot Lake, en Ontario. Le forfait *Paradise Discovery* permet de faire un « apprentissage pratique » du camping, de l'orientation (carte et boussole), de la survie en milieu sauvage, de la gestion des ressources, de la purification de l'eau, des techniques de pêche de base, de l'identification de la faune/des pistes et de la cuisine en milieu sauvage. M. Hennessey est d'avis que la réussite de son entreprise est attribuable aux produits uniques qu'elle offre et à sa connaissance personnelle de la région, qu'il interprète pour les clients. 🍁

Pour plus de renseignements : www.cthrc.ca ou (613) 231-6949.

Fusion de deux programmes de marketing

Les programmes de marketing de la CCT, pour l'Europe et l'Amérique latine, ont été fusionnés. Cette décision a été prise après la tenue d'une analyse de rentabilisation et avec l'assentiment du conseil d'administration de la CCT; les activités de la CCT ont pris fin en Argentine à la fin de 2001, et le nouveau programme Europe/Atlantique couvre maintenant le Royaume-Uni, l'Allemagne et la Suisse, la France, l'Italie et les Pays-Bas, ainsi que deux marchés sud-américains (le Mexique et le Brésil). Sylvie Lafleur, membre du personnel de la CCT à Ottawa, est maintenant responsable du programme Europe/Atlantique.

La fusion a entraîné des modifications aux comités de travail de l'Europe et de l'Amérique latine (anciennement appelés comités exécutifs). Présidé par Sylvie Bourget (vice-présidente Marketing à Air Transat), le comité principal se nomme « Comité de travail Europe/Atlantique » et compte 11 membres. L'ancien Comité de l'Amérique latine se nomme maintenant « Sous-comité Europe/Atlantique », compte six membres, et est présidé par Alfredo Rost (président d'Incentours).

« Notre objectif consiste à maintenir la part de marché du Canada à 7,7 p. 100, le nombre de visiteurs à 2,6 millions et les recettes à 2,9 milliards de dollars, ainsi qu'à continuer à promouvoir le Canada à titre de destination quatre-saisons », déclare Sylvie Bourget.

Les nouveaux membres du comité de travail sont :

Réjean Lafleur, Directeur des marchés d'outre-mer à Tourisme Québec, Eugene Zakreski, Président et chef de l'exploitation du SPOMT, Steve Del Bosco, Vice-président du marketing à Via Rail Canada, et Pierre Germain, Directeur du marketing à Tourisme Yukon.

Dayna Lembcke, Gestionnaire du développement des marchés pour les voyages d'agrément à Tourisme Vancouver, Michel Gagné, Coordonnateur de marché à Tourisme Québec, et Roz Casey, Directeur de la sensibilisation à la destination dans les marchés d'outre-mer à Tourism Whistler ont accepté de se joindre au sous-comité. 🍁

La gestion du risque en tourisme

La CCT a publié un document sur la gestion du risque pour les exploitants de produits touristiques à risque élevé. Le *Guide en matière de gestion du risque et d'assurance à l'intention des industries du tourisme d'aventure, de l'écotourisme et du ski alpin* a été rédigé par RM Solutions en collaboration avec Cameron and Associates Insurance Consultants.

La CCT espère que ce guide permettra aux exploitants d'entreprises touristiques de mieux comprendre

en quoi consistent l'assurance et la gestion du risque pour qu'ils puissent se munir d'une protection adéquate à un coût raisonnable. La publication a été révisée par des exploitants de ces industries qui en ont jugé très favorablement le contenu. 🍁

Vous pouvez obtenir un exemplaire du Guide du Centre de distribution de la CCT (613) 954-1724 ou ctcdistributioncct@ctc-cct.ca. Le guide se trouve également à www.canadatourisme.com

Élaboration d'une stratégie de gestion écologique

Une des caractéristiques qui distinguent une entreprise écotouristique d'une exploitation conventionnelle axée sur la nature est le degré de méthodes et de pratiques écologiques. La plupart avanceraient que par définition un fournisseur de produits d'écotourisme doit avoir une politique environnementale fonctionnelle, appuyée par un ensemble de pratiques respectueuses de l'environnement.

Une de ces entreprises de tourisme d'aventure et d'écotourisme, *ECOadventures*, a constaté l'importance de l'élaboration d'une politique environnementale et d'une stratégie de gestion écologique. Avec le soutien financier d'une commission scolaire régionale, *ECOadventures* a retenu les services du consultant en planification touristique James MacGregor pour concevoir et organiser un atelier de planification stratégique de cinq jours pour son personnel et ses partenaires régionaux. « Je voulais offrir un programme de formation qui procurerait à notre entreprise un 'plan d'action' en gestion écologique et permettrait aux participants

de comprendre les pratiques et les connaissances qui constituent la bonne intendance de l'environnement dans l'industrie touristique », a déclaré M. MacGregor.

« L'élément crucial de l'élaboration d'un plan de développement touristique durable ou écologique consiste à repérer toutes les possibilités qui s'offrent à l'ensemble de l'entreprise et qui permettent, par la sensibilisation à l'environnement, l'éducation et la responsabilisation, d'atteindre les résultats escomptés selon un échéancier défini et dans les limites du budget établi », a indiqué M. MacGregor.

L'atelier, qui s'est tenu au Norwood Environmental Education and Conference Center, s'inscrivait dans un programme de 40 jours comportant également une formation en recherche et sauvetage et en sécurité des visiteurs. 🍁

Pour plus de renseignements :
James MacGregor -
ecoplannet@sympatico.ca ou
www.ecoplannet.com.

Toronto accueillera le congrès mondial des réunions d'affaires par Martha Plaine

L'association internationale des professionnels des réunions d'affaires (*Meeting Professionals International*, ou MPI) a décidé de tenir son populaire congrès éducatif mondial (*World Education Congress*) du 21 au 24 juillet, à Toronto, et 3 000 délégués y sont attendus. MPI est un réseau de 19 000 organisateurs de réunions d'affaires des États-Unis, du Canada, d'Amérique latine, d'Europe et du Japon. Établi à Dallas, au Texas, MPI est reconnu pour son engagement à l'égard de l'éducation et de la rigueur en matière de normes professionnelles. Il existe sept chapitres de MPI au Canada.

Bien que MPI organise souvent des événements de moindre envergure à l'extérieur des États-Unis, il est peu commun que MPI choisisse une

destination non américaine pour la tenue de son congrès mondial. En choisissant Toronto, MPI reconnaît que le Canada possède la capacité et les moyens d'accueillir une réunion d'affaires de grande envergure, et de le faire de façon impeccable.

La tenue d'un grand congrès de décideurs du secteur des réunions d'affaires représente une occasion en or pour Toronto, pour l'Ontario et pour l'ensemble du Canada, estime Barry Smith, président et directeur général du Palais des congrès du Toronto métropolitain. « Un événement de ce genre équivaut en fait au plus important voyage de familiarisation de l'industrie des réunions d'affaires », explique-t-il. « Nous aurons la chance de mettre le Canada en vedette et de prouver

PRINCIPALES ACTIVITÉS DE LA CCT – AVRIL, MAI 2002

DATE	EVENT	LOCATION	CONTACT
11 avril	Événements médiatiques de la CCT aux É.-U. Déjeuner des médias	San Francisco, É.-U.	Monica Campbell-Hoppe monica.campbell@ctc-us.com
28-30 avril	Canada Media Marketplace, 2002	Pasadena (Cal.), É.-U.	Monica Campbell-Hoppe monica.campbell@ctc-us.com Judy Love-Rondeau judy.rondeau@ctc-us.com
16 mai	Dîner pour les médias, É.-U.	Boston USA	Ralph Johansen ralph.johansen@ctc-us.com
21 au 23 mai	CTC - Europe Exposition et Conférences Réunions d'affaires, congrès et voyages de motivation européens (EIBTM)	Genève Suisse	Karl-Heinz Limberg limberg.karl-heinz@ctc-ct.ca



Photo : Commission canadienne du tourisme

Toronto : une destination de choix pour les réunions d'affaires.

pourquoi il est si avantageux de choisir notre pays pour tenir des réunions d'affaires. »

Les retombées positives d'un événement de cette ampleur rejaillissent bien au-delà des frontières de Toronto, et Bruce MacMillan peut en attester. Il est vice-président du marketing et des services numériques de MPI; jusqu'à tout récemment, il travaillait pour Tourisme Vancouver, un organisme qui a accueilli des congrès de moindre envergure tenus par MPI en 1994 et 1999. Dans les années qui ont suivi la visite des congressistes de MPI à Vancouver, la ville et l'ensemble de la province de Colombie-Britannique

en ont profité. Elles ont enregistré un nombre important de nouvelles activités commerciales, grâce aux relations qui avaient été nouées durant les congrès. M. MacMillan estime que les retombées se sont propagées au Canada tout entier : « La majorité des délégués étaient originaires des États-Unis, et beaucoup d'entre eux n'avaient jamais visité le Canada. Ils ont eu la chance de faire l'expérience directe des produits canadiens. » 🍁

Pour plus de renseignements,
www.mpiweb.org
www.mpiweb.org/education/wec ou
Leslie Wright, bureau de MPI
à Toronto, 905-567-9591.

Les dépenses touristiques dans les parcs : l'exemple du parc Algonquin

par Margaret E. Bowman et Paul F. J. Eagles

Sources des retombées économiques	Revenus de travail	Produit intérieur brut (PIB)	Emploi (ETP)
Infrastructure	0,7 million \$	0,9 million \$	15
Traitements et salaires	3,4 millions \$	3,9 millions \$	111
Biens et services	0,8 million \$	1,2 million \$	23
Visiteurs	8,1 millions \$	11,9 millions \$	301
Total	13,0 millions \$	17,9 millions \$	451

L'élaboration de normes généralement acceptées pour l'évaluation de la contribution des parcs à l'économie du Canada suscite de plus en plus d'intérêt.

Parcs Canada a conçu un outil uniforme d'évaluation des retombées économiques provinciales des parcs du Canada, outil qu'a perfectionné le ministère du Patrimoine canadien en collaboration avec le Conseil fédéral-provincial des parcs. Le *Modèle des retombées économiques provinciales* (MREP) est un modèle informatique convivial à l'intention des analystes et des gestionnaires de site du patrimoine ou de manifestation culturelle. Les principales données à intégrer au modèle sont les données budgétaires du parc et les données sur les dépenses des visiteurs. Le modèle présente les retombées directes et indirectes sur les revenus du travail, le produit intérieur brut et l'emploi.

Bowman (2001) a appliqué le MREP au parc provincial Algonquin, en Ontario. La Commission canadienne du tourisme, le ministère du Patrimoine canadien et Parcs Ontario ont financé l'étude. Des données sur les dépenses de cinq types différents de visiteurs ont été recueillies au moyen de sondages en 1999 et 2000. Les montants moyens de dépenses par nuit-personne pour chaque type de visiteurs ont été multipliés par le nombre annuel de visiteurs pour obtenir des estimations des montants totaux dépensés annuellement par chaque type de visiteurs. Les dépenses annuelles pour les cinq types de visiteurs étudiés ont été estimées à environ 20 millions de dollars.

Les visiteurs de jour sont ceux qui ont le plus contribué aux dépenses totales (38 %) avec des dépenses estimatives de 7,7 millions de dollars (710 \$ par groupe par voyage ou 208 \$ par jour-personne). Suivaient, à 24 p. 100, les automobilistes-campeurs, dont les dépenses se sont élevées à 4,8 millions de dollars (540 \$ par groupe par voyage ou 28 \$ par nuit-personne). Les visiteurs intérieurs ont dépensé 4,1 millions de dollars, soit 20 p. 100 des dépenses totales (450 \$ par groupe par voyage ou 29 \$ par nuit-personne). Les visiteurs des pavillons ont effectué les dépenses voyages par nuit-personne les plus élevées (1 600 \$ par groupe par voyage ou 118 \$ par nuit-personne) de ces quatre groupes mais ont contribué pour seulement 14 p. 100 des dépenses totales annuelles (2,8 millions \$) du fait qu'ils étaient moins nombreux.

Des données budgétaires pour le parc et pour l'organisation *Friends of Algonquin* ont également été recueillies à l'occasion de cette étude. Le tableau résume les retombées économiques provinciales directes et indirectes produites par les dépenses des organisations et des visiteurs.

Les retombées économiques provinciales produites par les dépenses du parc, les dépenses de *Friends of Algonquin* et les dépenses des cinq types de visiteurs ont été de 13 millions de dollars en revenus de travail, de près de 18 millions de dollars en PIB et de 451 années-personnes de travail à temps plein. Il s'agit là d'une estimation prudente. Nous avons utilisé des données modérées dans les calculs, et l'évaluation des retombées produites par des

douzaines de concessions exploitées à l'intérieur du parc dépassait le champ de cette étude, tout comme l'évaluation des dépenses des visiteurs en autocar et des utilisateurs des camps d'été.

L'estimation des dépenses annuelles totales des visiteurs a soulevé d'importantes questions liées aux méthodes

d'échantillonnage, à la cohérence des décisions relatives au traitement des données, au compte de visiteurs et aux unités de mesure différentes. Nous avons exploré de multiples éléments de complexité liés à la production de résultats cohérents et exacts. C'est la première fois que des calculs précis sont effectués pour le parc provincial Algonquin et il est à souhaiter que d'autres parcs suivent l'exemple. 🍁

Pour plus de renseignements :
Dr Paul F.J. Eagles
eagles@healthy.uwaterloo.ca ou
Margaret E. Bowman
mebowman@healthy.uwaterloo.ca

TOURISME
MENSUEL DU TOURISME DU CANADA

NUMÉROS SPÉCIAUX

TOURISME – Le mensuel du tourisme du Canada offre en 2002 un programme exceptionnel de dossiers spéciaux. Exploitez ces différents thèmes de l'industrie et soumettez des articles sur vos produits et services touristiques. Mieux encore, faites paraître une annonce dans *TOURISME* et joignez un auditoire de choix de plus de 64 000 lecteurs œuvrant dans ce secteur dynamique de l'économie canadienne.

Numéro	Première page	Date limite : Articles/Publicités
Mai	Les voies d'eau du Canada	25 mars 2002
Juin	Un été sans fin : les plages du Canada	26 avril 2002
Juillet-août	Tourisme sportif : Course dans les rues	27 mai 2002
Septembre	Foires d'automne	29 juillet 2002
Octobre	Aéroports : Les passerelles du tourisme	26 août 2002
Novembre	Visites culturelles et circuits-spectacles	30 septembre 2002
Décembre	Destinations magasinage au Canada	28 octobre 2002

PRÉVOYEZ UNE PUBLICITÉ DANS L'UN DE CES NUMÉROS SPÉCIAUX.

Communiquez avec nos chargés de compte :
Gary Forshaw ou Susan Taylor-Sheppard
Téléphone : 416-363-1388
Courriel : media@aprcanada.com

TOURISME

D'un océan à l'autre. D'une couverture à l'autre.

Rapport sur le secteur des voyages

Les agences de voyage et les voyageurs occupent une place très importante dans le réseau de distribution de l'industrie du tourisme. Leurs revenus bruts ont augmenté de 3,8 p. 100 en 1999, pour atteindre 11,4 milliards de dollars. Ces résultats sont tirés des derniers chiffres que Statistique Canada a dévoilés dans le cadre de son *Enquête annuelle sur le secteur des services de préparation de voyages*.

Plus de 5 000 agences de voyages ont offert de multiples services aux voyageurs : vente de billets, plans de voyage et réservations de services d'hébergement et de transport. Leurs revenus nets provenaient des commissions versées par les fournisseurs (lignes aériennes et voyagistes). En 1999, le revenu net du secteur des agences de voyages a chuté de 2,8 p. 100 par rapport à l'année précédente, pour atteindre 1,72 milliards de dollars. Fait important à signaler, 46 p. 100 des revenus ont été tirés des ventes de billets d'avion. Les commissions tirées de la vente de forfaits ont représenté 33 p. 100 de l'ensemble des revenus. Les frais de service prélevés ne pesaient pas très lourd (1,2 p. 100), mais ils ont

quand même augmenté de près de 20 p. 100.

L'Ontario et le Québec ont représenté près de 67 p. 100 de l'ensemble des revenus du secteur. Plus de la moitié (60 p. 100) provenaient des voyages d'agrément vendus à des ménages, tandis que 37 p. 100 étaient attribuables aux voyages d'affaires (entreprises et gouvernements).

En 1999, le secteur des voyagistes et des grossistes comptait près de 1 000 établissements. Très concentrés dans les 20 plus grosses entreprises, leurs revenus représentent plus de 63 p. 100 de ceux de l'industrie. Ces revenus ont progressé de 10 p. 100 en 1999 pour atteindre 4,7 milliards de dollars. L'exploitation de circuits touristiques a représenté 56 p. 100 des revenus. Les revenus tirés des activités de vente en gros ont représenté 44 p. 100 du total. Ce type d'entreprise est concentré en Ontario, au Québec et en Colombie-Britannique. Ces trois provinces ont produit 91 p. 100 de l'ensemble des revenus. 🍁

Pour plus de renseignements : adib.farhat@statcan.ca

Faits saillants de l'Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs

En 1999, les recettes du secteur de l'hébergement des voyageurs ont augmenté de 2,5 p. 100 par rapport à l'année précédente, atteignant 11,4 milliards de dollars. Les conditions économiques favorables aussi bien que la faible valeur du dollar canadien ont contribué à la croissance continue du tourisme au Canada. Ces résultats, contenus dans l'*Enquête annuelle sur l'hébergement des voyageurs* et dévoilés par Statistique Canada, sont les plus récents dont nous disposons à ce jour.

Les hôtels et les motels ont représenté près de 80 p. 100 de l'ensemble des revenus issus de l'hébergement des voyageurs. Près du tiers provenaient de l'Ontario. La

Colombie-Britannique s'est classée au deuxième rang, avec 20 p. 100, tandis que le Québec et l'Alberta suivaient, avec 17 p. 100 et 16 p. 100 respectivement.

Les maisons de chambre et les petits hôtels ont généré la majeure partie de l'ensemble des revenus (59 p. 100), suivis des aliments et boissons non alcoolisés (17 p. 100) et des boissons alcoolisées (14 p. 100). Les traitements, salaires et avantages sociaux se sont encore taillé la part du lion au chapitre des dépenses d'exploitation (30 p. 100 de l'ensemble des revenus). 🍁

Pour plus de renseignements : Veronica.Utovac@statcan.ca

GUIDE MENSUEL DES DONNÉES SUR LES VOYAGES ET LE TOURISME

ACTIVITÉ TOURISTIQUE	PÉRIODE DE RÉFÉRENCE	QUANTITÉ	VARIATION EN % PAR RAPPORT À 2000
TOURISTES AU CANADA			
Des États-Unis.	Janvier-décembre 2001	15 528 846	2,0
Par auto	Janvier-décembre 2001	9 889 006	4,6
Autre moyen de transport	Janvier-décembre 2001	5 639 840	-2,2
De l'étranger - total	Janvier-décembre 2001	4 109 209	-7,4
Royaume-Uni	Janvier-décembre 2001	849 048	-3,4
Japon	Janvier-décembre 2001	418 445	-17,6
France	Janvier-décembre 2001	360 661	-10,8
Allemagne	Janvier-décembre 2001	341 118	-11,9
Hong Kong	Janvier-décembre 2001	126 929	-10,4
Australie	Janvier-décembre 2001	165 208	-5,3
Taiwan	Janvier-décembre 2001	116 915	-28,6
Mexique	Janvier-décembre 2001	150 292	5,1
Corée du Sud	Janvier-décembre 2001	142 843	6,8
TOURISTES CANADIENS À L'ÉTRANGER			
Aux États-Unis	Janvier-décembre 2001	13 518 159	-7,7
Par auto	Janvier-décembre 2001	7 593 486	-4,7
Autre moyen de transport	Janvier-décembre 2001	5 924 673	-11,3
Vers l'étranger - total	Janvier-décembre 2001	4 832 116	7,0
EMPLOI EN TOURISME			
Ensemble des activités	3 ^e trimestre, 2001	584 700	3,5
Hébergement	3 ^e trimestre, 2001	174 300	7,7
Restauration et boissons	3 ^e trimestre, 2001	153 400	2,2
Transports	3 ^e trimestre, 2001	92 200	-1,4
INDICATEURS ÉCONOMIQUES			
Revenu personnel disponible	3 ^e trimestre, 2001	21 139 \$	0,5
PIB au prix du marché (actuel, en milliards \$)	3 ^e trimestre, 2001	1 077,7	-1,4
PIB en chaîne (1997, en milliards \$)	3 ^e trimestre, 2001	1 022,9	-0,2
IPC (1992=100)	Janvier 2002	116,2	1,3
TAUX DE CHANGE (EN \$CAN)			
Dollar américain	Janvier 2002	1,6003	6,5
Livre sterling	Janvier 2002	2,2925	3,2
Yen japonais	Janvier 2002	0,0121	-6,2
Euro	Janvier 2002	1,4136	0,3

Nota : Toutes les estimations touristiques ont trait à des séjours d'une nuit ou plus; toutes les données de ce tableau ne sont pas désaisonnalisées.

Sources : Statistique Canada et la Banque du Canada

NOUVELLES PUBLICATIONS

Il est maintenant possible de se procurer auprès de la CCT les publications suivantes sur le marché de l'Asie :

- *Asie du Sud-Est : survol du marché des voyages à l'étranger et débouchés pour le Canada (2001) 0802*
- *Aperçu des marchés touristiques réceptif et émetteur de la Chine (2001) 0801*

On peut trouver ces publications en version intégrale à www.canadatourisme.com sous Ressources/Publications. Pour en obtenir copie : ctcdistributioncct@ctc-cct.ca. Téléphone : (613) 954-1724

Le 5 avril 2002, l'**Association de l'industrie touristique du Canada (AITC)** animera un *Forum sur les difficultés du transport aérien*. L'objectif du forum est de dresser l'inventaire de toutes les difficultés du transport aérien et de les définir. Les participants discuteront des prochaines étapes et pourraient examiner aussi des solutions possibles. Le forum aura lieu à Ottawa et accueillera des représentants du tourisme, des spécialistes de l'industrie et des fonctionnaires du gouvernement. Nous diffuserons sous peu de l'information sur cette initiative.

Les organisations et les entreprises se spécialisant en tourisme d'aventure et en écotourisme dans la province de Québec se sont regroupées sous une même bannière, **Aventure Écotourisme Québec**. La nouvelle organisation compte 130 entreprises qui représentent un secteur au service duquel travaillent 3 000 personnes et elle profitera de contributions de 230 000 \$ et de 195 000 \$ des gouvernements provincial et fédéral respectivement.

Selon un article paru dans le *Yellowknifer*, les visiteurs japonais donneront toujours un formidable coup de pouce à l'économie de **Yellowknife** malgré un ralentissement possible de l'activité touristique. La ville accueille annuellement plus de 13 000 touristes Japonais. **Aurora Tours** (observation des aurores boréales) représente 30 p. 100 des visites dans le territoire. « Il y a en ville une activité commerciale passablement importante dont les gens ne sont pas au courant », confie **Bill Tait**, de **Raven Tour**. « Nous accueillons souvent 150 [visiteurs japonais] par jour. » Chaque touriste paie entre 1 500 et 3 500 \$ pour visiter le Nord.

La troisième conférence nationale annuelle du **collège universitaire de Cariboo** consacrée au tourisme d'aventure aura lieu du 26 au 28 avril 2002 à **Kamloops**. L'événement de trois jours se tiendra en collaboration avec Tourism British Columbia et la Commission canadienne du tourisme. On peut obtenir des

renseignements sur la conférence à www.cariboo.bc.ca.

Le nombre de voyageurs membres de La **National Tour Association (É.-U.)** s'élève maintenant à 639. Pour adhérer à l'association, ces entreprises doivent se soumettre à des lignes directrices rigoureuses, notamment

en particulier les coûts du transport aérien (58 %) et des hôtels (57 %), réduire le nombre de voyages non essentiels et réserver des billets auprès de transporteurs aériens « à rabais » (51 %).

Près d'un voyageur d'agrément sur cinq (18 %) affirme encore que les

voyages, 57 p. 100 des Américains prévoient faire un voyage d'agrément au cours des six premiers mois de 2002.

Il se pourrait que 6 000 **Australiens** participent au **Programme de vacances-travail au Canada** en 2002. Cette initiative permet à des Australiens de 18 à 30 ans de visiter le Canada grâce à un *visa de vacances-travail* et d'y travailler durant une période qui peut atteindre 12 mois.

Simon Hudson, professeur de tourisme à l'**Université de Calgary**, écrit un nouveau livre intitulé *Marketing Tourism & Hospitality in Canada* et il recherche votre contribution. Le livre vise principalement le marché des étudiants en tourisme et en accueil, et M. Hudson aimerait enrichir la théorie traditionnelle du marketing de nombreux cas réels et d'exemples pratiques canadiens de marketing. Les intéressés peuvent communiquer avec lui à shudson@mgmt.ucalgary.ca.

Les hôtels **CHIP Hospitality** du Canada feront un don de plus de 113 000 \$ pour contribuer à la lutte contre la clochardise dans leurs collectivités par suite de la réussite de l'initiative *Friends in the Need* (amis dans le besoin) de cette entreprise de gestion d'hôtel durant les fêtes de fin d'année. Trente-cinq hôtels administrés par CHIP Hospitality dans 29 villes du Canada ont offert pour les Fêtes des tarifs spéciaux pouvant atteindre 75 p. 100 de réduction et ont remis de 10 à 12 \$ par chambre louée à des œuvres de bienfaisance locales pour venir en aide aux sans-abri.

Pour la deuxième année consécutive, les hôtels **Metropolitan de Toronto** et de **Vancouver** ont obtenu la cote quatre étoiles du *Mobil Travel Guide*. Les *Prix quatre étoiles de Mobil*, qui jouissent d'une grande réputation, reconnaissent les réalisations exceptionnelles des établissements dans le domaine de l'hébergement et leur souci du détail. 🍁

Venez jouer dans notre île!
- Prince Edward Island, Canada -

Bienvenue dans notre petit coin du monde, là où les sourires sont aussi rafraîchissants que la brise de l'océan.

- Circuit de 2 jours à l'Île-du-Prince-Édouard
- Séjours de 3 nuits à l'Île-du-Prince-Édouard avec itinéraire en autonome
- Aperçu de l'Île-du-Prince-Édouard
- Circuit enchanteur de 5 jours
- Excursion de 8 jours dans les provinces maritimes

Nos spécialités :

- Circuits guidés en autocar
- Itinéraires personnalisés pour les groupes
- Groupes d'élèves
- Services réceptifs
- Excursions guidées
- Forfaits automobile
- Services de réunions d'affaires et de congrès

Téléphonez-nous pour obtenir notre brochure GRATUITE! Forfaits et circuits touristiques au Canada atlantique

À VOTRE SERVICE DEPUIS 1978
1660 Hollis St., Halifax, NS, Canada B3J 1V7
Telephone: (902) 423-6242 Telefax: (902) 423-5522
Téléphone : (902) 423-6242; télécopieur : (902) 423-5522
www.atlantictours.com

ATA NTA A&E DMCA 1-800-565-7173

détenir une assurance responsabilité professionnelle et contre les erreurs et omissions de 1 million de dollars et respecter un code d'éthique strict. Tous les voyageurs de la NTA contribuent également au *Plan de protection du consommateur de la NTA*.

Selon une enquête menée auprès de 220 gestionnaires des voyages réalisés ce mois-ci par la **National Business Travel Association (NBTA)**, 74 p. 100 ont recours à de nouvelles mesures pour réduire les dépenses de voyage,

attaques terroristes du 11 septembre à New York continuent d'influer sur ses projets de voyage. Le pourcentage global de voyageurs d'agrément reconnaissant que les attaques terroristes étaient susceptibles de se répercuter sur leurs projets de voyage n'a que légèrement diminué par rapport à son niveau de novembre (18 p.100 c. 22 p. 100), selon une enquête nationale (aux É.-U.) réalisée par **Yesawich, Pepperdine & Brown**. Néanmoins, d'après la dernière enquête de la **Travel Industry Association of America (TIA)** sur la confiance à l'égard des



Grant DeMarsh a été nommé président du Signature Group. Il est actuellement responsable des opérations de l'entreprise dans le domaine des forfaits et il conservera cette responsabilité dans le cadre de son nouveau rôle. Il sera de plus responsable des croisières Encore et de la division du commerce de détail de l'entreprise. Il remplacera **John MacNeill**, qui prend sa retraite au Royaume-Uni.

Dans le cadre d'un récent remaniement ministériel, le Premier ministre du Yukon, Pat Duncan, a nommé l'honorable **Dale Eftoda** ministre du Développement des entreprises, de la Culture et du Tourisme.



Stuart Belkin, président de Canadian Hotel Income Properties Real Estate Investment Trust (CHIP REIT), a annoncé que **Minaz Abji** remplacera **Steven Bellringer** à titre de président, à compter du 1^{er} mars. Abji est actuellement vice-président exécutif et directeur de l'exploitation de CHIP REIT et CHIP Hospitality, la filiale de l'entreprise, dont les activités ont trait à l'administration hôtelière.



Heather Lawson a été nommée présidente de Travel Choice, la chaîne d'hôtels Signature offrant une gamme complète de services; **Rita Churchill** deviendra directrice du groupe des ressources humaines de l'entreprise, et **Mary Heron**, vice-présidente, Développement de l'entreprise, assumera la responsabilité des centres de services et des relations avec la clientèle pour le compte de l'entreprise.



Susannah Cross a été nommée directrice, Marketing, du University Golf Club de Vancouver. L'expérience solide de Susannah dans le domaine du marketing comprend celle qu'elle a acquise chez 7-Eleven Canada, Cascadia Brands - Granville Island Brewing et Furry Creek Golf & Country Club.



Terry Thorsteinson a été nommé directeur, Développement de

l'entreprise, du nouveau bureau de Cascadia Destination Management à Vancouver. Auparavant directeur national des ventes chez Carlson Incentives Meetings Conventions, Terry possède plus de 18 ans d'expérience dans l'industrie des réunions et des voyages de motivation. L'Institut canadien des conseillers en voyages accueille **Ballu Thakur** à titre de coordonnateur des séminaires et des activités, au bureau



Photo : Tourisme Québec

Randonneurs dans le parc de la Gaspésie.

de l'Institut à Toronto. Il a travaillé pendant plus de 13 ans dans l'industrie hôtelière, notamment à Orlando, en Floride, à Osaka, au Japon et à Genève, en Suisse.



La Commission canadienne du tourisme continue d'élargir la gamme des services qu'elle offre à l'industrie et a annoncé des nominations de personnel.

Yolaine Dupont s'est jointe à l'équipe du programme de marketing pour les États-Unis, qui se trouve à Ottawa. Avant de se joindre à la Commission, Yolaine travaillait chez Turkel Schwartz & Partners, à Miami, où elle s'occupait de comptes, dont celui du Greater Miami Convention and Visitors Bureau et du Peabody Hotel Group. Yolaine est originaire du Québec, où elle a étudié à l'Université Bishop et à l'Université Laval. **Normand LeVoguer** et **Monique Pitre** se sont joints à l'équipe des acquisitions de la CCT. M. LeVoguer compte 15 ans d'expérience dans le domaine des communications au sein du gouvernement fédéral et est diplômé en marketing du Collège Algonquin. M^{me} Pitre a acquis plus de 20 ans d'expérience dans le domaine des marchés des biens et services au

ministère des Travaux publics et des Services gouvernementaux du Canada et chez JDS Uniphase.

Christine Deschamps s'est jointe au personnel de la CCT à Ottawa à titre d'adjointe administrative pour les bureaux du premier vice-président, Marketing et ventes et du directeur, Opérations. **Patrick Pichette** a été embauché pour occuper le nouveau poste d'agent du marketing

électronique. Patrick travaille aux programmes Web de la CCT depuis plusieurs mois. Il détient un baccalauréat en commerce et un diplôme d'études supérieures en technologies de l'information appliquées.

Joanne Richard a été sélectionnée comme gestionnaire, Affaires du Conseil. Avant de se joindre à l'organisation, Joanne travaillait au Bureau de gestion et de liaison des associations nationales de spécialistes du Collège royal des médecins et chirurgiens du Canada. Pendant les cinq dernières années, elle a travaillé avec les conseils d'administration d'associations nationales de spécialistes, auxquels elle fournissait des services de gestion relatifs à tous les aspects de leurs activités.

Passant de Marketing et ventes, **Tom Penney** devient vice-président, Planification, à la CCT. Il sera responsable de la gestion de tous les éléments du cycle de planification de la CCT. Il coordonnera, entre autre, la préparation du plan stratégique annuel, des plans opérationnels, du plan organisationnel et du rapport annuel. Il fournira également des conseils au sujet du cycle de planification des mémoires au Cabinet, des présentations au Conseil du Trésor et d'autres documents de planification. Tom continuera d'aider Patrick Gedge, premier

vice-président, Marketing et ventes, dans la réalisation de divers projets, par exemple ceux qui sont axés sur la Chine, et du grand projet de relations avec les médias et de relations publiques aux États-Unis.

Susan Kussow est la nouvelle directrice, Ventes - Réunions et voyages de motivation. Susan apportera avec elle à la CCT plus de 25 ans d'expérience dans l'industrie du tourisme, y compris sept ans d'expérience à titre de directrice des ventes pour les hôtels Sheraton et deux ans d'expérience à ce même titre pour les hôtels et centres de villégiature Hyatt. Pendant les trois dernières années, elle a été directrice des ventes pour les hôtels et centres de villégiature Starwood, à Los Angeles. Elle demeurera en poste dans cette ville et y travaillera au bureau de la CCT.

Après avoir travaillé à titre de directeur, Communications, à la CCT, où il s'est occupé, entre autres, de la transformation de *Communiqué* en son format actuel de revue intitulée *TOURISME*, **Pierre Gauthier** a accepté de relever le défi de Directeur exécutif, Développement de l'entreprise, à la CCT. Dans le cadre de ces fonctions critiques, il sera responsable de la formation de partenariats traditionnels et non traditionnels. Un aspect crucial de ses fonctions consistera à veiller à ce que la CCT continue de maintenir le rapport 1:1 (CTC-Industrie) établi depuis la création de la Commission.

Charles Jamieson s'est joint à la CCT à titre de directeur exécutif, Ressources humaines. Charles travaille dans le domaine des ressources humaines depuis seize ans, tant dans le secteur public que dans le secteur privé. Il avait auparavant spécialiste des relations de travail à la Société canadienne des postes et conseiller principal en relations de travail et analyste principal des politiques à la Chambre des communes. Plus récemment, Charles a été directeur, Relations de travail / Ressources humaines, chez First Air, qui s'est classée parmi les 50 entreprises les mieux gérées du Canada. 🍁

Évadez-vous en Ontario et au Québec !

Prenez le train et allez-y ! Balades, sports, magasinage,
théâtre, bonne table, divertissement... Les provinces
de l'Ontario et du Québec sont animées et emballantes !

Et s'y rendre en train est un vrai plaisir.

Vous arriverez frais et dispos, prêt à vous gâter !

Communiquez avec votre agent de voyages
ou VIA Rail Canada au
1 888 VIA-RAIL (1 888 842-7245)

☎ ATTS 1 800 268-9503 (malentendants)



LES GENS QUI VOUS *TRANSPORTENT*

www.viarail.ca



VIA Rail Canada ^{MC}

® Marque de commerce utilisée et propriété de VIA Rail Canada inc.

bonjour tango!

Et bonjour à quatorze nouvelles destinations ! Cet été, il sera plus facile et plus abordable que jamais de réaliser ce fameux voyage d'aventures ou ces vacances en famille que vous projetiez. En effet, nous allons, sans tarder, couvrir le Canada d'un bout à l'autre, à des prix qui mettront le sourire aux lèvres aux plus taciturnes !

Visitez le www.voltango.com ou appelez-nous au 1-800-315-1390.

Ligne prioritaire / Agents de voyages : 1-888-858-8264.

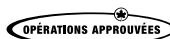


Nous desservons maintenant : Vancouver, Calgary, Edmonton, Winnipeg, Toronto, Ottawa, Montréal, Halifax, St. John's (TN)

Dès le 1^{er} avril : Saskatoon, Régina, Thunder Bay **Dès le 1^{er} mai :** Kelowna, Québec, Frédéricion, Saint-Jean (NB)

Dès le 1^{er} juin : Victoria, Abbotsford, Charlottetown, Deer Lake, Gander **Dès le 17 juin :** Windsor, London

Bonjour tango. Bas tarifs par trajet. Aucun achat requis à l'avance. Aucune obligation de séjour le samedi soir. Milles Aéroplan^{MD}



AeroplanSM est une marque déposée d'Air Canada. Tango^{MC} par Air Canada est une marque de commerce d'Air Canada.