



TOURISME 2030

VERS UN TOURISME
DURABLE



Gouvernement des
Territoires du Nord-Ouest



TOURISME
2030
VERS UN TOURISME
DURABLE

Engagement du mandat de la 20^e Assemblée législative

PHOTO DE COUVERTURE : DEHCHO - DARREN ROBERTS/NWTT



GLACIER LAKE - BEN WELAND/NWTT

Contents

Message de la ministre de l'industrie, du Tourisme et de l'investissement	7
Sommaire	8
Portrait du tourisme	10
La planification des activités.....	11
Notre ambition.....	14
Marketing	15
Buts et objectifs	17
Priorités et mesures stratégiques.....	23
Priorité 1: Développer les capacités	27
Priorité 2: Améliorer l'expérience des visiteurs.....	31
Priorité 3: Diversifier les produits de tourisme durable.....	35
Priorité 4: Intensifier le marketing et la communication.....	39
Priorité 5: Exploiter les données.....	41
Calendrier.....	44
Regard vers l'avenir	47
Annexe A: Groupes consultés et dates des rencontres	49
Annexe B: Visées	50
Annexe C: Sommaires des constats.....	52



ZENDERFELL - SAMER HOBEIKA/ANVT

Message de la ministre de l'Industrie, du Tourisme et de l'Investissement

L'honorable Caitlin Cleveland

Le tourisme aux Territoires du Nord-Ouest est plus qu'une industrie, c'est un passeport donnant accès à notre territoire, nos cultures et nos peuples. Il permet aux visiteurs de découvrir la magie des aurores boréales qui illuminent notre ciel, la pureté de nos lacs et de nos rivières ainsi que la richesse de nos traditions qui rendent notre territoire unique.

Il est temps de laisser derrière nous le programme « Tourisme 2025 : Feuille de route vers la relance » et de renouveler notre audace avec « Tourisme 2030 », une nouvelle stratégie quinquennale visant à favoriser une croissance durable du tourisme ainsi qu'à renforcer le tourisme communautaire et la résilience pour l'avenir.

Cette stratégie sera orientée par ceux qui connaissent le mieux le tourisme : les exploitants d'entreprise, les guides, les gouvernements autochtones et les communautés. Ensemble, développons le tourisme dans l'intérêt de toutes les régions et selon les attentes des visiteurs en leur offrant authenticité, immersion et aventure.

Le tourisme est bien plus qu'un moteur économique; il raconte l'histoire des lieux et de ceux qui les habitent. Le tourisme permet de faire découvrir nos paysages, nos cultures et notre histoire avec authenticité et impact. En favorisant la collaboration et en soutenant les entrepreneurs locaux, nous pouvons bâtir une industrie touristique qui stimule notre économie, renforce l'autonomie des collectivités et consolide la réputation des TNO en tant que destination touristique de classe mondiale pour les générations à venir.

L'honorable Caitlin Cleveland

Ministre de l'Industrie, du Tourisme et de l'Investissement

LENORA BARRETT/NWTT



SOMMAIRE

La présente stratégie quinquennale élargit la vision et le champ d'action de la stratégie précédente, élaborée en 2025.

Alors que cette dernière était axée sur la reprise et la reconstruction, la présente stratégie met plutôt l'accent sur la résilience et la capacité d'adaptation des exploitants touristiques et des entreprises à la suite d'événements mondiaux et locaux majeurs, comme la COVID-19, les inondations et les feux de forêt. Elle expose une vision pour les produits, les services et l'expérience touristiques aux TNO.

Le tourisme joue un rôle clé dans l'économie des TNO en contribuant à la création d'emplois et au développement communautaire, et permet aux visiteurs et à la population locale d'en apprendre davantage sur leurs traditions, leurs histoires et leurs modes de vie respectifs. Cette stratégie vise à explorer de nouvelles avenues, à attirer de nouveaux marchés et à stimuler le secteur touristique local grâce à des investissements stratégiques et à des efforts coordonnés.

Cette stratégie contribue à la prospérité à long terme des TNO en développant le tourisme dans le respect de l'environnement et des cultures locales et d'une façon qui soutient les collectivités.

La stratégie s'articule autour de cinq priorités.

1. Renforcement des capacités communautaires. Pour favoriser un essor économique continue aux TNO, il est essentiel de renforcer les capacités communautaires et de former une main-d'œuvre qualifiée grâce à des programmes de mentorat et de formation. Pour garantir la viabilité du secteur, il faut encourager les jeunes à se lancer dans une carrière dans le tourisme.
2. Amélioration de l'expérience des visiteurs en offrant des activités et des services sûrs, cohérents et de haute qualité. De cette façon, les visiteurs resteront plus longtemps, reviendront pour d'autres visites et feront

une promotion positive des TNO comme destination touristique inoubliable.

3. Investissements dans des projets d'infrastructure communautaire, dans la diversification des produits régionaux et des activités saisonnières, ainsi que dans les expériences récréatives et culturelles immersives qui profiteront tant aux visiteurs qu'aux résidents.
4. Plus grande promotion des principales attractions touristiques régionales et locales, comme les parcs et les événements culturels, ce qui contribuera à attirer davantage de visiteurs, tout comme la promotion des TNO comme endroit propice aux réunions d'affaires et aux conférences.

5. Identification des besoins actuels et à venir en matière d'emploi, d'infrastructures et de produits en effectuant des recherches. Le contrôle continu du rendement nous aidera à rester sur la bonne voie et à mesurer les progrès accomplis.

Les Ténos sont au cœur de l'industrie touristique et jouent un rôle clé dans son développement. En s'associant avec des exploitants et des entreprises touristiques, les résidents peuvent contribuer à rendre les TNO réellement accueillants et à offrir des expériences uniques et inoubliables aux visiteurs. Ce sont les interactions avec les résidents qui incitent les visiteurs à revenir aux TNO et à les promouvoir comme une destination touristique incontournable.

CAMERON FALLS - SARAH PRUYS/NWTT



PORTRAIT DU TOURISME

L'importance du tourisme

L'importance de l'industrie touristique pour la population des Territoires du Nord-Ouest tient à plusieurs motifs :

1. **Apport économique** : Le tourisme favorise la création d'emplois dans divers secteurs tels que l'hôtellerie, les activités guidées, les transports et le commerce de détail. En outre, il procure un revenu à des personnes physiques et morales qui, dans la foulée, développent des compétences.
2. **Développement des infrastructures** : Le tourisme peut motiver l'amélioration des infrastructures communautaires et territoriales (aéroports, routes, hébergement) par des investissements qui profitent à la fois aux visiteurs et à la population en améliorant le tissu social et la qualité de vie.
3. **Appréciation de la culture** : Les expériences authentiques offertes aux TNO en font un lieu unique où l'on célèbre la richesse et la singularité de son patrimoine culturel. Le tourisme fait connaître les cultures et les traditions autochtones tout en contribuant à la préservation des sites historiques pour les générations futures.
4. **Conscientisation environnementale** : Le tourisme écologique et autochtone sensibilise la population à l'importance de protéger les paysages naturels et sa faune.
5. **Développement local** : Le tourisme soutient le développement régional et communautaire en attirant des investissements et en développant l'économie hors des grands centres urbains.
6. **Avantages sociaux** : Le tourisme contribue à la fierté et à la qualité de vie en favorisant la multiplication des services, des commodités et des activités au sein des collectivités. L'activité touristique soutient les restaurants, les événements, les expériences culturelles et récréatives et d'autres services dont les habitants profitent toute l'année, concourant ainsi au dynamisme et à la résilience des collectivités.





SAHTU - ANGELA GZOWSKI/NWTT

LA PLANIFICATION DES ACTIVITÉS

La Stratégie Tourisme 2030 :

Vers un tourisme durable s'appuie sur les idées exprimées par le secteur, la population et les organismes publics, idées à partir desquelles nous avons pu établir des objectifs pour les cinq prochaines années, déterminer les priorités stratégiques et définir les mesures à prendre pour les atteindre.

Cette stratégie guidera le gouvernement des Territoires du Nord-Ouest (GTNO) de 2026 à 2030, avec pour but de renforcer l'industrie touristique et d'accroître les dépenses des visiteurs dans toutes les régions des TNO. En outre, du 5 novembre 2024 au 29 avril 2025, diverses activités de mobilisation ont été organisées pour donner à la population, aux exploitants d'entreprises touristiques et aux partenaires l'occasion de se faire entendre, notamment les suivantes :

- ◆ Séances s'adressant spécialement au secteur du tourisme, café remue-méninges et questions sous forme d'affiches murales lors de l'assemblée générale annuelle et de la conférence de Tourisme TNO.;
- ◆ Consultations en personne et en virtuel avec des représentants du secteur privé, des gouvernements autochtones et de divers organismes ainsi qu'avec le grand public;

- ◆ Entretiens virtuels avec des organismes touristiques partenaires, un partenaire de financement, des représentants du secteur et des employés territoriaux et municipaux.
- ◆ Sondage public en ligne destiné aux entreprises et à la population.

L'annexe A présente une liste détaillée des activités de consultation.

Intervenants rencontrés

Ces activités nous ont permis de recueillir les commentaires de 285 personnes et organismes.

- ◆ Entreprises touristiques
- ◆ Membres de la collectivité
- ◆ Gouvernements municipaux et autochtones
- ◆ Organismes touristiques partenaires
- ◆ Partenaire de financement touristique
- ◆ Ministères des TNO



FRONTIER LODGE - PAT KANE



TUKTOVAKTUK - TERRY PARKER/NWTT

75 600
visiteurs
en 2024





NOTRE AMBITION

To position the Northwest Territories as a premier destination for authentic northern experiences —

Positionner les Territoires du Nord-Ouest comme destination de choix pour vivre des expériences nordiques authentiques, où paysages spectaculaires, cultures autochtones dynamiques et pratiques touristiques durables s'unissent pour offrir des aventures enrichissantes aux visiteurs et des avantages durables aux collectivités locales.

Essentiel aux TNO, le tourisme a fait preuve d'une résistance remarquable ces cinq dernières années en se révélant capable de résilience, d'adaptation et d'évolution. Le tourisme apporte des retombées économiques, renforce les communautés par le développement des capacités et de l'entrepreneuriat, favorise la sensibilisation aux cultures, stimule le développement des infrastructures et soutient la durabilité.



FRED HENNE TERRITORIAL PARK - UPLIFT MEDIA/NWT PARKS

LE MARKETING

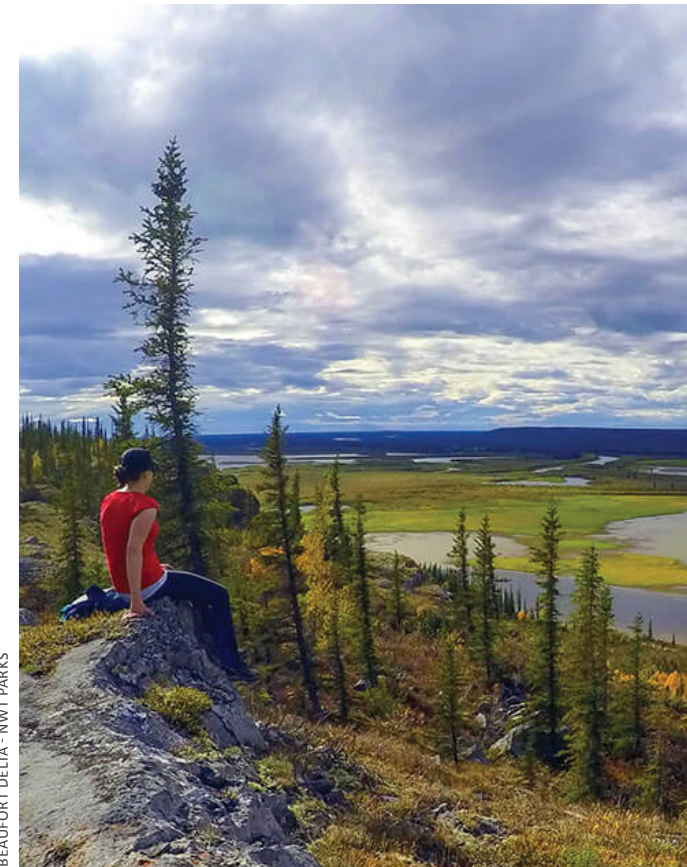
Le marketing touristique des territoires est assuré par Tourisme TNO avec l'image de marque TNO Spectaculaire, en partenariat avec le GTNO, les gouvernements autochtones, les collectivités et le secteur.

Les investissements dans ce domaine visent à accroître la notoriété des TNO, à soutenir la diversification économique et à attirer des voyageurs à forte valeur ajoutée et à faible impact qui contribuent à un tourisme durable tout au long de l'année.

Le marketing de destination soutient les objectifs de Tourisme 2030 en renforçant la réputation des TNO à titre de destination nordique hors du commun, tout en balisant la croissance du tourisme en fonction des priorités des collectivités, de la capacité du secteur et des valeurs des territoires.

Dans un marché mondial de plus en plus concurrentiel, le marketing stratégique demeurera indispensable à la stabilité et à la croissance de l'industrie. Conformément à la Stratégie Tourisme 2030, le marketing s'appuiera sur des données, fera preuve d'adaptation et tiendra compte de facteurs externes, comme

des aléas climatiques et des grandes tendances du tourisme. Tourisme TNO continuera d'élaborer des plans annuels de marketing, en collaboration avec le GTNO et les partenaires du secteur, dans une optique de transparence, de responsabilisation et d'harmonisation, conformément aux objectifs à long terme de la Stratégie Tourisme 2030..



BEAUFORT DELTA - NWT PARKS



BLACKSTONE TERRITORIAL PARK - BRANDON MACK/NWTT

BUTS ET OBJECTIFS

Renforcement des collectivités locales

Le tourisme est une source de fierté locale et un levier d'épanouissement personnel. Il a le potentiel de faire progresser les collectivités économiquement, notamment en créant des emplois, en encourageant l'entrepreneuriat et en générant des revenus au sein de la collectivité. La formation et le développement des compétences dans les domaines du tourisme et des services de soutien augmentent les capacités locales tout en favorisant la croissance à long terme.

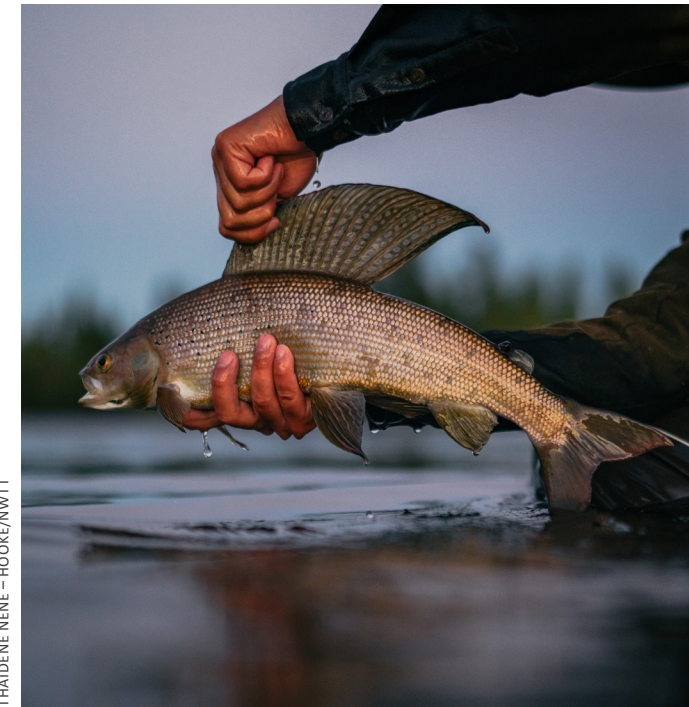
D'ailleurs, faire connaître la culture des TNO aux visiteurs, ce n'est pas seulement participer à un échange, c'est rendre hommage à la vie dans les collectivités des TNO. Ces contacts authentiques nourrissent la fierté, renforcent l'identité collective et mettent en valeur la singularité du Nord. Le renforcement de nos collectivités passe donc par l'implication de leurs membres dans les décisions et dans la planification d'activités touristiques fidèles à leurs valeurs.

Pérennité socioculturelle, économique et environnementale

Sustainable Le tourisme durable vise à répondre aux besoins des visiteurs et des collectivités tout en protégeant l'environnement, et ce, d'une manière qui profite à tous. Il défend l'idée d'un tourisme qui préserve les ressources naturelles, soutient l'économie locale et respecte l'histoire et les traditions autochtones tout en misant sur le plein air et l'écotourisme (pratique qui consiste à respecter les écosystèmes et la population locale).

C'est un tourisme qui prône la conservation de l'environnement, la limitation des impacts et le comportement responsable des visiteurs. Un tourisme qui alimente durablement l'économie par la création d'emplois, le développement de petites entreprises et la diversification des revenus dans les collectivités petites ou isolées. Enfin, c'est un tourisme qui protège les traditions sociales et culturelles grâce à l'expression des récits autochtones et à la curiosité des visiteurs pour l'art, l'artisanat et les festivals locaux.

155 M\$
de dépenses
touristiques
en **2024/25**



THAIDENE NENE – HOOKÉ/NWTT



POWDER POINT - NWT PARKS

Qualité de l'expérience

Le succès du tourisme dépend de la qualité des expériences. Aux TNO, cela ne se résume pas à offrir un bon service, mais plutôt à faire vivre aux visiteurs une aventure qui restera à jamais gravée dans leur mémoire. Les expériences haut de gamme des TNO consistent notamment à pouvoir compter sur un personnel agréable qui est en mesure de fournir des informations claires, ainsi que sur des installations propres, sûres et bien entretenues.

Chaque lieu ou activité doit susciter un sentiment de sécurité et de convivialité offrant la possibilité de tisser des liens authentiques avec la population. Les voyageurs, séduits par leur expérience et par l'hospitalité des lieux d'accueil, repartiront la tête pleine de souvenirs; ils voudront revenir et feront allégrement du bouche-à-oreille, ce qui se traduira par une croissance économique durable pour tout le territoire.

Partenariats stratégiques

Pour que l'industrie touristique demeure un moteur économique, il est impératif de forger des partenariats solides avec des acteurs qui partagent une même vision du succès. Cette collaboration est indispensable; le GTNO, les entreprises privées, les gouvernements autochtones, les organismes communautaires et les établissements d'enseignement doivent donc unir leurs forces pour cultiver l'innovation et déployer les ressources nécessaires.

En plus de développer le tourisme, ces partenariats ont pour objectif d'offrir au monde une destination qui brille par son sens de l'accueil, son authenticité et son dynamisme. En travaillant ensemble, nous faisons des TNO un lieu attrayant pour les visiteurs du monde entier tout en garantissant des avantages durables pour la population..

Réactivité du marché

L'industrie touristique évolue rapidement et la concurrence y est féroce; il est donc essentiel de s'adapter aux tendances et aux préférences changeantes des visiteurs. Un marché réactif permet justement de rester à jour pour anticiper les désirs des voyageurs, élargir la clientèle et proposer des expériences qui répondent à un besoin.

Cette réactivité repose à la fois sur des données actuelles qui guident l'élaboration de produits et la bonification des services, et sur la surveillance continue des tendances nationales et mondiales. Elle exige également une offre qui transcende les saisons et les régions. Ainsi, nous devons travailler en étroite collaboration avec les exploitants d'entreprises touristiques, les entrepreneurs et les collectivités afin de répondre aux besoins et aux attentes des visiteurs pour les inciter à revenir aux TNO..

SAHTU - J. F. BERGERON/NWTT





HAY RIVER TERRITORIAL PARK - COLIN FIELD/NWT PARKS

Innovation et technologie

L'innovation et la technologie transforment le secteur touristique et influencent la façon de voyager. De nos jours, les touristes planifient, vivent et publient leurs aventures à leur façon via les plateformes numériques.

Les TNO doivent tirer avantage de l'innovation et des outils numériques pour faciliter la planification, le marketing, les études de marché et la gestion des visiteurs. C'est grâce à la technologie que nous pourrions bâtir des liens solides qui inciteront les voyageurs du monde entier à parler des TNO.

80,470
visiteurs ayant
passé au moins
une nuit dans
les parcs
en **2024**



Souplesse et résilience

La souplesse et la résilience sont deux qualités indispensables pour l'industrie touristique face à des enjeux inédits : météo imprévisible, effets du changement climatique, fluctuations économiques, urgences sanitaires. En faisant preuve de souplesse, l'industrie peut évoluer au rythme des conditions changeantes et des attentes des visiteurs.

Nous devons donc investir dans la préparation aux situations d'urgence et dans la diversification des marchés et de l'offre touristique et nous concentrer sur la pérennité culturelle et environnementale. De cette façon, nous conserverons notre réputation forgée sur des expériences de calibre mondial : aurores boréales, tourisme autochtone et aventures épiques. C'est ainsi que nous continuerons de grandir et de prospérer malgré les obstacles.





FRED HENNE TERRITORIAL PARK - UPLIFT MEDIA/GNWT.ITI



FRED HENNE TERRITORIAL PARK - UPLIFT MEDIA/GNWT.ITI



SHAMBAA DEH-FALLS TERRITORIAL PARK - BEN WELAND/NWTT/NWTT PARKS

PRIORITÉS ET MESURES STRATÉGIQUES

Le tourisme est une industrie résiliente et dynamique. Moteur de croissance économique et porte-étendard des traditions culturelles, il favorise aussi la protection de l'environnement et le bien-être collectif.

Pour profiter de tout ce que le tourisme a à offrir, la Stratégie Tourisme 2030 définit cinq priorités stratégiques qui guideront nos actions des cinq prochaines années. Ces priorités visent à améliorer l'expérience des visiteurs, à protéger nos attraits naturels et culturels, ainsi qu'à apporter des avantages durables aux collectivités et aux partenaires des TNO.

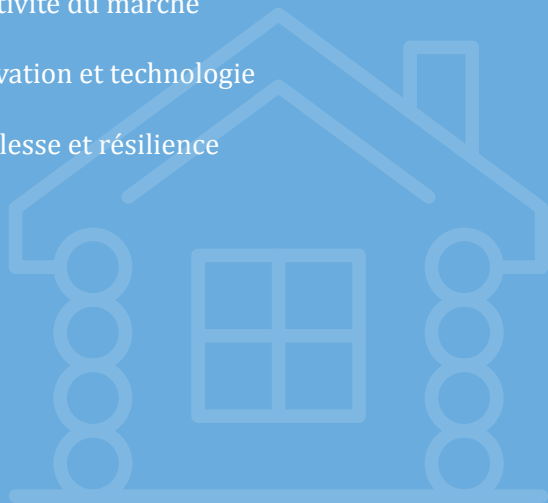
1. Développer les capacités
2. Améliorer l'expérience des visiteurs
3. Diversifier les produits de tourisme durable
4. Intensifier le marketing et la communication
5. Exploiter les données

Ces priorités interreliées détermineront la façon dont les ressources, les initiatives et les programmes seront déployés au cours des cinq prochaines années.

Ensemble, elles permettront à l'industrie touristique ténosise d'être forte, pérenne et prompte à saisir les occasions, tout en protégeant les paysages naturels, les traditions culturelles et les collectivités dynamiques à l'origine de la richesse extraordinaire de notre territoire.

Objectifs

- ◆ Collectivités locales renforcées
- ◆ Pérennité socioculturelle, économique et environnementale
- ◆ Expériences de qualité
- ◆ Partenariats stratégiques
- ◆ Réactivité du marché
- ◆ Innovation et technologie
- ◆ Souplesse et résilience



Le tourisme fait partie intégrante de l'économie des TNO.

Priorités stratégiques

1. **Développer les capacités** : Se doter des capacités nécessaires pour bonifier la qualité des services afin d'offrir une expérience de haut calibre aux visiteurs et d'assurer ainsi une croissance sectorielle durable.
2. **Améliorer l'expérience des visiteurs** : Créer des expériences mémorables haut de gamme qui incitent les touristes à venir, à revenir et à prolonger leur séjour.
3. **Diversifier les produits de tourisme durable** : Diversifier les expériences et consolider les infrastructures de services afin de conquérir de nouveaux marchés et de prolonger la durée des séjours dans toutes les régions.
4. **Intensifier le marketing et la communication** : Rejoindre et informer les publics cibles et les partenaires par des communications claires et cohérentes qui font valoir l'importance du tourisme aux TNO et renforcent les partenariats avec les exploitants du secteur.
5. **Exploiter les données** : Prendre les décisions et améliorer les services en fonction des résultats de recherche.



LOUISE FALLS CAMPGROUND - COLIN FIELD/NWT PARKS



SOUTH SLAVE - ADAM HILL/NWTT

PRIORITÉ 1

Développer les capacités

Une industrie touristique florissante doit reposer sur des fondations solides.

En se dotant des capacités essentielles grâce à la formation, au mentorat et à la collaboration, on fournit aux exploitants d'entreprises touristiques, aux entrepreneurs et aux communautés les outils et connaissances dont ils ont besoin pour proposer une expérience exceptionnelle et soutenir une croissance viable. Le développement des capacités du personnel, des nouveaux entrepreneurs et de quiconque souhaite se perfectionner permettra d'améliorer la qualité des services et le professionnalisme, tout en renforçant les économies locales par le succès entrepreneurial.

La Stratégie Tourisme 2030 maintiendra les programmes de financement qui visent à développer les capacités, à encourager les jeunes à faire carrière dans le secteur et à soutenir la formation. Nous travaillons à forger un avenir qui s'appuie sur une main-d'œuvre forte et flexible, apte à affronter les défis d'un secteur en pleine évolution.

Le GTNO soutiendra le tourisme en encourageant les jeunes à faire carrière dans ce secteur au moyen de partenariats avec les écoles secondaires et le Collège Aurora et en multipliant les occasions de formation dans le domaine.



KAKISA RIVER - COLIN FIELD/NWT PARKS

Programmes et initiatives

Programmes de mentorat en tourisme :

Le mentorat offre aux exploitants d'entreprises touristiques, aux entrepreneurs et aux nouveaux professionnels un moyen d'apprendre directement auprès de leaders chevronnées. L'encadrement personnalisé, le partage de connaissances et le développement de compétences pratiques permettent aux participants de se familiariser avec les pratiques exemplaires, les stratégies opérationnelles et l'expertise technique, toutes indispensables à la réussite dans l'écosystème touristique unique des TNO.

Le mentorat consolide ainsi la pérennité de l'industrie par le développement des capacités et la promotion de la collaboration et du réseautage, tout en renforçant la confiance et le leadership. Investir dans ces programmes, c'est donner au secteur les moyens de transmettre le savoir à la relève, de cultiver la résilience et de placer les TNO au rang des destinations reconnues pour leur professionnalisme et leur excellence.

Les deux programmes sont les suivants :

1. Mentorat pour les entreprises :

Destiné aux entreprises touristiques des TNO, ce programme fournit un soutien ciblé pour le développement des compétences et la croissance. Il propose un mentorat individuel avec des professionnels chevronnés qui partagent leur expertise et leurs conseils sur des sujets choisis par l'entreprise participante.

2. Mentorat pour les jeunes :

Conçu pour les inviter à envisager le tourisme comme option de carrière réelle et gratifiante, ce programme fournit aux jeunes l'occasion d'apprendre sur le terrain. Grâce au mentorat au travail, les participants obtiennent une expérience pratique, des connaissances sur l'industrie et un accompagnement professionnel, ce qui les aide à bâtir la confiance et les compétences qui aideront à réussir dans le domaine.

Fonds de formation touristique :

Ce fonds soutient les offres de formations de courte durée destinées aux travailleurs du tourisme qui souhaitent acquérir de nouvelles compétences ou se perfectionner. Il se concentre sur les formations qui correspondent précisément

REID LAKE TERRITORIAL PARK - DAVID BROSHA/NWT PARKS





aux besoins des entreprises touristiques et de leurs employés (certifications liées à certaines activités, formations sur la sécurité, ateliers relatifs au tourisme, mise à jour des certifications, etc.).

Ateliers et manuels de formation :

Partout aux TNO sont offerts des ateliers et des formations régionales portant sur des sujets incontournables, comme HospitaliTNO ou les nouvelles normes de préparation aux affaires, au commerce et à la croissance (PACC). Une collection de manuels d'autoapprentissage a aussi été publiée : Développement de produits touristiques, Conditionnement de produits touristiques et Commercialisation de vos produits touristiques. De plus, une série de webinaires a été produite pour répondre aux besoins exprimés par les entreprises touristiques. Les exploitants auront ainsi à disposition des ressources adaptées, pratiques, lorsqu'ils en auront besoin afin de renforcer leurs capacités et leur compétitivité.

Programme On-the-Land Collaborative :

Ce collectif appuie des initiatives pilotées par les collectivités portant sur les terres ancestrales. Il s'agit d'une collaboration

entre plusieurs organisations telles que les gouvernements autochtones régionaux, la fondation MakeWay, la Fondation McConnell, l'Association des parcs et des loisirs des TNO, Nature United, Dragonfly Ventures, BHP, DeBeers, Rio Tinto et le GTNO. Pour garantir un avenir radieux au tourisme autochtone, la Stratégie Tourisme 2030 appuiera les projets touristiques qui visent la promotion et le partage de la culture et du savoir autochtones, ainsi que le développement de compétences dans les activités traditionnelles menées sur les terres ancestrales.

Programme de soutien à l'amélioration des capacités touristiques :

Ce programme aura pour but de donner suite à l'analyse des lacunes qui sera menée au cours de la première année de la stratégie. Son objectif principal sera de consolider les capacités fondamentales de l'industrie touristique des TNO pour être en mesure de pallier les principaux éléments qui freinent sa croissance et sa compétitivité. Les mesures viseront à accroître le niveau de préparation des exploitants, à rehausser les normes de prestation de services, à atténuer la pénurie de main-d'œuvre et à surmonter les limites infrastructurelles qui influencent l'expérience des visiteurs.

SUITE À LA PAGE 32

Le programme aidera ainsi les entreprises à se conformer aux attentes d'un marché en pleine évolution, à généraliser la qualité des services et à construire une industrie capable de soutenir une croissance sur la durée.

Partenariats avec des établissements d'enseignement :

L'approfondissement de la collaboration avec le ministère de l'Éducation, de la Culture et de la Formation (MECF) et le Collège Aurora aidera à promouvoir le tourisme comme domaine d'avenir auprès des étudiants et proposera du soutien éducatif, notamment sous forme de cours reconnus visant à développer la capacité touristique locale.

FRED HENNE TERRITORIAL PARK - DAVID BROSHA/NWT PARKS



PRIORITÉ 2

Améliorer l'expérience des visiteurs

Pour étendre le tourisme à l'ensemble du territoire, il est indispensable de bonifier l'expérience des visiteurs.

Les expériences mémorables encouragent les visiteurs à venir, à revenir, et à rester plus longtemps. De plus, elles génèrent du contenu positif sur les médias sociaux et favorisent le bouche-à-oreille, deux outils marketing d'une puissance rare.

La population a également un rôle déterminant à jouer dans l'atteinte de cet objectif, puisque chaque interaction et chaque acte d'hospitalité influence l'expérience globale des visiteurs. Chaque Ténois et chaque Ténoise constitue donc un partenaire indispensable du développement touristique; d'ailleurs, une population sensibilisée aux avantages économiques et culturels du tourisme participera fièrement aux initiatives locales, ce qui créera un milieu accueillant qui reflète l'authenticité des TNO.

Pour bonifier l'expérience des visiteurs, on peut multiplier les vols vers les TNO et les vols intérieurs aux TNO, développer les services (hôtels, restaurants), investir dans les infrastructures essentielles (toilettes, réseaux sans fil dans les lieux publics), embellir les collectivités, rehausser la sécurité, améliorer la signalétique et faciliter l'information en ligne.



Programmes et initiatives

Programme de coordination du tourisme communautaire : Ce programme concourt au développement du tourisme régional en finançant des postes de coordonnateurs responsables de la croissance touristique locale.

Ces personnes collaborent avec des entreprises et des partenaires locaux pour mettre au point des produits et des forfaits touristiques, bonifier l'expérience des visiteurs et en attirer davantage vers des régions particulières pour favoriser la croissance économique locale.

Activités d'interprétation dans les parcs des TNO : Ces activités éducatives, créatives et expérientielles, proposées dans les parcs territoriaux, mettent en valeur la culture, l'histoire et la nature des TNO.

Grâce à l'embauche de membres de la collectivité et de détenteurs du savoir comme guides-interprètes, on crée des expériences empreintes d'authenticité autochtone et communautaire, on

cultive la fierté et on favorise la réconciliation, l'intendance et la diffusion des récits locaux. Ainsi, ces activités contribuent à la création de nouveaux produits touristiques, donnent naissance à des partenariats et font le pont entre les collectivités et l'économie touristique.

Campagne de sensibilisation sur la valeur du tourisme : Cette nouvelle initiative soulignera les retombées bénéfiques du tourisme grâce aux témoignages de visiteurs relatant leurs coups de cœur. En montrant à quel point un lien privilégié avec la population crée des souvenirs inoubliables, cette campagne nourrira la fierté et la reconnaissance collectives.

La population comprendra que les actes d'hospitalité et les petites interactions sont au cœur de l'expérience des visiteurs; elle réalisera aussi que le tourisme profite aux entreprises locales, crée des emplois et contribue à la prospérité générale des territoires.



PRELUDE LAKE - DAVID BROSHA/NWT PARKS



ALEXANDRA FALLS - COLIN FIELD/NWT PARKS



REID LAKE TERRITORIAL PARK - UPLIFT MEDIA/GNWT/ITTI





MUSKRAT JAMBOREE, INUVIK - SHERRY OTT/NWTT

PRIORITÉ 3

Diversifier les produits de tourisme durable

En investissant dans l'amélioration des produits et services touristiques et dans la diversification des expériences selon les régions et les saisons, on peut augmenter le nombre de voyages vers toutes les régions des TNO.

La modernisation des infrastructures touristiques et communautaires, combinée à des expériences culturelles authentiques et à des aventures en plein air, renforcera les liens avec la terre et la population des TNO.

Pour développer le tourisme aux TNO et fidéliser les visiteurs, le GTNO et ses partenaires pourraient multiplier les possibilités d'activités sportives, écologiques et autochtones, créer des forfaits régionaux ou territoriaux, proposer des produits quatre-saisons, prolonger l'ouverture des parcs et investir dans les infrastructures (routes, sentiers, quais, campements).

DEHCHO - TAWNA BROWN/NWTT



Programmes et initiatives

Programme de diversification et de commercialisation des produits touristiques (PDCPT)

Moteur d'innovation, ce programme aide les exploitants et les entreprises à réinventer, à améliorer ou à élargir leur offre afin de répondre aux demandes futures. Le PDCPT aide les entreprises à offrir des expériences inédites qui attireront les visiteurs à l'année. Il fournit du financement pour la planification des activités, l'élaboration et la promotion des produits ou forfaits et l'amélioration de la sécurité. En stimulant l'investissement privé et en allant chercher une contribution externe des organismes fédéraux, des gouvernements autochtones et de prêteurs, le programme construit une industrie compétitive, durable et tournée vers l'avenir.

Programme communautaire de contribution à l'infrastructure touristique (PCCIT)

Ce programme accompagne les communautés dans la concrétisation de leurs idées grâce au financement de projets d'infrastructures novateurs (musées, parcs municipaux, terrains de camping, sentiers, etc.). Il soutient aussi la construction de centres de congrès et l'organisation d'événements, car

les voyages professionnels sont les premiers contributeurs économiques du tourisme. Tout en multipliant et en prolongeant les séjours, ces investissements génèrent des retombées économiques qui assurent la pérennité des collectivités partout aux TNO.

Agent de développement touristique

autochtone : Ce poste renforce la santé économique et la diversité des collectivités ténosées en stimulant le tourisme autochtone. L'agent s'occupe d'une multiplicité de programmes et initiatives en collaboration avec les entreprises, les organisations et les gouvernements autochtones pour ainsi aider à développer les capacités, approfondir les connaissances et mettre en place les infrastructures indispensables à la création d'expériences authentiques et durables. Ces efforts génèrent des emplois, stimulent la participation des entreprises autochtones, font connaître des produits autochtones authentiques et diversifient les expériences, ce qui consolide d'autant plus les contacts avec la terre et avec la population des TNO.

LADY EVELYN FALLS - COLIN FIELD/NWT PARKS



159
exploitants
agrés

PRIORITÉ 4

Intensifier le marketing et la communication

La Stratégie Tourisme 2030 vise à susciter une mobilisation en faveur du tourisme par une communication claire et cohérente qui célèbre la singularité des TNO.

En amplifiant à l'échelle régionale et territoriale la mise en valeur des attraits touristiques des TNO (parcs, événements culturels, centres de conférences), on accroît les visites en toutes saisons. Par ailleurs, grâce à des stratégies concertées de marketing et de communication, on peut faire prendre conscience à la population de l'importance du tourisme pour l'encourager à promouvoir les expériences locales et à y participer avec enthousiasme.

Par la promotion des attraits naturels (parcs, chutes d'eau, rivières, sites patrimoniaux) et des événements locaux (festivals, activités culturelles), on attirera des visiteurs.

SOUTH SLAVE - NICK FITZHARDINGE/NWTT



Programmes et initiatives

Semaine du tourisme : Chaque année, pendant la Semaine nationale du tourisme, le GTNO organise des activités dans les régions pour faire connaître à la population les activités touristiques de sa collectivité. On organise ainsi des expositions et des événements qui servent à raviver la flamme entrepreneuriale de ceux qui souhaiteraient rejoindre cette industrie en constante évolution. La semaine du tourisme, c'est une occasion en or d'informer la population sur les bienfaits de cette activité : création d'emplois, mise à contribution des entreprises locales et hommage à la culture et au mode de vie ténéois.

Mobilisation et rayonnement régionaux:

Ces activités combinent la communication d'informations sur les recherches actuelles et les bienfaits économiques du tourisme, la promotion du tourisme comme levier de développement économique pour les collectivités, l'incitation à participer à nos programmes et services et le dialogue avec nos partenaires (exploitants, entrepreneurs, partenaires de financement, gouvernements autochtones, collectivités, population).

Promotion des parcs : Cette initiative se concentre sur la promotion d'un des principaux attraits des TNO, ses parcs d'une beauté spectaculaire. Comme chaque région a son parc territorial, cette initiative constitue un moteur de croissance et de développement régional. Pour ce faire, nous devons accroître notre présence sur le Web et promouvoir les activités et les attractions régionales telles que les programmes d'interprétation proposés dans les parcs.



NAHANNI MOUNTAIN LODGE - BEN WEILLAND/GNWT



BLACKSTONE TERRITORIAL PARK - BEN WEILLAND/NWTT

Bureau des congrès : Cette initiative mobilise, au sein de Tourisme TNO, un agent en particulier qui a pour mandat de stimuler l'organisation de réunions, de voyages d'incitation, de congrès et d'événements. En faisant la promotion des TNO comme substitut extraordinaire aux destinations urbaines habituelles, le Bureau des congrès encourage la clientèle professionnelle à venir vivre l'expérience de calibre mondial de nos événements professionnels qui allient authenticité culturelle, nature époustouflante et installations modernes.

Du point de vue de l'apport économique, ce sont les voyages professionnels qui arrivent en tête de liste des dépenses touristiques, ce qui fait de ce marché un important moteur de croissance. En misant sur ce segment, sur le prolongement des séjours et sur les expériences uniques aux TNO, le Bureau des congrès consolide l'économie touristique et crée des bienfaits durables pour les collectivités et les entreprises locales dans l'ensemble des territoires.

SLAVE RIVER RAPIDS - DARREN ROBERTS/NWTT





FOLK ON THE ROCKS, YELLOWKNIFE - TOMMY JORGE/NWTT

PRIORITÉ 5

Exploiter les données

L'accès aux données touristiques récentes s'avère crucial pour les gouvernements territorial, autochtones et municipaux, les entreprises touristiques et les organisations.

En effet, les données permettent une fine compréhension des tendances et préférences des visiteurs, en plus de faciliter la prévision des besoins futurs en matière d'emploi, d'infrastructure, d'hébergement et de transport.

La collecte de données en temps réel et le suivi du rendement détermineront notre façon d'investir dans les produits et les services touristiques.



NORTH SLAVE - PAT KANE/GNWT

Programmes et initiatives

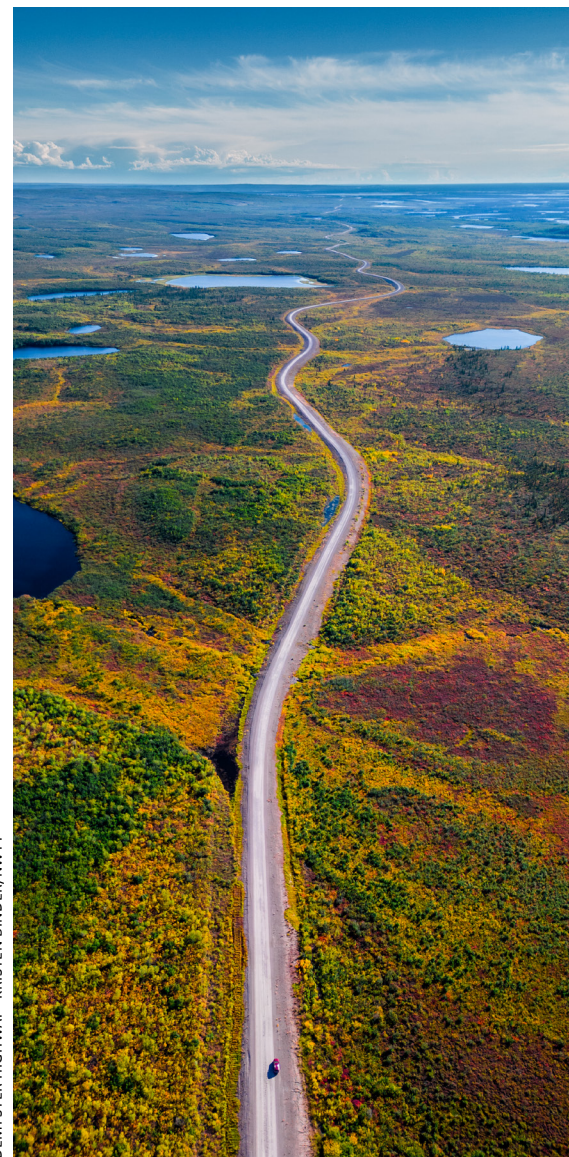
Recherches et rapports réguliers : Des recherches et des collectes de données seront menées sur une base régulière pour garantir l'accès à des renseignements utiles aux acteurs de l'industrie du tourisme et aux autres parties prenantes. Des rapports comme Le tourisme aux TNO : Bilan de l'année ou Parcs TNO : Faits saillants seront publiés annuellement, tout comme des fiches d'information présentant des données sur le nombre de visiteurs et l'apport économique du tourisme, des statistiques démographiques sur les visiteurs et des renseignements sur les permis d'exploitation d'entreprise touristique. Ces données contribueront à orienter la planification et les décisions du secteur.

Analyse des lacunes : Cette recherche échelonnée sur un an mettra au jour les principales entraves qui nuisent à la satisfaction des exigences croissantes des visiteurs. L'analyse portera principalement sur les problèmes récurrents de capacités qui touchent plusieurs régions, surtout les petites collectivités. Elle proposera aussi des moyens d'harmoniser les produits et les expériences touristiques aux

demandes du marché. Elle servira enfin de guide pour élaborer le Programme de soutien à l'amélioration des capacités touristiques, qui aidera à ce que les investissements futurs répondent directement aux besoins des exploitants et des visiteurs. Les communications relatives à ce programme seront diffusées dans la deuxième année de déploiement de la stratégie.

Suivi et évaluation de la Stratégie

Tourisme 2030 : Afin de garantir que nos travaux concourent efficacement à notre vision, nous avons défini clairement les objectifs, les indicateurs de rendement clés et les mécanismes de rétroaction qui nous permettront de suivre notre progression, d'adapter les programmes et initiatives au besoin et d'évaluer le niveau de réussite. Les informations servant à soutenir ces activités seront recueillies et compilées à partir des sources suivantes : recherches et collecte de données sur les visiteurs (p. ex. sondage de fin de voyage et centre d'information touristique); recherches sur le secteur (p. ex. suivi des tendances) et recherches et collecte de données sur la population



DEMPSTER HIGHWAY - KRISTEN BINDER/NWTT





NORTH SLAVE - JULIEN SCHRODER/NWTT

CALENDRIER

MESURES PRÉVUES	ANNÉE
FORMER DU PERSONNEL COMPÉTENT	
Faire connaître la formation et le mentorat dans le secteur touristique, surtout dans les petites collectivités.	1 ^{re} année
Offrir des programmes des perfectionnement <ul style="list-style-type: none"> ◆ Programme de mentorat pour entreprises touristiques ◆ Programme de mentorat en tourisme pour les jeunes ◆ Fonds de formation touristique ◆ Ateliers et manuels de formation 	1 ^{re} année
Soutenir le Programme On the Land Collaborative.	1 ^{re} année
Mettre en œuvre le Programme de soutien à l'amélioration des capacités touristiques. (NOUVEAUTÉ).	3 ^e année
De concert avec le MECF et le Collège Aurora, promouvoir les carrières dans le tourisme auprès des jeunes et proposer des programmes d'enseignement et de formation dans ce domaine.	En continu
BONIFIER L'EXPÉRIENCE DES VISITEURS	
Exécuter le Programme des coordonnateurs du tourisme communautaire.	1 ^{re} année
Continuer à soutenir le programme d'interprétation offert dans les parcs des TNO en valorisant particulièrement l'intendance, la réconciliation et les récits locaux.	1 ^{re} année
Développer la campagne Le tourisme en action.	1 ^{re} année
Créer des parcours thématiques en visite libre (expériences gastronomiques, exploration patrimoniale, plein air).	3 ^e année
Promouvoir des normes touristiques rigoureuses en matière de sécurité, de qualité et de conformité par des ateliers, par la mise à jour de la formation HospitaliTNO, par l'aide à la planification de la sécurité et par la création de modèles de formation sur la conscientisation culturelle.	En continu
DIVERSIFIER LES PRODUITS DE TOURISME DURABLE	
Offrir deux programmes phares <ul style="list-style-type: none"> ◆ Programme de diversification et de commercialisation des produits touristiques ◆ Programme communautaire de contribution aux infrastructures 	1 ^{re} année
S'allier aux entreprises locales pour encourager la création de forfaits.	2 ^e année
Aider les entreprises locales à concevoir des produits et des services accessibles à l'année.	2 ^e année

MESURES PRÉVUES	ANNÉE
DIVERSIFIER LES PRODUITS DE TOURISME DURABLE	
Améliorer la signalétique, les moyens de s’orienter et l’accessibilité partout aux TNO.	2 ^e année
Surveiller les tendances dans le développement de produits touristiques.	En cours
INTENSIFIER LE MARKETING ET LA COMMUNICATION	
Faire la promotion des parcs des TNO de concert avec Tourisme TNO.	1 ^{re} année
Maintenir le Bureau des congrès au sein de Tourisme TNO pour encourager l’organisation de réunions, de voyages d’incitation, de congrès et d’événements.	1 ^{re} année
Améliorer la communication et la collaboration avec les partenaires internes : MECF, Collège Aurora, MAMC, Ministère de l’Infrastructure MITI	1 ^{re} année
Conserver des liens solides avec les partenaires externes :	
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Tourisme TNO ◆ Association touristique autochtone du Canada ◆ Destination Canada ◆ CanNor 	1 ^{re} année
Produire des informations touristiques et les relayer auprès des exploitants, des entrepreneurs, des gouvernements autochtones, des organisations et de la population.	
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Programmes ◆ Formation ◆ Le tourisme en action ◆ Semaine du tourisme ◆ Résultats de l’analyse des lacunes du secteur 	1 ^{re} année
Trouver des occasions d’établir des partenariats avec d’autres secteurs, notamment le cinéma (vanter les qualités des TNO comme lieu de tournage), les essais par temps froid, etc.	2 ^e année
EXPLOITER LES DONNÉES	
Analyser les lacunes du secteur touristique.	1 ^{re} année
Sonder régulièrement la satisfaction des visiteurs (p. ex. sondage de fin de voyage, commentaires recueillis dans les centres d’information touristique).	1 ^{re} année
Surveiller les indicateurs de rendement.	Dès la 2 ^e année
Rédiger des rapports sommaires annuels et des fiches d’information.	Dès la 2 ^e année
Évaluer les méthodes de sondage et de collecte de données.	2 ^e année



DEHCHO BRIDGE - TASHINA WEAGLE/NWTT



NORTH SLAVE - KAITLYN VICIAN/NWT

REGARD VERS L'AVENIR

Tourisme 2030 : vers un tourisme durable est le prochain jalon vers un avenir de croissance et de réussite.

Au cours des cinq prochaines années, nous continuerons à investir dans les programmes et les infrastructures touristiques afin de développer les potentialités de notre industrie touristique.

En misant sur l'expérience des visiteurs, en tirant parti de l'innovation et en collaborant de façon étroite avec nos partenaires, nous serons en mesure de maximiser les retombées pour le secteur.

Nous continuerons de surveiller et d'évaluer nos activités afin d'y apporter les ajustements nécessaires pour garantir la progression de l'industrie et l'arrimage aux tendances nationales et mondiales.

L'atteinte d'un équilibre entre les réponses aux besoins des visiteurs et des collectivités et la nécessité de protéger l'environnement nous permettra de renforcer notre résilience et notre souplesse et ainsi de faire du tourisme une entreprise réussie aussi bien pour notre population que pour nos visiteurs.

THAIDENE NENE - HOOKÉ/NWTT





ANNEXE A : GROUPES CONSULTÉS ET DATES DES RENCONTRES

COLLECTIVITÉ/ÉVÉNEMENT	GROUPE	DATE	NOMBRE DE PARTICIPANTS
Conférence de Tourisme TNO	Secteur du tourisme	5 novembre 2025	31
Inuvik	Industrie touristique	4 février 2025	8
	Membres de la collectivité	5 février 2025	5
Fort Simpson	Industrie touristique	11 février 2025	3
	Membres de la collectivité	11 février 2025	3
Behchokoq	Industrie touristique	13 février 2025	10
	Membres de la collectivité	13 février 2025	0
Yellowknife	Industrie touristique	6 mars 2025	28
	Membres de la collectivité	17 février 2025	6
	Membres de la collectivité	3 mars 2025	8
Norman Wells	Industrie touristique (en présentiel et en virtuel)	20 février 2025	4
	Community members (en présentiel et par écrit)	20 février 2025	8
Hay River	Industrie touristique	4 mars 2025	3
	Membres de la collectivité	4 mars 2025	0
Łutselk'e	Industrie touristique et membres de la collectivité	5 mars 2025	4
Fort Smith	Industrie touristique (en virtuel)	6 mars 2025	15
Entretiens	Municipalités	11 avril au 1 ^{er} mai 2025	2
	Secteur de soutien au tourisme		5
	Partenaires de l'industrie touristique		5
	Partenaires de financement du tourisme		1
Sondages en ligne	Industrie touristique	1 ^{er} février au 31 mars 2025	17
	Membres de la collectivité		95
GTNO	MITI, MECF, MAMC, Infrastructure, Culture et Patrimoine, Collège Aurora	5 février au 18 mars 2025	24
TOTAL DE PARTICIPANTS			285

ANNEXE B : VISÉES

Le tableau qui suit fait ressortir les intrants, activités et résultats visés par la Stratégie Tourisme 2030.

CONTEXTE	INTRANTS	ACTIVITÉS	RÉSULTATS	VISÉES
	Ressources	Priorités stratégiques	Participation, produits, biens et services	Résultats visés, cinq ans et plus
AXES D'INTÉRÊT	INVESTISSEMENTS	MESURES PRISES	FRUIT DU TRAVAIL	
Assurer la croissance économique, la diversification (pallier les lacunes de l'industrie) et la pérennité (territoire, régions, collectivités) du secteur touristique des TNO.	Personnel du MITI du GTNO (administration centrale, régionale, saisonnière)	Former une main-d'œuvre compétente. Former du personnel compétent en tourisme qui contribue aux expériences haut de gamme et à la croissance durable de l'industrie.	Programmes de mentorat en tourisme : mentorat pour les entreprises et les jeunes	Main-d'œuvre compétente et formée à la réalité du tourisme
	Stratégie budgétaire Exploitants d'entreprise touristique/entreprise		Fonds de formation touristique	
	Recherches et données		Ateliers et manuels de formation	
	Infrastructures liées aux parcs		Programme On-the Land Collaborative	
	Promotion des parcs	Améliorer l'expérience des visiteurs. Créer des expériences mémorables haut de gamme qui incitent les touristes à venir, à revenir et à prolonger leur séjour.	Partenariats avec des établissements d'enseignement	Normes de référence pour les services aux visiteurs (qualité et constance)
	Entrepreneurs		Programme de coordination du tourisme communautaire	
	Partenariats		Agent de développement touristique autochtone	
		Diversifier les produits de tourisme durable. Diversifier les expériences afin de conquérir de nouveaux marchés et de prolonger la durée des séjours dans toutes les régions.	Activités d'interprétation dans les parcs des TNO	Offres de tourisme durable (effectif suffisant, planification de la relève)
			Programme de diversification et de commercialisation des produits touristiques (PDCPT)	
				Programme communautaire de contribution à l'infrastructure touristique (PCCIT)

CONTEXTE	INTRANTS	ACTIVITÉS	RÉSULTATS	VISÉES
	Ressources	Priorités stratégiques	Participation, produits, biens et services	Résultats visés, cinq ans et plus
AXES D'INTÉRÊT	INVESTISSEMENTS	MESURES PRISES	FRUIT DU TRAVAIL	
		<p>Intensifier le marketing et la communication.</p> <p>Rejoindre et informer les publics cibles et les partenaires par des communications claires et cohérentes qui font valoir l'importance du tourisme aux TNO et renforcent les partenariats avec les exploitants du secteur.</p> <p>Exploiter les données.</p> <p>Prendre les décisions et améliorer les services en fonction résultats de recherche.</p>	<p>Semaine du tourisme</p> <p>Rayonnement et mobilisation régionale</p> <p>Promotion des parcs des TNO</p> <p>Bureau des congrès (promotion des infrastructures pour congressistes)</p> <p>Ongoing research and reporting</p> <p>Tourism 2030 monitoring and evaluation</p>	<p>Apport économique du tourisme qui transparaît dans le PIB des TNO</p> <p>Croissance du tourisme fondée sur des données probantes et des recherches</p>

ANNEXE C : SOMMAIRES DES CONSTATS

ATTRAI TS TOURISTIQUES	
<ul style="list-style-type: none">◆ Aurores boréales◆ Tourisme d'aventure (traîneau à chiens, activités nautiques, chasse, pêche, etc.)◆ Parcs nationaux et territoriaux◆ Expériences culturelles autochtones◆ Festivals	<ul style="list-style-type: none">◆ Proximité de la nature◆ Escapades routières sur la route Dempster◆ Océan Arctique◆ Soleil de minuit
AVANTAGES DU TOURISME	
<ul style="list-style-type: none">◆ Création d'emplois et développement économique◆ Amélioration de la compréhension culturelle et mise en valeur des beautés naturelles	<ul style="list-style-type: none">◆ Investissements en services et infrastructures◆ Renforcement de la fierté communautaire
SOUTIEN NÉCESSAIRE AUX PARTIES CONCERNÉES POUR FAIRE CROÎTRE L'INDUSTRIE	
<ul style="list-style-type: none">◆ Commercialisation des produits locaux◆ Bonification, élargissement et assouplissement des programmes de financement◆ Prise de décision appuyée sur les données touristiques◆ Initiatives touristiques coordonnées entre les collectivités, les régions et le territoire	<ul style="list-style-type: none">◆ Ateliers de perfectionnement des capacités entrepreneuriales et administratives◆ Subventions ou rabais sur les primes d'assurance◆ Accès à une main-d'œuvre qualifiée grâce aux programmes d'immigration
OBSTACLES	
<ul style="list-style-type: none">◆ Infrastructures insuffisantes◆ Offres restreintes de produits touristiques◆ Services de soutien lacunaires◆ Voyage dispendieux et nombre de vols trop limité◆ Commercialisation trop restreinte dans le pays et à l'étranger◆ Coût élevé lié à l'exploitation touristique	<ul style="list-style-type: none">◆ Pénurie de main-d'œuvre qualifiée apte à fournir des services de qualité◆ Processus complexe de demande et de délivrance de permis◆ Primes d'assurances et frais de permis élevés◆ Sous-financement de l'industrie touristique◆ Répercussions des changements climatiques sur les coûts d'approvisionnement, le nombre de visiteurs, la stabilité des infrastructures et la durabilité globale du tourisme
MOYENS POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE DES VISITEURS	
<ul style="list-style-type: none">◆ Multiplier le nombre de produits touristiques et de services de soutien◆ Augmenter le nombre d'infrastructures essentielles◆ Améliorer la signalétique◆ Faciliter l'accès à l'information en ligne	<ul style="list-style-type: none">◆ Rehausser la qualité du service◆ Accroître la sécurité sur les routes◆ Uniformiser les offres de produits et les heures d'ouverture des exploitants◆ Embellir les collectivités

MOYENS D'ACCROÎTRE LA MOBILISATION DE LA POPULATION À L'ÉGARD DU TOURISME

- ◆ Informer sur les avantages du tourisme
- ◆ Offrir des produits touristiques destinés à la fois aux visiteurs et aux locaux
- ◆ Sensibiliser les visiteurs et les exploitants aux codes de conduite et de sécurité de la collectivité
- ◆ Consolider les liens entre les exploitants et les entreprises locales
- ◆ Renforcer la participation des jeunes
- ◆ Atténuer les répercussions du tourisme sur les habitants de la collectivité

EXTENSION DU TOURISME À TOUTES LES RÉGIONS DES TNO

- ◆ Multiplier les produits touristiques
- ◆ Proposer plus de vols réguliers
- ◆ Collaborer avec des établissements secondaires et postsecondaires des TNO pour créer des programmes de cours et de formation
- ◆ Faciliter l'accès à l'information et la réservation en ligne
- ◆ Mobiliser la population locale envers le tourisme et créer un programme d'ambassadeurs citoyens pour soutenir le tourisme local
- ◆ Poursuivre la collaboration avec l'industrie cinématographique
- ◆ Créer des zones et activités touristiques liées au changement climatique, comme le tourisme environnemental durable, respectueux de l'environnement et à bilan carboneutre ou négatif, ainsi que la recherche de champignons ou le battage de grèves
- ◆ Revitaliser ou développer les infrastructures, les activités et les sites existants
- ◆ Élargir la définition du terme touriste pour y inclure tout visiteur qui n'habite pas aux TNO
- ◆ Développer le tourisme dans les parcs territoriaux pendant les saisons intermédiaires en prolongeant leur période d'ouverture, en adaptant les bâtiments à l'hiver et en proposant davantage d'activités saisonnières
- ◆ Mettre l'accent sur les expériences touristiques autochtones et culturelles, le tourisme sportif et le tourisme d'affaires
- ◆ Atteindre divers types de clientèle
- ◆ Favoriser la collaboration entre les exploitants pour créer des forfaits touristiques
- ◆ Promouvoir l'observation des aurores boréales à l'extérieur de Yellowknife
- ◆ Encourager le perfectionnement de la main-d'œuvre grâce à des programmes d'immigration

SECTEURS PRIORITAIRES POUR LES INVESTISSEMENTS DANS LE TOURISME

- ◆ Nouveaux produits et forfaits touristiques
- ◆ Création d'infrastructures touristiques
- ◆ Amélioration de la commercialisation
- ◆ Mise en valeur du tourisme autochtone et culturel, et soutien aux festivals
- ◆ Renforcement des activités touristiques dans les collectivités
- ◆ Embauche d'agents de tourisme communautaire dans chaque collectivité
- ◆ Perfectionnement des connaissances et des compétences entrepreneuriales et administratives
- ◆ Augmentation des offres d'emploi et des séances d'apprentissage ou de formation, surtout celles destinées aux jeunes Autochtones



Gouvernement des
Territoires du Nord-Ouest