

# FAIRE FRUCTIFIER LES ATOUITS Canada : Destination Culture



*Un symposium sur les produits  
touristiques culturels et patrimoniaux  
Le 1<sup>er</sup> mai 2004*

COMMISSION  
CANADIENNE  
DU TOURISME



CANADIAN  
TOURISM  
COMMISSION

*Document de  
travail*

# Canada : Destination Culture

*Un symposium sur les produits  
touristiques culturels et patrimoniaux*

Document de travail

Le 1<sup>er</sup> mai 2004

(À l'occasion de Rendez-vous Canada 2004)

---

## Crédits-photos :

Photo principale : Festival d'été 2003 de Québec (Québec). Artistes : CHAMADE friches théâtre urbain.  
Crédit : ©Louise Leblanc

Photo du haut : Visite « dans les coulisses » de Lunenburg (N.-É), site du patrimoine mondial de l'UNESCO.  
Crédit : Fondation Héritage Canada.

Photo du milieu : Le sculpteur Bradley Hunt. Sunshine Coast (C.-B.).  
Crédit : Photo : Dean Van'tSchip.

Photo du bas : *Hôtel Yukon* (Dawson, Yukon)  
intégré au Lieu historique national du Canada du Complexe-Historique-de-Dawson.  
Crédit : Fondation Héritage Canada.

## **Canada : Destination culture**

### **Un symposium sur les produits touristiques culturels et patrimoniaux**

#### **Un projet du Sous-comité de tourisme culturel, composante du Comité Enrichissement du produit touristique et Innovation de la Commission canadienne du tourisme**

##### Présidente du Sous-comité

- \* Sylvie Nadeau, SN Tourisme culturel, St-Donat (Qué.)

##### Membres du Sous-comité

- Wayne Burley, Secrétariat à la Culture et au Sport du Nouveau-Brunswick, Fredericton (N. B.)
- Jean-Yves Cayen, Patrimoine canadien, Gatineau (Qué.)
- Marie-France Doucet, Le Pays de la Sagouine, Bouctouche (N. B.)
- Donna Dul, Culture, Patrimoine et Tourisme Manitoba, Winnipeg (Man.)
- \* Anna Kovachis, Odyssey Learning Adventures, Kingston (Ont.)
- Marie Lalonde, Association des musées de l'Ontario, Toronto (Ont.)
- \* Lise Lambert, spécialiste de produits, Tourisme Québec, Montréal (Qué.)
- \* David Lough, Patrimoine canadien, Parcs Canada, APÉCA, St. John's (T.-N.-L)
- \* Kevan Ridgway, pdg, Vancouver Coast and Mountains, Vancouver (C. B.)
- Wendy Swedlove, Conseil canadien des ressources humaines en tourisme, Ottawa (Ont.)
- Linda Wedman, The Works International Visual Arts Society, Edmonton (Alb.)
- Darrin White, The Great Northern Arts Festival (jusqu'au 31 mars 2004), Inuvik, (T.N. O.)

##### Personnel de la CCT

- \* Frank Laflèche, Développement des marchés, CCT-Washington (États-Unis)
- \* Ernest Labrègue, spécialiste de produits, CCT, Ottawa (Ont.)
  
- \* Membres du comité – directeur du symposium

## **Canada : Destination culture**

### **Un symposium sur les produits touristiques culturels et patrimoniaux**

#### **Document de travail** (traduit de l'anglais)

##### Document préparé par :

- Ernest Labrègue, spécialiste en tourisme culturel, Développement de produits, Commission canadienne du tourisme
- Nancy Arsenault, Learning Thru Leisure Consulting, Victoria (C. B.)
- Alicia Maluta, Vancouver (C. B.)

## Avant-propos

« ... L'image que nous nous sommes efforcés de projeter partout au monde s'inscrit dans l'énoncé de vision de notre industrie... Je pense que cette image est bonne. Nos espaces vierges, nos lacs, nos rivières et ainsi de suite, voilà à quoi nos clients nous associent d'emblée.

Mais... nous devons aussi faire connaître le Canada moderne. Nous devons attacher plus d'importance à nos villes et à nos produits culturels. Par produits culturels, je ne veux pas dire seulement le ballet, les symphonies et les arts visuels. Je pense aussi à l'industrie (moderne) du divertissement.

Un de mes premiers objectifs pour les prochaines années est de créer de meilleurs liens entre le monde du tourisme et le monde de la culture. »

Charles Lapointe, président du conseil d'administration de  
la Commission canadienne du tourisme, janvier 2002

### Énoncés de la vision et de la mission de l'industrie canadienne du tourisme et de la Commission canadienne du tourisme

#### Vision :

Le Canada sera la destination quatre-saisons de prédilection 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.



# La rencontre du 1<sup>er</sup> mai 2004 :

## Sujets de discussion

---

*Le 1<sup>er</sup> mai, vous vous joindrez à un petit groupe sélect d'acheteurs internationaux et de voyageurs réceptifs intéressés à la chose culturelle. On vous invitera à discuter de trois sujets, présentés ci-dessous. D'avance, nous vous disons merci pour vos commentaires, idées, observations et suggestions.*

Le Canada n'est peut-être pas un grand pays pour son nombre d'habitants, mais son importance sur la scène culturelle internationale et celle du divertissement culturel s'est accrue de façon phénoménale au cours de ces dix dernières années. Aussi peut-il s'enorgueillir d'être une véritable destination de culture : d'incroyables créativité l'animent; des tissus culturels très riches le composent; son histoire, ses histoires, fait de nombreuses jonctions avec celles de maints autres pays. Cette dimension, de surcroît, s'allie bien aux possibilités exceptionnelles de contact direct avec la nature qu'il offre aux touristes.

C'est pourquoi proposer des produits \* et expériences de nature culturelle \* susceptibles d'intéresser les « acheteurs » et les voyageurs internationaux concorde bien avec la réalité de la destination culturelle canadienne. Si les fournisseurs (voyagistes) touristiques du pays proposent des produits pertinents et attrayants, prêts à la mise en marché, tous les partenaires intéressés y gagneront

*(\*Une définition du tourisme culturel ainsi que l'énumération des catégories de produits culturels se trouvent au chapitre 1, à la page 2.)*

L'initiative de la CCT portant sur la croissance du tourisme culturel au Canada date de l'an 2000, lorsque celle-ci proposa après une vaste consultation tenue à travers le pays en 1998-1999 une stratégie intitulée *Faire fructifier les atouts (Packaging the Potential)*<sup>1</sup>. Elle vise à susciter la croissance du tourisme culturel et patrimonial grâce à une variété de projets et d'actions.

Le temps est maintenant venu d'engager la discussion avec les grands acteurs du milieu (acheteurs et forfaitistes), une discussion qui porte sur les gestes à poser et les étapes à franchir en vue d'augmenter à la fois l'offre de produits et la demande de voyages culturels au Canada.

En attendant le plaisir d'en discuter avec vous, nous formulons un seul souhait :

*« De faire en sorte que les produits culturels et patrimoniaux offerts au Canada répondent aux besoins de votre entreprise et aux intérêts de vos clients, les voyageurs. »*

En amorçant la réflexion sur les besoins et intérêts de votre entreprise en matière de tourisme culturel, il importe, afin d'assurer à la discussion un caractère fécond et utile, de garder à l'esprit les points de repère suivants : *harmonisations « produit-marché », priorités, occasions de communiquer et possibilités de développement de produits.*

## **1) Sujet 1 : La demande**

Quels sont les genres d'expériences que recherchent vos clients-voyageurs en matière d'expériences liées à la culture et au patrimoine?

- Le Canada offre-t-il suffisamment de produits culturels et patrimoniaux correspondant aux besoins et à la demande de vos clients?
- Des expériences sont-elles accessibles en temps et lieux opportuns, et de la façon dont votre entreprise en a besoin?

## **2) Sujet 2 : L'élaboration d'itinéraires touristiques culturels au Canada**

- Acheteurs internationaux : Comment les agences réceptives pourraient-elles coopérer elles pour garantir à vos voyageurs accès à une offre de forfaits et itinéraires attrayants?
- Agences réceptives canadiennes : De quels éléments avez-vous besoin de la part des acheteurs internationaux pour pouvoir créer des forfaits et itinéraires touristiques culturels innovateurs qui combler les besoins de leurs clients?

## **3) Sujet 3 : L'avenir : soutenir la croissance**

Au Canada, on trouve une détermination de plus en plus forte à développer le produit touristique culturel. On croit qu'aussi bien les entreprises, les voyageurs que les organismes culturels en tireront des avantages multiples.

- Qu'est-ce que le Canada peut faire au cours des prochaines deux à quatre années pour contribuer au développement de votre gamme de produits culturels et patrimoniaux (p. ex., développement de produits, tournées de familiarisation, littérature promotionnelle, bourses touristiques, excellence dans les pratiques)?
- Comment pouvons-nous aider à ce que la perception que les voyageurs se font du Canada intègre l'idée d'une destination touristique culturelle intéressante, authentique et multidimensionnelle?
- Lesquels des huit thèmes énumérés à la section 3 présentent le plus grand potentiel à moyen terme (deux à cinq ans)?

Nous sommes confiants...cette discussion mènera à une compréhension meilleure et réciproque des besoins et intérêts de chacun, ouvrant ainsi la voie à une sélection et énumération d'initiatives potentielles; ces dernières permettraient de générer de nouvelles possibilités, évolutives, pour ce type de tourisme.

Ayant en vue d'améliorer la profondeur, l'étendue et la disponibilité de l'offre de produits culturels au pays, de faciliter la préparation à la mise en marché, de générer des avantages concrets pour le secteur culturel, les diverses équipes de développement de produits touristiques au pays, qu'elles soient fédérales provinciales, territoriales ou municipales, pourront faire part de ces suggestions aux organismes culturels ou patrimoniaux, aux fournisseurs touristiques, agences réceptives et offices du tourisme.

# Sommaire

---

1. Pour jeter les bases de la discussion ... .....1
2. Les réalités du marché : faire croître l'entreprise grâce au potentiel offert par les expériences culturelles .....3
3. Redéfinir le Canada en tant que destination culturelle .....7

## Annexes

Annexe I : Quelques sites de référence pour se familiariser avec le monde de la culture au Canada .....17

Annexe II : Points de contacts fédéral, provinciaux, territoriaux en développement de produits (tourisme culturel) .....19



# 1. Pour jeter les bases de la discussion...

---

Le tourisme culturel est un secteur croissant et lucratif de l'industrie du tourisme. Le nombre de personnes appréciant les activités culturelles au cours de leurs voyages a augmenté à tel point qu'il s'agit aujourd'hui d'une activité de premier plan intéressant un marché grand public<sup>i</sup>.

Les professionnels de l'industrie du voyage ne sont pas restés indifférents à cette tendance. Depuis 2002, ITB Berlin, la plus grande bourse et foire touristique au monde, présente un **Hall du tourisme culturel**<sup>1</sup> qui connaît un succès remarqué. Il s'agit en fait d'une aire réservée à des exposants tels que théâtres, musées et « villes d'art et de culture », visant à « exposer » toute l'étendue des possibles en tourisme culturel. (Note : en mars 2004, ce vaste espace a accueilli 55 exposants et plus de 300 institutions et lieux de culture.)

Récemment, au Canada, l'Événement **Bienvenue Québec** a pris l'initiative d'un projet triennal 2002 – 2004 faisant de la thématique culturelle le thème central de la manifestation<sup>2</sup>; en découle une « exposition » articulée de produits culturels. Cette initiative remportait en 2003 le Prix de *l'Innovateur de l'année* décerné par l'Association de l'industrie touristique du Canada (AITC).

Aux États-Unis, une étude réalisée en 2003 par la Travel Industry Association (TIA) des États-Unis et le *Smithsonian Magazine* indique que 81 % des adultes américains qui ont voyagé en 2002 (soit 146,4 millions de voyageurs d'âge adulte) ont incorporé au moins une activité de nature culturelle ou un événement de nature historique dans ces voyages<sup>iii</sup>.

Par ailleurs, on sait maintenant que les voyageurs s'intéressant à l'histoire ou à la culture :

- ont tendance à séjourner plus longtemps et à dépenser davantage;
- recherchent un enrichissement personnel à travers de nouvelles expériences touristiques;
- affirment qu'une activité historique ou culturelle précise était une motivation au cœur de leur décision de voyage;
- prolongent souvent leur séjour pour participer à des activités culturelles précises;
- ont une scolarité et des revenus supérieurs; ils font partie des marchés clé; ils sont fortement associés au segment « baby-boom ».

Pays des nombreux auteurs, interprètes et autres artistes et créateurs d'excellence qui évoluent sur la scène culturelle internationale tout en exerçant une grande influence sur celle-ci, **il n'est pas surprenant que le Canada offre à ses visiteurs une gamme exceptionnelle d'expériences de qualité en matière de culture et d'histoire.**

---

<sup>1</sup> ITB : gestion sous l'égide de *Villes d'art d'Europe* ([www.artcities.de/itb/index.html](http://www.artcities.de/itb/index.html)).

<sup>2</sup> Bienvenue Québec : [www.apaq.qc.ca](http://www.apaq.qc.ca)

A la section 3, on pourra prendre connaissance d'exemples de produits, forfaits et itinéraires mis en marché ou en voie de l'être. Ils sont regroupés par thèmes. Certains thèmes porteurs font actuellement l'objet de réflexions et pourraient être bientôt concrétisés sous forme de produits mis en marché.

### **Définitions du tourisme culturel et patrimonial**

*« Le tourisme culturel et patrimonial est celui où la participation à des activités culturelles ou patrimoniales constitue un élément important du voyage. »<sup>iv</sup>*

*« Il peut s'agir de visites effectuées par des personnes venant de l'extérieur de la collectivité hôte, motivées en tout ou en partie par un intérêt envers l'offre historique, artistique, scientifique ou relative au mode de vie ou au patrimoine d'une collectivité, d'une région, d'un groupe ou d'une institution. »<sup>v</sup>*

### **Au Canada, les activités culturelles donnant lieu à des produits culturels et patrimoniaux peuvent être regroupées en catégories :**

- les arts de la scène (p. ex., théâtre, danse, musique, cirque);
- les arts visuels (p. ex., peinture, photo, sculpture) et les métiers d'art;
- les musées et les centres culturels;
- les sites ou villages historiques, le patrimoine bâti, les centres d'interprétation, les reconstitutions historiques;
- les festivals d'arts et de culture.

Trois autres secteurs de produits ont un lien thématique assez étroit avec ces catégories, en termes d'expériences offertes. Soit le *tourisme culturel autochtone, l'apprentissage du français ou de l'anglais comme langue seconde* et le *tourisme gastronomique, culinaire et viticole*.

## 2. Les réalités du marché : faire croître l'entreprise grâce au potentiel offert par les expériences culturelles

Le tourisme culturel et patrimonial est extrêmement important pour l'industrie du tourisme.

### Données sur le marché américain

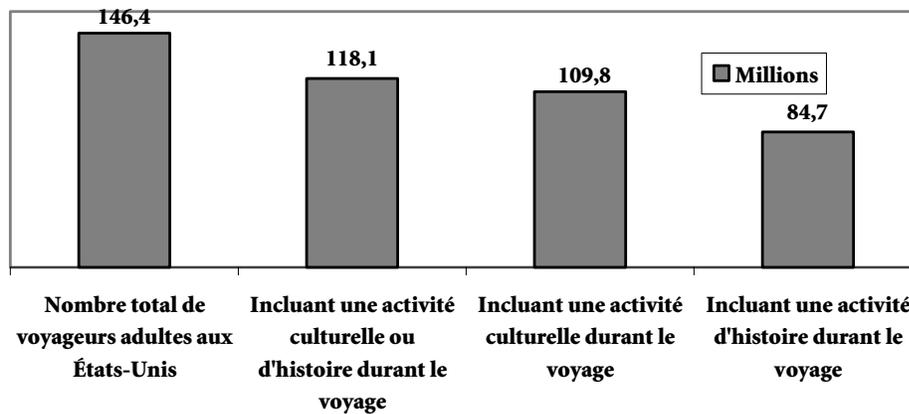
Aux États-Unis, le nombre de voyageurs motivés par l'histoire ou la culture a grimpé de 13 % depuis 1996. C'est là le double de la croissance générale de l'industrie du voyage<sup>2</sup>.

En 2003, le *Smithsonian Magazine* et la *Travel Industry Association* (TIA) des États-Unis publiait une intéressante étude sur le voyageur américain s'intéressant à la culture et au patrimoine<sup>3</sup>. Parmi les constatations figurent les données suivantes :

- 109,8 millions de voyageurs adultes participèrent à au moins une activité culturelle (p. ex., production de théâtre, danse, musique classique, opéra; visite de musées et galeries d'art, boutiques d'antiquités, ventes aux enchères, festivals, expositions réalisées par des communautés culturelles);
- 84,7 millions de voyageurs adultes participèrent à au moins une activité à thématique historique (p. ex., visite de sites historiques, monuments commémoratifs, endroits liés à l'histoire de la musique, sites, villes ou collectivités classés);
- 69 % affirment que les voyages les plus mémorables sont ceux où ils apprennent quelque chose de nouveau, surtout parmi les générations X et Y, dans les groupes d'âge de 18 à 34 ans;
- 53 % souhaitent découvrir des endroits animés, fréquentés par les gens du coin.

De plus, comme l'indique la figure 1, un grand nombre d'Américains prévoient une activité de type historique (84,7 millions), une activité culturelle (109,8 millions), voire les deux (118,1 millions) lorsqu'ils se déplacent à 50 milles (80 kilomètres) ou plus de chez eux.

Figure 1 : Marché des adultes faisant des voyages avec une activité historique ou culturelle



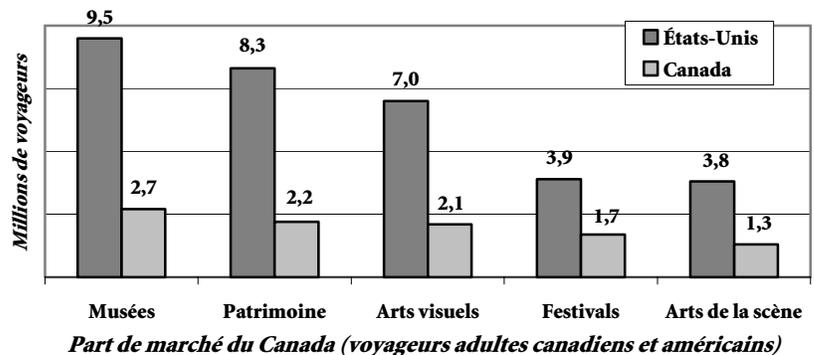
## Données sur les marchés canadien et américain : les « adeptes » du tourisme culturel

Au Canada, l'Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (EAPV)<sup>3</sup> donne de l'information sur cinq créneaux de marché du tourisme culturel<sup>vi</sup> :

- les adeptes de tourisme patrimonial;
- les adeptes de tourisme axé sur les arts de la scène;
- les adeptes de tourisme axé sur les arts visuels;
- les adeptes de tourisme axé sur les festivals;
- les adeptes de tourisme axé sur les musées.

Les *adeptes de musées* représentent le plus grand marché de voyageurs amateurs de culture à destination et à l'intérieur du Canada (9,5 millions d'Américains, 2,7 millions de Canadiens). Ces voyageurs se livrent à au moins deux activités parmi les suivantes : galeries d'art; musées d'histoire ou de patrimoine; musées à thème autochtone; musées pour enfants; et musées des sciences ou de la technologie. Ils visitent également au moins un des endroits suivants : jardin botanique; zoo; planétarium; ou aquarium.

Figure 2 : Marché des adultes adeptes de culture voyageant au Canada



Les *adeptes de patrimoine* forment le deuxième groupe en importance (figure 2). Ils prévoient au moins quatre des 10 activités suivantes lorsqu'ils prennent des vacances au Canada : festivals ou foires locales; expériences rurales autochtones; attractions, célébrations autochtones (pow-wow); expériences liées à la dimension culturelle de la francophonie au pays; carnivals; manifestations à thème western; foires locales ou marchés agricoles ou fermes permettant l'auto cueillette; festivals locaux; musées d'histoire générale, de sciences et de technologie ou pour enfants; sites historiques ou répliques historiques de villages ou villes.

Si les créneaux de marché correspondent à des segments à cibler de façon plutôt spécifique, il y a tout de même un fort potentiel en termes de forfaits combinant des créneaux multiples et de promotion croisée. En effet, certains voyageurs participent à plus d'un genre de tourisme culturel ou patrimonial.

<sup>3</sup> L'EAPV a été réalisée grâce à une alliance de ministères du tourisme et autres types d'organismes au pays. Ce sondage évalue de manière exhaustive les comportements et facteurs de motivation des voyageurs. Ses résultats font autorité et servent à l'élaboration de stratégies de marketing et de produits touristiques en vue d'attirer des visiteurs au Canada.

## **Pourquoi cet intérêt accru?**

L'Organisation mondiale du tourisme fait état d'un fait nouveau : du stade antérieur où l'on parlait de *vacances actives*<sup>vii</sup>, on passe maintenant au stade de *vacances en tant qu'expériences à vivre*. De plus en plus, les visiteurs recherchent une expérience participative complète offrant de nouveaux savoirs et qui soit authentique. Ils trouvent ce qu'ils cherchent dans les arts, le divertissement culturel, le folklore, les festivals, les institutions culturelles, l'histoire, l'architecture, les paysages, les expériences culinaires, les traditions (et aussi la langue) locales – qui sont les éléments des voyages culturels, des voyages d'apprentissage et des voyages dits « expérientiels ».

## **Les critères de succès en tourisme culturel et patrimonial?**

Les organisations qui ont réussi à transformer des atouts culturels et patrimoniaux en produits touristiques ont cinq traits en commun<sup>1</sup> :

- elles misent sur la qualité et l'authenticité;
- elles expliquent l'histoire... tout en narrant une histoire ;
- elles rendent vivante et animée la ressource culturelle ou patrimoniale (bâtie) (p. ex., un lieu ou un bâtiment);
- elles créent des expériences participatives;
- elles rendent l'expérience pertinente en elle-même pour le voyageur.

## **Quelles en sont les implications sur la création de forfaits?**

Le potentiel commercial offert par des voyages dits culturels ou patrimoniaux est important, tout comme d'ailleurs le sont les créneaux de marché en cause. Pour en tirer parti, il devient important :

- de dresser soigneusement le profil du client,
- de comprendre ses motivations préalables au voyage ainsi que
- ses intérêts au fur et à mesure que le voyage se déroule.

Ce qui sera de nature à améliorer les aptitudes à créer et commercialiser des forfaits et itinéraires innovateurs répondant aux besoins de plusieurs types de voyageurs.



### 3. Redéfinir le Canada en tant que destination culturelle

Non seulement il vaut la peine de visiter le Canada « nature et grands espaces », mais il faut aussi découvrir le Canada « corps et âme », ce qu'il offre au plan culturel, son incroyable créativité, sa diversité et aussi son histoire, reliée à celle de tant d'autres pays.

Les huit thèmes décrits dans la présente section regroupent un échantillon des remarquables possibilités de voyages culturels, prêtes à être commercialisées ou sur le point de l'être, qu'offre le Canada.

*(Note : Pour préserver la concision de ce document de discussion et de cette section, nous avons tenté de composer une sélection d'exemples, existant présentement ou dits « en émergence », qui illustrent le mieux chaque thème. Cet échantillonnage n'est aucunement exhaustif, car il y a de nombreux autres exemples valables partout au Canada.)*

*Ils ont été choisis soigneusement, sur les conseils d'une équipe de projet qui a interviewé des responsables de développement de produits dans chaque province et territoire, des représentants de clubs de produits de la CCT et divers autres intervenants.)*

Le Canada n'est peut-être pas un très grand pays en termes de population, mais son impact sur la scène mondiale de la culture et du divertissement culturel est phénoménal.

L'excellence est au cœur de ces belles réussites. Des

réalisations cinématographiques ou télévisuelles en français, en anglais ou en langue autochtone ont été exportées partout dans le monde. Maints auteurs et livres d'ici ont reçu des prix internationaux, en grand nombre et de plusieurs catégories. Les musées au pays sont reconnus à l'échelle internationale, tant pour leur architecture que la qualité de leurs expositions. Cirques, acteurs, musiciens, compositeurs et danseurs canadiens sont vus et entendus partout dans le monde et remportent souvent de prestigieux prix internationaux.

On ne s'étonne pas de voir la destination touristique canadienne proposer une si grande variété de possibilités de voyages culturels en toute saison...



#### À découvrir...

- Des secrets bien gardés, des joyaux du Canada moins connus
- « L'esprit des lieux ... urbains » au Canada : programmes et outils récents
- Capitales d'art et de culture
- Le Canada souterrain
- Parcours d'histoire uniques
- Shopping : « L'art de bien choisir l'art »
- Des destinations culturelles « vedettes » connues à l'international
- S'immerger pour mieux apprendre

## Des secrets bien gardés, des joyaux du Canada moins connus

Ces « joyaux du Canada », relativement peu connus, nouveaux ou uniques, offrent aux visiteurs des expériences qui enrichissent leur séjour de la découverte des traditions et de la culture locales; en eux-mêmes, ce sont des « incontournables » qui justifient d'inscrire une nouvelle localité à l'itinéraire. Ces joyaux peuvent aisément être ajoutés à un itinéraire et sont proposés par des fournisseurs touristiques qui ne demandent qu'à combler les besoins des voyageurs.

### L'Ouest canadien

**Kalyna Country (Alb.).** Situé à l'ouest d'Edmonton sur la rivière Saskatchewan, l'écomusée de Kalyna Country offre, dans 10 comtés, des expériences liées à la culture des Autochtones et des immigrants d'Europe de l'Est. Chaque collectivité présente la culture ethnique prédominante du coin au moyen de manifestations, festivals et de visites autoguidées, comme le parcours Iron Horse Trail (qui suit le tracé de la première ligne de chemin de fer de la région).

Renseignements : Kalyna Country (Kevin Kisilevich)  
888.452.5962 [www.kalynacountry.com](http://www.kalynacountry.com)

**Wanuskewin Heritage Park (Sask.).** Le Wanuskewin Heritage Park de Saskatoon, en hommage aux Premières nations des plaines du Nord, rend bien, pour le public, ce qui constitue l'essence de la culture et de l'histoire de la région au moyen de fouilles archéologiques, de pow-wow, de représentations d'une troupe de danseurs de réputation internationale et d'autres moyens.

Renseignements : Wanuskewin Heritage Park (Hugh Tait)  
306.931.6767 [www.wanuskewin.com](http://www.wanuskewin.com)

Itinéraires sur mesure : Living Skies Tours (Vickie Clark)  
206.227.7764 [www.livingskies.net](http://www.livingskies.net)

### Formidable francophonie!

**De l'histoire à la culture à... la prison!** Une journée complète d'expériences exceptionnelles à Trois-Rivières (Québec), à mi-chemin entre Québec et Montréal : une promenade le long du chemin du Roi du 18<sup>e</sup> siècle; expériences culinaires locales; création de son propre médium imprimé dans un atelier d'artiste; visite dans les coulisses du Musée québécois de culture populaire, ouvert en 2003 ; et prenante visite de la Vieille Prison, où d'anciens détenus racontent comment était... la vie « en dedans ».

Renseignements : Tourisme Trois-Rivières  
(Marilie Laferté) 819.375.1122, poste 222  
[www.v3r.net/international](http://www.v3r.net/international)

**Un coin de pays francophone au Manitoba (St-Boniface, Winnipeg (Man.).** En plus de la découverte de la maison d'enfance de Gabrielle Roy, femme de lettres célèbre dans le monde entier (il s'agit d'une maison désignée *historique* et *site du patrimoine du Manitoba*), cet itinéraire riche en possibilités de trouvailles de toutes sortes propose de se familiariser avec la culture et l'histoire des Franco-Manitobains et des Métis en visitant divers sites de St-Boniface.

Itinéraires sur mesure : Ô Tours (Michelle Gervais)  
204.254.3170 [www.otours.net](http://www.otours.net)

### Exceptionnel de long en large

**St.John's (T.-N.).** Avec l'ouverture prévue pour 2005 du nouveau musée provincial *The Rooms* (au concept novateur), avec le *Fluvarium* (offrant une vue, possibilité rare en Amérique du Nord, d'une rivière à partir de son lit) et avec le populaire super-théâtre *Spirit of Newfoundland Dinner Theatre* (récits et contes terre-neuviens), St. John's offre des expériences liées à la culture, à la nature et au patrimoine très inspirantes pour qui veut se familiariser avec « l'esprit du lieu et de sa population ».

Renseignements : Tourism St. John's (Margaret Donovan)  
709.576.8106 [www.stjohns.ca](http://www.stjohns.ca)

**Une destination nordique exotique : le Nunavut.** Acceptez l'invitation de l'organisateur de voyages le plus expérimenté au Canada et profitez, grâce à la présence d'experts sur cette région, d'une occasion unique de découvrir les lieux et les gens, si spéciaux, du Grand Nord canadien.

Renseignements : Adventure Canada (Carol Heppenstall)  
1.800.363.7566 [www.adventurecanada.com](http://www.adventurecanada.com)

**Jardins de Métis et Festival international de jardins (Qué.).** Ces Jardins, uniques par leur localisation et leur histoire, sont lieux de rencontres « culture-nature », lieux d'innovation. On peut y contempler chaque été le Festival international... une manifestation d'excellence, primée, où des artistes du Canada et de l'étranger créent des jardins contemporains. C'est une première du genre en Amérique du Nord. Rendez-vous à Grand-Métis, sur la rive sud du fleuve Saint-Laurent, à quatre heures de Québec. [www.jardinsmetis.com](http://www.jardinsmetis.com)

**Le Great Northern Arts Festival, Inuvik (T.N.-O.).** Une activité exceptionnelle réunissant jusqu'à 80 artistes visuels et 40 interprètes venant « dans le Grand Nord », de partout. Chaque année, les visiteurs affluent à Inuvik, du Canada, des États-Unis et d'aussi loin que le Japon, l'Allemagne et le Danemark. Ils viennent, par cette fête, neuf jours durant, faire la connaissance de ce nord canadien si étonnamment diversifié. Du 16 au 24 juillet 2004.

Renseignements : GNAF (Lynn Feasey) 867.777.3536  
[www.gnaf.ca](http://www.gnaf.ca)

## « L'esprit des lieux ... urbains » du pays : Programmes et outils récents pour les professionnels du voyage

De nombreuses villes au pays, grandes et petites, offrent à l'année longue des trésors de culture et des divertissements culturels de première classe aux résidents et aux visiteurs.

### **Culture... à la Montréal! (Qué.)**

Découvrez l'époustouflante créativité d'une des villes du monde les plus riches au plan culturel. À l'année, Montréal offre une animation et un divertissement de choix présentés par des institutions et des artistes de renommée internationale, comme l'Orchestre symphonique de Montréal. La diversité et le dynamisme montréalais se reflètent aussi dans de nombreux festivals, comme le Festival de jazz de Montréal (le plus important sur la planète) et le Festival Juste pour rire. Il y en a de fait un tel nombre que... « La vie festive! »

Nouveau, *Vivre Montréal*, à l'intention des professionnels du voyage : 35 itinéraires thématiques (dont de nombreux itinéraires culturels), [www.tourisme-montreal.org/B2C](http://www.tourisme-montreal.org/B2C). Aussi, un programme de découverte des arts à Montréal, [www.sntourismeculturel.com](http://www.sntourismeculturel.com). Les deux sont proposés à l'année longue.

Itinéraires sur mesure : SN Tourisme culturel (Sylvie Nadeau)  
1.888.569.4040 [www.sntourismeculturel.com](http://www.sntourismeculturel.com)

### **Edmonton (Alb.), ville-festival**

La ville des festivals d'été. De mai à septembre, Edmonton vibre de festivals, dont Jazz City, Klondike Days (célébrant le rôle de la ville en tant que porte d'accès et carrefour) et le Heritage Festival (consacré aux multiples cultures de la ville).

Renseignements : Tourism Edmonton (Ken Fisk)  
780.426.4715 [www.festivalcity.ca](http://www.festivalcity.ca)

A voir, unique! *The Works Art and Design Festival*. Le festival Works, qui en est à sa 19<sup>e</sup> année, met en valeur sur plus de 30 sites, dans tous les quartiers d'Edmonton, ce qu'il y a de plus unique en arts visuels, en art dans les lieux publics et design au Canada.

Renseignements : Linda Wedman  
780.426.2122 [www.theworks.ab.ca](http://www.theworks.ab.ca)

### **Toronto (Ont.)**

Toronto, ville où l'art abonde et où se retrouvent des trésors de renommée internationale, nationale ou simplement peu connus, innove (tout comme la Société du Partenariat ontarien de marketing touristique) avec des produits et forfaits culturels nouveau genre.

Vous aimez voir du ballet, en hiver ? Le jazz? Le théâtre?

[www.nutchcrackerneighborhood.com](http://www.nutchcrackerneighborhood.com)  
[www.torontojazzlive.com](http://www.torontojazzlive.com)

Forfaits-théâtre *Just The Ticket* : [www.ontariotravel.net](http://www.ontariotravel.net)

Renseignez-vous sur les possibilités en tourisme culturel à [www.torontotourism.com](http://www.torontotourism.com)

### **Un monde exceptionnel de culture à Winnipeg (Man.)**

Une priorité future de l'office du tourisme du Manitoba : la mise en marché touristique de hauts-lieux de culture comme le Royal Winnipeg Ballet, le Festival de nouvelle musique de l'Orchestre symphonique de Winnipeg et l'art inuit si recherché de la Winnipeg Art Gallery, en même temps que le nouveau Musée canadien des droits de la personne.

Renseignements : Voyage Manitoba (Lilian Tankard)  
204.945.1522 [www.travelmanitoba.com](http://www.travelmanitoba.com)

### **Nouveaux outils, nouvelles idées pour le touriste culturel**

Québec (Qué.). « Québec, ma capitale culture! » – Le plus récent site Web satellite de l'office du tourisme : [www.capitaleculture.com](http://www.capitaleculture.com)

Î.-P.-É. et Charlottetown. Le College of Piping and Celtic Performing Arts (à Summerside) en met plein la vue sur la culture et l'art du conte celtes, en offrant des représentations tous les soirs de juin à septembre ([www.collegeofpiping.com](http://www.collegeofpiping.com)). Également l'été, le Centre des arts de la Confédération (Charlottetown) présente tous les soirs la bien connue comédie musicale canadienne-anglaise « Anne aux pignons verts » et plusieurs autres divertissements ([www.confederationcentre.com](http://www.confederationcentre.com)).

Itinéraires sur mesure : Atlantic Tours (Dennis Campbell) 800.565.7173 [www.atlantictours.com](http://www.atlantictours.com)

The Kingston Experience (Ont.). Non moins de 34 festivals célèbrent le jazz, la danse, les arbres, les chiens bergers, la vie militaire et bien d'autres thèmes dans une ville d'histoire fort pittoresque! ([www.kingstonculture.com](http://www.kingstonculture.com)) Itinéraires sur mesure : [www.canadiandiscoveries.ca](http://www.canadiandiscoveries.ca)

## Les toutes nouvelles Capitales d'art et culture : les connaissez-vous?

Inspirée par le célèbre programme européen des capitales culturelles, cette initiative récente a jusqu'à présent attribué à 10 villes le titre de *capitales culturelles du Canada*. Cette désignation reconnaît, en même temps qu'elle appuie, les municipalités au pays qui lancent des activités spéciales en misant sur les nombreuses retombées des arts et de la culture sur la qualité de la vie pour les résidents. Pour 2003 et 2004, les capitales culturelles du Canada sont : Vancouver (C.-B.), Rivière-du-Loup (Qué.), Owen Sound (Ont.), Powell River (C.-B.), Kelowna (C.-B.), un consortium de Lethbridge, Canmore, Drumheller, Crowsnest Pass (Alb.) et Fernie (C.-B.), et...

### **Red Deer (Alb.) :** **Une fête communautaire**

Les activités à Red Deer (Alb.) mettent en valeur la diversité culturelle, elles innovent en aménageant des possibilités d'échanges culturels avec la communauté autochtone. Les manifestations prévues attireront les touristes et seront au service du pluralisme croissant de cette collectivité. [www.tourismreddeer.net](http://www.tourismreddeer.net)

### **Regina (Sask.) : Le 25<sup>e</sup> anniversaire de** **la Commission des arts**

Parmi les activités entourant la célébration du 25<sup>e</sup> anniversaire de la Regina Arts Commission figureront des initiatives comme Art at Work, où l'on encouragera des artistes professionnels à créer des œuvres avec l'aide de matériaux produits par des entreprises locales; les nouveaux Regina Art Awards; et Talking Circles, une exposition présentée tout l'été et mettant en vedette de jeunes artistes autochtones. Un projet de sensibilisation soulignera le riche patrimoine naturel, bâti et social de Regina. [www.tourismregina.com](http://www.tourismregina.com)

### **Caraquet (N.-B.) : Promotion des arts,** **de la culture et du tourisme culturel**

Située sur la rive sud de la baie des Chaleurs, la petite localité de Caraquet (moins de 5 000 habitants) est un modèle au Nouveau-Brunswick, en tant que centre de culture acadienne et communauté artistique très dynamique. Au programme de *Promotion des arts, de la culture et du tourisme culturel*, on retrouve la célébration d'un anniversaire, un mouvement d'expansion du tourisme culturel et la construction d'un nouvel équipement culturel qui regroupera sous un même toit les organismes artistiques de toute la Péninsule acadienne. [www.ville.caraquet.nb.ca](http://www.ville.caraquet.nb.ca)

### **Thunder Bay (Ont.) :** **The Greatest Rendezvous Celebration**

La célébration marquant le 200<sup>e</sup> anniversaire de l'historique premier Rendez-vous de Fort William (Ont.) mettra en valeur le patrimoine écossais, autochtone et canadien-français de Thunder Bay, dans le cadre d'un ambitieux programme de représentations, d'expositions et d'autres activités; artistes et musiciens locaux y seront en vedette. Visiteurs et résidents pourront se divertir et apprendre grâce à une gamme impressionnante de projets multidisciplinaires. [www.thunderbay.ca](http://www.thunderbay.ca)

### **La désignation Capitales culturelles du Canada éveille votre curiosité?**

Le concept des capitales culturelles est-il pertinent à votre entreprise comme thème de futurs itinéraires?  
Comment les dirigeants d'agences réceptives peuvent-ils aider à exploiter ce thème pour les futurs visiteurs?  
Que devez-vous savoir sur les capitales culturelles désignées si vous voulez les ajouter à vos circuits?

[http://www.pch.gc.ca/progs/ccc/index\\_f.cfm](http://www.pch.gc.ca/progs/ccc/index_f.cfm)

## Le Canada souterrain

Des lieux intrigants, des expériences hors du commun; de la paléontologie à l'archéologie à la géologie sans oublier la généalogie, rien n'est oublié! Visitez des sites souterrains pour revivre les jours où des gens travaillaient sous terre ou encore étaient obligés de s'y cacher pour leur sécurité. Découvrez des ruines, des fossiles et des artefacts qui mettent à nu le passé, proche ou lointain. Le Canada souterrain (Underground Canada) offre une vaste gamme de produits touristiques uniques qui fascineront les touristes avides de culture et d'histoire.

### **Confidences souterraines**

**Storyeum**, Vancouver (C.-B.). (Nouveau) Une perspective historique unique de la côte ouest du Canada, racontée au moyen de représentations « Live » dans un théâtre souterrain du quartier historique Gastown à Vancouver. S'appuyant sur des faits historiques reconnus, ce divertissement éducatif donne aux invités un aperçu de « l'esprit des lieux » et de la population locale de Vancouver.

Renseignements : Kathleen Harvey, 604.685.8133  
[www.storyeum.com](http://www.storyeum.com)

Fascinant, le « Underground Railroad » ( ou *chemin de fer clandestin*) (Ont.) n'était ni souterrain ni ferroviaire. Il s'agissait plutôt d'un réseau de voies d'évasion menant du Sud des États-Unis jusqu'au Canada. Il aurait aidé 40 000 noir(e)s à échapper à l'esclavage au 19<sup>e</sup> siècle. Ses vestiges permettent aujourd'hui aux visiteurs de retracer leur périple.

Renseignements : Heather Jordan, 877.877.0253  
[www.ontariosfunconnection.com](http://www.ontariosfunconnection.com)

Les tunnels de Moose Jaw (Sask.). Sous cette ville des Prairies se cache le récit d'Al Capone et de ses complices gangsters de Chicago. Fait ou réalité? De l'autre côté de la rue, l'intrigante et troublante histoire des immigrants chinois, un peuple caché, et de leur combat pour demeurer au Canada. Dans ce cas, il s'agit bien de faits réels! Des personnages servant de guides touristiques, des interactions et une présentation multimédia attendent ceux qui s'aventurent « en bas ».

Renseignements : Jeff Grayjzv, 306.693.5261  
[www.tunnelsofmoosejaw.com](http://www.tunnelsofmoosejaw.com)

### **Le saviez-vous?**

La « culture du charbon » au Canada. L'histoire de l'exploitation minière du charbon en Alberta et en Colombie-Britannique a été soulignée par le gouvernement fédéral lorsqu'il a décrété l'Année du mineur de charbon. Afin de mettre en valeur les arts et le patrimoine dans de grandes et petites collectivités, une variété d'expositions et de représentations itinérantes font découvrir divers aspects de la vie des mineurs, et en particulier les misères des mineurs immigrés d'Italie, à Lethbridge, Drumheller, Canmore et Crowsnest Pass, en Alberta, ainsi qu'à Fernie et Sparwood, en Colombie-Britannique.

Renseignements : Tread Softly, 403.562.8944  
[www.treadsoftlycanada.com](http://www.treadsoftlycanada.com)

La grande traversée paléontologique du Canada (The Great Canadian Fossil Trail). Cet ensemble de destinations, dont le réseau est présentement en voie de développement (un club de produits de la CCT), comprend plus de 40 sites fossilifères, de collectivités d'accueil et d'attractions patrimoniales réparties partout au Canada. Cette attrayante expérience patrimoniale éducative relie le passé paléontologique au présent.

Renseignements : Deborah Griffith, 250.334.0686  
[www.fossiltrail.org](http://www.fossiltrail.org)

Voir aussi : (Alberta) À la découverte des dinosaures, y compris le musée royal Tyrrell :

[www1.travelalberta.com/content/Learning/](http://www1.travelalberta.com/content/Learning/)

Bientôt : Des nouveautés d'Archéo-Québec! Dans la foulée du programme « Archéo! dimanches » qui se déroule pendant cinq dimanches, découvrez des archéologues sur le terrain, observez une fouille et visitez un laboratoire où les découvertes sont analysées. Un guide d'interprétation personnalisé est en voie de préparation pour 2004, en même temps que de nouveaux programmes « Archéo! aventures extrêmes! » axés sur les familles.

Renseignements : Anne Durocher 450.225.4352  
[www.archeo-dimanche.com](http://www.archeo-dimanche.com)

## Parcours d'histoire uniques : Prêts à vous accueillir!

Les circuits à thématique approfondie enrichissent l'expérience touristique. Pour les visiteurs, ils se prêtent bien à la découverte de sites uniques, comme des phares, et à une exploration fascinante de pratiques industrielles, traditions locales et modes de vie d'une autre époque. Pour les voyageurs, ces circuits patrimoniaux permettent d'ajouter une variété d'options aux forfaits, leur permettant d'assembler lieux et fournisseurs pour répondre aux besoins de diverses clientèles.

### Les Grandes Plaines

*Les sentiers des cow-boys* (Alb.). Suivez le parcours ancestral des cow-boys de l'Ouest canadien, qui traverse 13 collectivités situées dans les contreforts des Rocheuses de l'Alberta. Faites escale en des lieux uniques comme le Remington-Alberta Carriage Centre à Cardston, le lieu historique national du Ranch-Bar U à Longview, le Head-Smashed-In Buffalo Jump (site du patrimoine mondial de l'Unesco) à Fort Macleod et l'exposition-Stampede de Calgary.

Itinéraires sur mesure : Trail of the Great Bear – un club de produits de la CCT (Beth Russel-Towe) 403.859.2663  
[www.trailofthegreatbear.com](http://www.trailofthegreatbear.com)

*À cheval entre deux mondes* (Horseback Riding Across Two Worlds) (Sask.). Découvrez les Grandes Plaines en apprenant sur la relation étroite qu'ont établie avec le cheval les membres des Premières nations et les grands éleveurs. Un séjour prolongé dans un ranch familial dans les collines du Cyprès et à un authentique camp autochtone dans la vallée de la Qu'Appelle.

Itinéraires sur mesure : Great Excursions (Claude-Jean Harel) 306.569.1571  
[www.greatexcursions.com](http://www.greatexcursions.com)

### Les Phares...récits et récifs

Les phares maritimes, objets de fascination pour des milliers de voyageurs. Non seulement servent-ils à guider les marins, mais ils offrent de fascinants récits sur leurs gardiens et des révélations sur les traditions et modes de vie locaux. À mesure que la technologie les rend désuets, certains phares sont convertis en gîte du passant ou en musée. Tous font de magnifiques photos et invitent à la contemplation.

Pour monter des circuits axés sur les phares au **Canada atlantique**, contacter Rick Welsford, 902.543.3925 [www.atlantic-lighthouses.com](http://www.atlantic-lighthouses.com) (un club de produits de la CCT); pour la **région du Québec maritime**, contacter Louise Nadeau, 418.724.7889 [www.quebecmaritime.qc.ca](http://www.quebecmaritime.qc.ca) (un club de produits de la CCT). Pour découvrir deux véritables bijoux – sur des littoraux aux antipodes l'un de l'autre –, visitez le lieu historique national du Phare-de-Fisgard à Victoria (C.-B.) et le lieu historique national du Cap-Spear à St. John's (T.-N.-L.). [www.parkscanada.ca](http://www.parkscanada.ca)

Itinéraires sur mesure : Routes to Learning Canada (Victoria Pearson) 613.530.2222 [www.routestolearning.ca](http://www.routestolearning.ca)

### Du nouveau à l'horizon!

**Le corridor culturel de l'Okanagan** (The Okanagan Cultural Corridor) (C.-B.). Des agencements variés d'expériences dans toutes les disciplines culturelles, dans la vallée de l'Okanagan. Au menu, le récent *quartier culturel* de Kelowna, le Osoyoos Desert Centre, le Caravan Farm Theatre – un théâtre en plein air à Armstrong et l'historique ranch O'Keefe à Vernon. [www.okanaganculturalcorridor.com](http://www.okanaganculturalcorridor.com) (Aide offerte pour la planification d'itinéraires)

**Un voyage dans l'histoire** (Qué.). Un séjour dans le Bas-Saint-Laurent et la Gaspésie axé sur la visite de musées locaux et centres d'interprétation, pour tout découvrir sur l'étonnante diversité et vitalité des premiers pionniers de cette région d'une rare beauté. [www.quebecmaritime.qc.ca](http://www.quebecmaritime.qc.ca) (Aide offerte à la planification d'itinéraires)

**Bonjour L'Acadie!** Itinéraires acadiens – un club de produits de la CCT. Dans tout le Canada atlantique. Une excellente occasion de découvrir au passé, au présent et au futur, l'Acadie et les Acadiens, dont l'histoire tragique et émouvante est bien connue dans le monde entier. Plusieurs itinéraires à saveur nature et culture, dans les quatre provinces atlantiques, font largement place à la joie de vivre et à la créativité des Acadiens. [www.acadievacances.com](http://www.acadievacances.com)

**David Thompson Explorers' Trail** (2007-2012). Dans sa célèbre expédition de 1806-1808, Thompson, qui est considéré comme un des plus importants explorateurs du territoire canadien, a remonté la rivière Saskatchewan Nord, découvert le col Athabasca et traversé la ligne continentale de partage des eaux. Le parcours se termine à la promenade des Glaciers entre Banff et Jasper (Alberta). Des célébrations du bicentenaire de Thompson sont en voie de préparation; elles ajouteront de nouvelles possibilités de produits. [www1.travelalberta.com](http://www1.travelalberta.com)

## Shopping : « L'art de choisir l'art »

Où peut-on à la fois découvrir de nouvelles œuvres d'art, donner libre cours à la passion du collectionneur ou du beau souvenir et rencontrer des artistes et artisans de renommée mondiale dans leurs studios, boutiques ou galeries? Où peut-on dénicher de formidables occasions de rapporter une magnifique œuvre d'art?

*Découvrez tout sur les arts et métiers d'art, traditionnels, classiques ou contemporains, y compris en mettant soi-même la main à la pâte...*

### **D'aurores boréales en merveilles artistiques**

**Yukon Artists @ Work**, Whitehorse (Yn.). Un fabuleux consortium réunit 30 des artistes les plus accomplis et les plus réputés du Yukon. Dans le quartier industriel de la ville, à l'intérieur d'un bâtiment recouvert de tôle, se trouve une galerie où huit artistes résidents se livrent à la création dans un environnement accueillant. On incite les visiteurs à discuter avec eux, à se renseigner sur leur travail, à participer à des ateliers et à acheter des articles de cet unique forum artistique nordique. La galerie et le studio, à ne pas manquer, abritent un coutelier, un potier, un artiste du textile, un ébéniste, un fabricant de masques, un sculpteur de bois d'animal, un sculpteur de pierres, et d'autres encore!

Renseignements : Harreson Tanner 867.393.4848 [www.myartclub.com](http://www.myartclub.com)

### **Découvrir, magasiner et comprendre**

**Le patrimoine qui gagne sa vie!** Un réseau unique au monde de 36 économusées répartis au Québec et dans le Canada atlantique fait connaître les métiers traditionnels dans des contextes authentiques. Rencontrez des artisans, découvrez les origines anciennes de leurs techniques, observez-les au travail, participez à des ateliers et achetez leurs produits.

[www.economusees.com](http://www.economusees.com)

**Économusée de l'étain Amos Pewter** (N.-É.). À 60 minutes à l'ouest de Halifax, à Mahone Bay, des artisans de l'étain recourent à des techniques traditionnelles pour créer des produits d'exception vendus dans leur boutique.

Renseignements : Susan Amos, 902.624.9547

[www.amospewter.com](http://www.amospewter.com)

**Economusée du savon** (N.-B.). Près de Moncton, la Savonnerie Olivier retrace l'évolution historique du savon et des soins de la peau, en remontant aux temps anciens. On y trouve des produits uniques pour le soin de la peau et du corps. Également sur place, la collection Olivier d'objets d'art en savon.

Renseignements : Pierre Pelletier, 1.888.775.5550

[www.oliviersoaps.com](http://www.oliviersoaps.com)

### **Emprunter les chemins de l'art**

**Visites de studios.** De plus en plus d'artistes au pays invitent les visiteurs à leurs ateliers de travail. Circuits de découvertes de studios disponibles d'un bout à l'autre du pays.

**Galleries d'art de Vancouver** (C.-B.). Visites guidées (par des artistes), des galeries d'art de Vancouver. Point culminant : visite *dans les coulisses* de l'Emily Carr Institute of Art and Design.

Renseignements : George Bell, 1.800.665.8488

[www.belltours.ca](http://www.belltours.ca)

**Studio Rally** (N.-É.). Visites à l'année d'ateliers de métiers d'art en Nouvelle-Écosse. Studio Rally publie une liste des studios ouverts aux visiteurs.

Renseignements : Adriane Abbott, 902.889.9000

[www.studiorally.ca](http://www.studiorally.ca)

**Purple Banner Tour** (C.-B.). Sunshine Coast de Colombie-Britannique...le Purple Banner Tour identifie les studios et artistes, représentant une variété de disciplines, qui accueillent les visiteurs toute l'année.

Renseignements : Wendy Charters 604.740.8288

[www.suncoastarts.com](http://www.suncoastarts.com)

**Charlevoix : circuit des Peintres, circuit des Artisans** (Qué.). À l'est de Québec, la magnifique région de Charlevoix (réserve mondiale de la biosphère) propose des itinéraires permettant de découvrir des œuvres originales dans les studios de peintres, ainsi que plusieurs galeries d'art, fort diversifiées. De plus, à ne pas manquer : l'Académie du Domaine Forget et son Festival international de musique, qui se poursuit tout l'été.

[www.tourisme-charlevoix.com/en](http://www.tourisme-charlevoix.com/en)

## Des destinations culturelles « vedettes » connues à l'international

Le Canada compte une étonnante gamme de sites et manifestations réputés dans le monde entier. Les 13 sites du patrimoine mondial désignés par l'UNESCO du Canada sont des endroits protégés qui offrent au visiteur une expérience exceptionnelle. De grands et réputés festivals de théâtre de même que plusieurs manifestations artistiques accueillent spécialistes et visiteurs d'innombrables pays.

### **Sites du patrimoine mondial de l'UNESCO**

**L'Arrondissement historique de Québec (Qué.)**  
Pour plusieurs touristes, la vieille ville, fortifiée, dégage une atmosphère ancien monde. En 2004, le *National Geographic Traveler* l'a désignée comme l'une des 10 destinations de choix au monde (sur 115 sélectionnées), en raison de la préservation de son intégrité culturelle. En 2008, événement majeur : la ville célébrera le 400<sup>e</sup> anniversaire de sa fondation. Des circuits, fascinants, interprétés en profondeur par des experts en histoire révèlent la richesse des patrimoines de la ville. Les manifestations spéciales et autres possibilités d'activités abondent, que ce soit dans le Jardin des gouverneurs, à la cathédrale anglicane Holy Trinity, au Vieux-Séminaire, au Parc des champs de bataille nationaux et à la place Royale. On peut manger dans un bon restaurant fine cuisine française ou dans un cercle privé, puis profiter par exemple de visites *dans les coulisses*, d'un après-midi thématique passé à un site archéologique ou d'un circuit consacré à la traduction artistique de l'histoire par le biais de la sculpture, la feuille d'or et la broderie.  
[www.capitaleculture.com](http://www.capitaleculture.com)

**Itinéraires sur mesure : Les visites culturelles Baillairgé**  
(David Mendel) 418.692.5737 [www.culturaltours.ca](http://www.culturaltours.ca)

**Le Vieux-Lunenburg (N.-É.)**  
La seconde collectivité locale au pays à être désignée site du patrimoine mondial de l'UNESCO. Découvrez les trésors historiques de ce joli village côtier. Des guides-interprètes en font une destination culturelle et patrimoniale à ne pas manquer. On y voit notamment la fameuse goélette *Bluenose*.  
[www.town.lunenburg.ns.ca](http://www.town.lunenburg.ns.ca)

**Lieu historique national de L'Anse aux Meadows (T.-N.)**  
Déclaré site du patrimoine mondial de l'UNESCO en 1978, c'est un site clé pour comprendre l'impact des premiers contacts entre Européens et Autochtones en Amérique du Nord. Débutez en admirant les fjords majestueux du parc national du Gros-Morne, puis rendez-vous au nord le long du sentier des Vikings jusqu'à L'Anse aux Meadows. Des expositions mettent en valeur le mode de vie des Vikings, notamment grâce à des artefacts et autres découvertes archéologiques faites sur place.  
[www.parcscanada.ca](http://www.parcscanada.ca) ou [www.vikingtrail.org](http://www.vikingtrail.org)

### **Spectacles et performances reconnus internationalement**

**Le Stratford Shakespeare Festival (Ont.)**  
D'avril à novembre, le Stratford Festival of Canada présente 13 pièces (niveau professionnel) dans une version « canadienne » intime et chaleureuse de Stratford-upon-Avon. De plus, visiteurs et acteurs peuvent se côtoyer à l'aise dans les divers lieux publics de cette localité, depuis le marché des produits de la ferme jusqu'aux galeries d'art régionales.  
[www.stratfordfestival.ca](http://www.stratfordfestival.ca)

**Le Festival Shaw (Ont.)**. Dans l'historique ville de Niagara-on-the-Lake, près de Niagara Falls, le Shaw Festival présente 12 pièces (niveau professionnel) entre avril et novembre. Les représentations en soirée peuvent être combinées avec des randonnées viticoles le long de l'escarpement de Niagara, en après-midi, où l'on y déguster des vins... une expérience mémorable.  
[www.shawfest.com](http://www.shawfest.com)

**Le Banff Centre Summer Arts Festival (Alb.)**  
Les Rocheuses servent chaque été de décor à un festival artistique multidisciplinaire. S'y réunissent des artistes de renommée mondiale et des étudiants, qui se produisent sur plusieurs sites exceptionnels du parc national de Banff. [www.banffcentre.ca](http://www.banffcentre.ca)

**Folklorama (Man.)**. Découvrez la plus grande et la plus ancienne manifestation multiculturelle en son genre au monde : près de 45 communautés culturelles exhibent fièrement leurs caractères uniques, singularisés par la gastronomie et une animation culturelle typique et bien choisie. En août de chaque année, Winnipeg est l'hôte de ce festival, caractéristique du pluralisme culturel au pays.  
[www.folklorama.ca](http://www.folklorama.ca)

**Itinéraires sur mesure : Odyssey Adventures**  
(Anna Kovachis) 1.800.263.0050  
[www.odysseylearningadventures.ca](http://www.odysseylearningadventures.ca)

### **Autres sites de l'UNESCO ([www.parcscanada.ca](http://www.parcscanada.ca))**

- Le Précipice-à-bisons Head-Smashed-In, parc provincial des dinosaures et le parc international Waterton-Glacier de la paix – Alberta
- Parcs des montagnes rocheuses canadiennes – Alberta et Colombie-Britannique
- Parc national Wood Buffalo – Alberta et Territoires du Nord-Ouest
- Parc national du Gros-Morne – Terre-Neuve
- Parc Miguasha – Québec
- Réserve du parc national Nahanni – Territoires du Nord-Ouest
- Kluane / Glacier Bay – Yukon
- S<sub>G</sub>aang Gwaii – L'île Anthony, Colombie-Britannique

## S'immerger pour mieux apprendre : Passeport pour le Canada

Le Canada est la quatrième destination préférée pour les étudiants étrangers qui cherchent à améliorer leur anglais dans un autre pays. Un nombre croissant d'Américains et de Britanniques considèrent le Canada comme une option intéressante pour apprendre le français. Les professionnels du voyage peuvent maintenant accéder à des programmes d'apprentissage linguistique combinés à des séjours en immersion culturelle et ce, de courte durée. Que la principale motivation soit d'apprendre une langue tout en découvrant le Canada, ou au contraire de découvrir le Canada en apprenant une langue, des centaines de possibilités sont offertes.

### **Canadian as a Second Language Institute (CSLI)**

En plein centre-ville de Vancouver. Immergez-vous dans une mosaïque culturelle tout en apprenant l'anglais en milieu urbain. La nouvelle Golden Experience de Vancouver est expressément conçue pour les personnes de 50 ans et plus. D'autres visiteurs peuvent profiter d'une demi-journée de leçons et d'un après-midi de loisirs. Free Fridays vous permet de découvrir des endroits spéciaux comme l'île Granville, des studios-télé, des jardins botaniques, le planétarium, des festivals, des musées et bien d'autres choses!

Renseignements : Lori-Ann Keenan, propriétaire,  
604.683.2754 [www.csl.com](http://www.csl.com)

### **Language Study Canada (LSC)**

C'est au choix : Montréal, Vancouver, Calgary ou Toronto; français ou anglais!

Des programmes de deux semaines à un an augmentent les aptitudes linguistiques de tous les participants. À la fin de chaque journée de cours, les étudiants peuvent profiter d'un vaste choix d'activités relevant du tourisme culturel ou du loisir culturel, aux quatre coins de la ville. Au moins une fois dans leur programme, les étudiants font une excursion de deux ou trois jours à une destination majeure au pays, que ce soit Niagara Falls, Québec, Ottawa, Whistler ou au Lac Louise. Le français langue seconde est offert à Montréal alors que l'anglais langue seconde est offert dans toutes les écoles.

Renseignements : Gabriela Facchini,  
directrice des admissions, 416.488.2200, poste 412  
[www.lsc-canada.com](http://www.lsc-canada.com)

### **Study Abroad Canada**

Dans la pittoresque ville de Charlottetown (Î.-P.-É.)

Une gamme complète de programmes offerts à l'année donne des possibilités de formation linguistique intensive. Des programmes innovateurs d'une à quatre semaines combinent leçons et visites : lieu historique d'Anne aux pignons verts, Founders' Hall, parc national de l'Î.-P.-É., célébrations du 1<sup>er</sup> juillet et du Jour du souvenir. Une expérience hivernale incomparable : apprendre l'anglais tout en se familiarisant de près avec certaines traditions de Noël au Canada.

Renseignements : Vie MacKinnon, Admissions,  
902.628.2379 [www.eccl.ca](http://www.eccl.ca)

### **École Internationale de Langues du Canada (ILSC)**

La vie à Toronto, Montréal ou Vancouver!

Une réponse aux aspirations des gens de 15 à 50 ans ou plus en matière de voyages culturels et de formation linguistique. Programmes d'anglais ou français pratique et de maîtrise. L'accent est mis sur des expériences culturelles et communautaires uniques, depuis les Premières nations jusqu'au quartier chinois, aux musées et au village patrimonial de Burnaby. Découvrez divers contextes sociaux au pays grâce aux cours de langue et aux voyages culturels. Des excursions d'une demi-journée ou de plusieurs jours rehaussent l'expérience! Le français langue seconde est offert à Montréal alors que l'anglais langue seconde est offert dans toutes les écoles.

Renseignements : Paul Zysman, président,  
604.689.9095 [www.ilsc.ca](http://www.ilsc.ca)

### **Pour terminer, quelque chose d'unique...au Yukon**

Toute une aventure que cet apprentissage de l'anglais, langue seconde, qui vous mène à la fameuse piste Chilkoot Trail et vous fait faire une randonnée à haute teneur en histoire. Suivez les pas de milliers de gens qui ont participé à la ruée vers l'or du Klondike, en apprenant une nouvelle langue, tout en vous familiarisant avec la *ruée vers l'or* et tout en faisant une randonnée en milieu sauvage nordique. Aussi : des programmes d'anglais langue seconde (niveau collégial) sont proposés aux étudiants qui choisissent le Nord comme contexte pour apprendre l'anglais.

Renseignements : Collège du Yukon (Yoshie Kumagai) 867.668.8897 [www.yukoncollege.yk.ca](http://www.yukoncollege.yk.ca)



## **Annexe I : Quelques sites de référence pour se familiariser avec le monde de la culture au Canada**

Bien que la liste ne soit pas exhaustive, les sites Web suivants constituent un bon point de départ pour quiconque souhaite en apprendre davantage sur la scène culturelle au pays, ou encore se renseigner sur les possibilités de tourisme culturel, dans les diverses régions du pays.

*Note :* Plusieurs de ces sites Web comportent des hyperliens vers d'autres sites; ces derniers sont soit axés sur des domaines d'activités culturelles, soit de juridiction provinciale ou soit sous la gestion d'offices locaux du tourisme. Il serait intéressant pour le lecteur de les inscrire au nombre de ses sites usuels de fréquentation. On constate en effet une effervescence des contenus artistiques, culturels et patrimoniaux sur les sites Web de nombreux offices du tourisme et organismes provinciaux ou territoriaux de mise en marché touristique.

### **La scène culturelle au Canada**

[www.culture.ca](http://www.culture.ca)

[www.pch.gc.ca](http://www.pch.gc.ca)

[www.francoculture.ca](http://www.francoculture.ca)

### **Possibilités de voyages culturels**

[www.letacanada.com](http://www.letacanada.com)

(voyages d'apprentissage / expérientiels)  
*en anglais seulement*

[www.voyagecanada.ca](http://www.voyagecanada.ca)

(possibilités de voyages culturels)

[www.gazel.ca](http://www.gazel.ca)

### **Arts de la scène, arts visuels, métiers d'art**

[www.culture.ca](http://www.culture.ca)

[www.padac.ca](http://www.padac.ca)

[www.economusees.com](http://www.economusees.com)

[www.museevirtuel.ca](http://www.museevirtuel.ca)

### **Musées et centres culturels**

[www.museevirtuel.ca](http://www.museevirtuel.ca)

### **Festivals et événements spéciaux**

[www.festivalseeker.com](http://www.festivalseeker.com)

[www.voyagecanada.ca](http://www.voyagecanada.ca)

(informations regroupées différemment, selon la provenance du touriste)

[www.culture.ca](http://www.culture.ca)

### **Sites, villages et reconstructions historiques**

[www.parcscanada.ca](http://www.parcscanada.ca)

[www.museevirtuel.ca](http://www.museevirtuel.ca)

### **Tourisme culturel autochtone**

[www.attc.ca](http://www.attc.ca)

[www.museevirtuel.ca](http://www.museevirtuel.ca)

### **Apprentissage des langues et immersion culturelle**

[www.langcanada.ca](http://www.langcanada.ca)

[www.studyincanada.com](http://www.studyincanada.com)

[www.capls.com](http://www.capls.com)

[www.cslp.com](http://www.cslp.com)

[www.c-l-c.ca/index.html](http://www.c-l-c.ca/index.html)



## Annexe II : Points de contacts fédéral, provinciaux, territoriaux en développement de produits (tourisme culturel)

Pour de plus amples renseignements sur les possibilités en matière de tourisme culturel au Canada, prière de communiquer avec les instances suivantes.

<p><b><u>Commission canadienne du tourisme : Ernest Labrègue</u></b> Spécialiste du tourisme culturel et patrimonial 55, rue Metcalfe, bureau 600 Ottawa (Ontario) K1P 6L5 Tél. : (613) 946.9221 Téléc. : (613) 954.3964 <a href="mailto:labreque.ernest@ctc-cct.ca">labreque.ernest@ctc-cct.ca</a> <a href="http://www.canadatourisme.com">www.canadatourisme.com</a></p>	<p><b><u>Alberta : Jim Vincent &lt;Travel AB In-Province&gt;</u></b> Président 10318 – 111<sup>e</sup> Rue Edmonton (Alberta) T5K 1L2 Tél. : (780) 425.8914 x18 Téléc. : (780) 423.6722 <a href="mailto:Jim.Vincent@travelalberta.com">Jim.Vincent@travelalberta.com</a> <a href="http://www.travelalberta.com">www.travelalberta.com</a></p>
<p><b><u>Colombie-Britannique : Laura Plant &lt;Tourism BC&gt;</u></b> Directrice, Développement de l'industrie 510, rue Burrard, 12<sup>e</sup> étage Vancouver (Colombie-Britannique) V6C 3A8 Tél. : (604) 666.3754 Téléc. : (604) 660.3383 <a href="mailto:lplant@tourism.bc.ca">lplant@tourism.bc.ca</a> <a href="http://www.tourism.bc.ca">www.tourism.bc.ca</a></p>	<p><b><u>Manitoba : Lillian Tankard &lt;Voyage MB&gt;</u></b> Conseillère en développement régional 700-155, ave. Carlton Winnipeg (Manitoba) R3C 3H8 Tél. : (204) 945.1522 Téléc. : (204) 945.2302 <a href="mailto:ltankard@gov.mb.ca">ltankard@gov.mb.ca</a> <a href="http://www.travelmanitoba.com">www.travelmanitoba.com</a></p>
<p><b><u>Nouveau-Brunswick : Cindy Creamer-Rouse &lt;Tourisme NB&gt;</u></b> Directrice, Développement de produits C.P. 6000 Fredericton (Nouveau-Brunswick) E3B 5H1 Tél. : (506) 444.4097 Téléc. : (506) 444.2323 <a href="mailto:Cincy.creamer-rouse@gnb.ca">Cincy.creamer-rouse@gnb.ca</a> <a href="http://www.tourismnewbrunswick.ca">www.tourismnewbrunswick.ca</a></p>	<p><b><u>Terre-Neuve-et-Labrador : Juanita Keel-Ryan</u></b> Directrice, Produit touristique C.P. 8700 St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador) A1B 4J6 Tél. : (709) 729.7433 Téléc. : (709) 729.1100 <a href="mailto:jkeelryan@gov.nl.ca">jkeelryan@gov.nl.ca</a> <a href="http://www.gov.nl.ca/tourism">www.gov.nl.ca/tourism</a></p>
<p><b><u>Territoires du Nord-Ouest : Barb Dillon</u></b> Directrice, Développement et marketing du tourisme C.P. 1320 Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest) X1A 2L9 Tél. : (867) 920.8767 Téléc. : (867) 873.0163 <a href="mailto:Barb_Dillon@gov.nt.ca">Barb_Dillon@gov.nt.ca</a> <a href="http://www.nwttravel.ne.ca">www.nwttravel.ne.ca</a> <a href="http://www.explorenwt.com">www.explorenwt.com</a></p>	<p><b><u>Nouvelle-Écosse : Darlene MacDonald &lt;Tourism NS&gt;</u></b> Directrice, Développement du tourisme 1800, rue Argyle, pièce 603 Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 2R5 Tél. : (902) 424.4021 Téléc. : (902) 424.0723 <a href="mailto:macdarm@gov.ns.ca">macdarm@gov.ns.ca</a> <a href="http://www.novascotia.com">www.novascotia.com</a></p>
<p><b><u>Nunavut : Elisabeth Hadlari &lt;Nunavut Tourism&gt;</u></b> Spécialiste en tourisme culturel C.P. 1198 Cambridge Bay (Nunavut) X0B 0C0 Tél. : (867) 983.3225 Téléc. : (867) 983.2154 <a href="mailto:ehadlrldi@polarnet.ca">ehadlrldi@polarnet.ca</a> <a href="http://www.nunavuttourism.com">www.nunavuttourism.com</a></p>	<p><b><u>Ontario : Lori Walkbrook</u></b> <b><u>&lt; Société du Partenariat ontarien de marketing touristique &gt;</u></b> Directrice, Développement des marchés 300, rue Water, 2<sup>e</sup> étage, tour sud Peterborough (Ontario) K9J 8M5 Tél. : (705) 741.6885 Téléc. : (705) 755.2631 <a href="mailto:Lori.Waldbrook@mczcr.gov.ca">Lori.Waldbrook@mczcr.gov.ca</a> <a href="http://www.ontariotravel.net">www.ontariotravel.net</a></p>
<p><b><u>Île-du-Prince-Édouard : Jill Richardson &lt;Tourism PEI&gt;</u></b> Coordonnatrice des grandes manifestations C.P. 2000 Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard) C1A 7N8 Tél. : (902) 368.5508 Téléc. : (902) 368.4438 <a href="mailto:jarichar@gov.pe.ca">jarichar@gov.pe.ca</a> <a href="http://www.peisplay.com">www.peisplay.com</a> <a href="http://www.festivalspei.com">www.festivalspei.com</a></p>	<p><b><u>Québec : Lise Lambert &lt;Tourisme QC&gt;</u></b> Spécialiste du tourisme culturel et des voyages d'apprentissage 1255, rue Peel, bureau 400 Montréal (Québec) H3B 4V4 Tél. : (514) 864.2918 Téléc. : (514) 973.2762 <a href="mailto:lambert.lise@tourisme.gouv.qc.ca">lambert.lise@tourisme.gouv.qc.ca</a> <a href="http://www.bonjourquebec.com">www.bonjourquebec.com</a></p>
<p><b><u>Saskatchewan : Darryl McCallum &lt;SK Tourism&gt;</u></b> Directeur, Développement de l'industrie 1922, rue Park Regina (Saskatchewan) S4P 3V7 Tél. : (306) 787.2313 Téléc. : (306) 787.0715 <a href="mailto:Darryl.mccallum@sasktourism.com">Darryl.mccallum@sasktourism.com</a> <a href="http://www.sasktourism.com">www.sasktourism.com</a></p>	<p><b><u>Yukon : Dennis Zimmerman &lt;Tourism YK&gt;</u></b> Agent de développement du produit touristique C.P. 2703 Whitehorse (Yukon) Y1A 2C6 Tél. : (867) 667.8723 Téléc. : (867) 667.3546 <a href="mailto:Dennis.zimmermann@gov.yk.ca">Dennis.zimmermann@gov.yk.ca</a> <a href="http://www.touryukon.com">www.touryukon.com</a></p>



---

## **Références**

- <sup>i</sup> Commission canadienne du tourisme (2000). *Faire fructifier les atouts / Packaging the Potential* – La mise en valeur du tourisme culturel et patrimonial au Canada : une stratégie s'étalant sur cinq ans. Ottawa (Ontario).
- <sup>ii</sup> McKercher, B. and du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism : The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. Haworth Hospitality Press : London.
- <sup>iii</sup> Travel Industry Association of America (2003). *The Historic/Cultural Traveler*. Rapport de recherche produit par la TIA avec le parrainage du *Smithsonian Magazine*.
- <sup>iv</sup> Tiré de *Faire fructifier les atouts*, la stratégie de la C.C.T. en matière de tourisme culturel et patrimonial (2000), [www.canadatourisme.com](http://www.canadatourisme.com)
- <sup>v</sup> Lord, B. (2002). *Cultural Tourism and Museums*. Un document présenté à la conférence internationale sur la stratégie culturelle et l'architecture des musées en vue de l'animation urbaine, Corée du Sud.
- <sup>vi</sup> Enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages (2001-2003). Une série de rapports spécialisés analysant des sous-ensembles du segment culture et divertissement du marché a été réalisée pour examiner les caractéristiques de segments spécifiques. Ceux se rapportant aux adeptes d'*arts visuels*, d'*arts de la scène*, de *festivals*, de *patrimoine* et de *musées* ont servi à fournir les données pour le présent rapport.  
[www.canadatourisme.com/ctx/app/fr/ca/publication.do?catId=home.catalog.publications.research](http://www.canadatourisme.com/ctx/app/fr/ca/publication.do?catId=home.catalog.publications.research)
- <sup>vii</sup> Klancnik, R. (2002). *A Year after "11-S" : Climbing towards Recovery*. Organisation mondiale du tourisme.





