

Ce qu'on nous a dit à Whitehorse

Ville	Whitehorse (Français)
Date	March 7, 2018
Heure	6:30-8:30 pm
Endroit	Goldrush Rush Inn, Town Hall Room
Facilitateur	Jean Sebastien Blais
Preneuse de notes	Miriam Lachance Bernard
Participants	6

Penser à l'avenir : 1^{re} manche

1. Qu'est-ce qui fonctionne déjà de façon satisfaisante?

- Le stationnement du Walmart (RV) : tourisme de transit
- Dawson City
- Nature
- Prix de l'essence (moins cher qu'à Vancouver ou au BC)
- Donald Trump
- Accès au Yukon en été par les vols directs depuis l'Europe
(quelqu'un dit par contre que c'est loin pour les touristes européens et à côté pour les américains/japonais. Il faut faire attention de ne pas créer une industrie touristique de masse comme ce qui se produit maintenant en Suède, en Finlande et en Norvège. Les gens veulent voir les aurores boréales, la simplicité, la vie en forêt : ils sont prêts à mettre plus d'argent pour voir moins de monde...)
- La spécificité du Yukon
- Beaux campings
- Les terrains de camping pas chers et près de la nature
- Plusieurs entreprises de qualité (outdoors)
- La pêche
- Territoire (situation géographique, nature, légende/renommée)
- Wilderness – Fish Lake (mais quelqu'un s'oppose à ce commentaire et dit que ça ne marche pas de vendre du wilderness (ex. Fish Lake) qui ne l'est pas !)
- La réputation du Yukon est excellente
- Les visiteurs sont satisfaits de leur expérience
- Le bouche-à-oreille – Les Yukonnais sont les meilleurs ambassadeurs.
- Nous avons d'excellents produits touristiques
- Le Yukon est riche en ressources naturelles (bien préservées pour l'instant)
- Air North
- Millenium trail

- Vélos de montagne
- Carcross
- Boréale biking
- Marketing dirigé vers les grandes villes du Canada (campagne publicitaire où on projetait des images du Yukon sur des édifices Toronto, Calgary, Vancouver : excellente. Portal vidéos)
- Balados découverte (circuits franco AFY + anglo)

2. Sur quoi devraient miser les partenaires en tourisme? Que devraient-ils faire de plus?

- Ice cave : elle n'est pas dans le parc Kluane, elle n'est pas dans un parc territorial. Un sentier de ski-doo s'y rend, les arbres sont brisés, ce n'est plus sauvage. Un lundi matin, on peut y voir 25 personnes. On peut donc se demander combien de personnes il peut y avoir le samedi ou le dimanche...
- Clientèle : laquelle veut-on ? Clientèle aisée (avion) versus clientèle qui vient par la route (auto, campeur). Ou bien la clientèle du Walmart : tu les amènes de l'autre côté de la rue, derrière Earls et ils sont contents.
- Type d'activité qui est offerte. Diversifier les activités
- Plus de transport en commun entre les communautés (quand? comment ?) Les distances sont énormes! Faciliter les déplacements (ex. pour aller de Whitehorse aux sources thermales de Takhini ou pour aller au Mont-Sima). Il existait une navette dans le temps qui partait à 8h du centre-ville, ensuite Riverdale puis Sima. Retour avec départ de Sima à 3:30, puis Riverdale puis centre-ville. Meilleure information sur ce qui est disponible ou sur les services temporairement hors d'usage. Tramway – transport en commun – taxis dans transport entre les communautés.
- Exemple qui fonctionne bien : Up North et les touristes japonais. Ils vont à Hidden Lake en skidoo. Distance raisonnable. Accès par la route pour faire venir une ambulance s'il y a besoin. Même pour nous les Yukonnais, pour aller quelque part c'est une expédition ! Donc les touristes peuvent expérimenter la vastitude sans avoir besoin d'aller très loin.
- Exemple qui ne fonctionne pas très bien : Il y a 5 ans, il y avait 2 compagnies de traîneaux à chien à Fish Lake. Aujourd'hui, il y en a maintenant 7 ! Il n'y a plus de wilderness
- Les premières nations : sans devenir du folklore. Il y a des choses à partager autres que le plein air. Richesse culturelle. Plusieurs cultures + culture francophone
- Développer des circuits pour découvrir Whitehorse autrement! Bâtir, faire autres circuits dans les 2 langues, sortir de ce qui est plus traditionnel. Plus partager l'histoire des premières nations ?
 - Beaucoup de personnes sont tournées vers les technologies, mais il y en a qui ne le sont pas ou bien les cellulaires ne fonctionnent pas ici (ex. Les Européens).

Solution : on pourrait louer des écouteurs au centre touristique (ex. 15 circuits sur un petit truc (électronique) à Rome)

- Sortir du outdoors tourisme...
 - S'inspirer du modèle Carcross
- Carcross commons : Certains disent que c'est un super beau partenariat entre les 1eres nations, le gouvernement du Yukon et la compagnie Holland America. D'autres disent qu'ils n'ont pas saisi la clientèle, car ce sont les gens de Whitehorse qui y vont...
- Brasserie et distillerie
- Il faut plus de structure autour des visiteurs indépendants. Ils ont des attentes irréalistes. Ils ne sont pas assez informés. Ils jettent leurs déchets sur les sentiers, etc.
 - Exemple de l'Islande/Reykjavik : les gens grimpent sur les glaciers, il n'y a pas de sentier...
 - Exemple de la Bolivie/Salar de Uyuni : des centaines de personnes font le même circuit tous les jours et il n'y a pas de toilettes sèches aux arrêts. Les gens font leur besoin dans la nature...
 - Au sujet du parc Tombstone : il a été défiguré depuis les 10 dernières années. Photos sur Instagram : est-ce que ça apporte les bonnes personnes ?
- Plus d'éducation aux touristes (ex. Ne pas nourrir les ours). Il y a des histoires de compagnie de l'Alaska qui nourrissent les ours : ça prend plus de réglementation ! Les compagnies ne viennent pas du Yukon et guident des gens qui ne viennent pas du Yukon...
- Cela prendrait des diplômés afin de pouvoir guider au Yukon. Ex. groupe organiser en Allemagne qui vient faire la rivière Yukon de Whitehorse à Carmack. Les gens sont assis sur leur veste de flottaison.
- Plus de surveillance sur les campings (déchets)
- Il faudrait un meilleur WiFi au centre touristique

3. Selon vous, quelles sont les perspectives?

- Identifier la clientèle que l'on veut attirer et développer des produits /infrastructures en conséquence. Il faut donc identifier les différentes clientèles (profils des touristes) qui existent et choisir celle qui nous intéresse.
- Ex. 1 développer de gros hôtels avec espaces-conférences pour attirer le tourisme d'affaires. Présentement, il n'y a pas de salle et pas assez de chambres. Avec seulement 250 chambres, c'est impossible d'accueillir des conférences d'envergure, car nous n'avons pas les infrastructures en place pour ce type d'événement.
- Ex. 2 La clientèle X aime aller à Wall Disney que ça soit en Floride ou en Californie. Si on construit un Wall Disney à Whitehorse, c'est la même clientèle qu'en Floride ou en Californie qui sera attirée. Ces gens n'iront pas faire la Bonnet Plume en canot !
- Ex. 3 clientèle mâle retraité actif américain : on doit connaître quel type de touriste on veut attirer, puis on crée le produit pour l'attirer.

- Ex. 4 clientèle riche = beaucoup \$\$ = vient ici pour voir des choses qu'il n'est pas possible de voir ailleurs dans le monde.
- Ex. 5 Mettre l'emphase sur le tourisme d'hiver : par exemple, si on amène un groupe qui est habitué d'être en milieu urbain, même s'il y a 5 autres groupes à Fish Lake, ils sont heureux. Ça prend des endroits comme ça autour de Whitehorse. D'autres en veulent plus. Les standards sont différents. La clientèle d'hiver paye plus et elle reste à Whitehorse, donc cette clientèle touche plus de partenaires. Gamme d'expériences.
- Ex. 6 : Voyageur autonome = ils viennent avec Condor, vont au Superstore, louent un canot, passent une nuit à Whitehorse puis partent faire leur expédition de canot. Tu ne les vois plus ensuite.
- Ex. 7 Les baby-boomers
- Ex. 8 pleins de jeunes qui veulent venir sac au dos et aller camper. Ils n'ont pas beaucoup d'argent, mais ils vont revenir plus tard !
- Ex. 9 Marché alternatif : housesitting/petsitting : websites internationaux qui connectent les gens. Ces gens habitent parmi nous pendant quelques semaines ou plusieurs mois. Ils s'impliquent dans la communauté. Ce sont par la suite nos meilleurs ambassadeurs.
- Tourisme culturel : Le marché français est excellent pour le tourisme autochtone (grand intérêt). Il faut développer plus de liens entre la communauté francophone et les 1eres nations. Il faut travailler ensemble. Offrir des occasions entre les 1eres nations/communauté anglophone/communauté francophone. Consultation à long terme.
- On ne veut pas de tourisme de masse
- On a besoin de plus d'hébergement plus diversifié (prix et types)

Pensée à l'avenir : 2^e manche

4. Quelles améliorations pourraient être apportées?

- Infrastructure pour recevoir des conférences.
- Développer ailleurs qu'à Whitehorse. Il ne faut pas juste se focaliser sur un endroit.
- Encourager les entreprises à avoir des pratiques vertes (ex. leave no trace). Mettre en place des récompenses/incitatifs pour les entreprises qui respectent l'environnement.
- Réglementation pour encadrer l'activité touristique (meilleure qualité) compagnie de guidage/guide = permis, etc. (systématique et plus rigoureux)
- Réglementation aussi pour l'environnement et la sécurité (safety bear).
- Mieux former le personnel de première ligne (hôtel, restaurant, business). Expérience client. Développer les compétences (c'est un besoin pour les touristes ainsi que pour les employeurs). L'hospitalité = parfois ça fait pitié. Les touristes se font dire si tu n'es pas content, va ailleurs ! Mais il n'y a pas d'ailleurs !
- Encourager le recrutement RH bilingue. Augmenter l'embauche de ressources bilingues.

- Développer des groupes d'activités équivalentes en coût, distance, etc. pour permettre une bonne planification d'un séjour par le touriste selon sa catégorie (ex. jeunes familles, touriste riche). Exemple de la Fédération des aîné(e)s = ils ont reçu un forfait sur mesure lorsqu'ils sont venus au Yukon il y a quelques années.
- Produits culturels : offrir une session de cours (peinture, cuisine, perlage, etc.)

5. Quels sont les obstacles au développement durable du tourisme?

- La réglementation est trop laxiste. Chacun fait ce qu'il veut (Yukon style).
- Simplifier et accélérer les procédures pour développer des infrastructures et des activités de tourisme.
- Le changement climatique qui impacte les activités d'hiver (et même d'été)
- Accès à la propriété/zonage. Prix des terrains est élevé. Difficultés à accéder à la propriété.
- Manque de financement pour le développement d'hébergement/de produits touristiques durables. Ouvrir une nouvelle auberge de jeunesse (hostel) ou lodge (ou restaurer ceux qui existent) pour amener de la variété dans l'offre, mais l'aide/financement est absent.
- Distance
- Professionnalisme
- Acceptation de la pression démographique qu'apporte le développement touristique. Éduquer les Yukonnais à la possibilité de développement économique. Problème du tourisme de masse. Les touristes c'est chiant. Est-ce que les 1ere nations veulent des touristes ? Ont-ils besoin ou non des touristes ? Il n'y aura pas de développement économique s'il n'y a pas de besoin. L'industrie touristique = c'est du monde que t'amènes, veux-tu les avoir ? C'est chiant, ce n'est pas drôle. Les non-dits/La non-ouverture aux touristes/ambiguïté. (Ex. L'île de Sky = 1 et demi million de personnes par année)
- Relations avec les partenaires = consultation dans l'industrie. Concertation entre tous les acteurs. (Ex. Kwanlin Dun = il y aura possiblement un tarif (fee) pour les utilisateurs de Fish Lake dans le futur)

Penser à l'avenir : 3^e manche

6. Quelles sont, selon vous, les cinq choses les plus importantes à prendre en compte pour la croissance durable du tourisme?

5 priorités à prendre en compte

1. Respect de l'environnement
2. Clientèles
3. Encadrement
4. Investissement

5. Services ailleurs qu'à Whitehorse

7. Quel conseil donneriez-vous aux décideurs (gouvernements du Yukon et des Premières nations du Yukon, municipalités, organismes, entreprises, etc.) pour les amener à créer une stratégie commune pour la croissance durable du tourisme au Yukon?

- Focaliser sur un développement durable qui englobe tout (l'environnement, les personnes, etc)
- Utiliser les ressources existantes, bâtir sur ce que nous avons.
- Ne pas nuire ou aller à l'encontre de ce qui existe. Il ne faut pas non plus tuer les entreprises. Cela doit être viable.
- Faire des choix/prioriser, ne pas essayer de tout faire. Sélectionner quelque chose et bien le faire.
- Être réaliste