

## Isabelle PLOUFFE

*Agente de développement touristique, Whitehorse (Yukon)*

### ***L'Association de développement touristique franco-yukonnaise***

Je voudrais remercier le ministère du Patrimoine canadien de m'avoir invitée. C'est un grand honneur d'être ici et de pouvoir vous parler de mon territoire d'adoption, le Yukon. Je vais d'abord le situer.

Le Canada est un grand territoire, un grand pays. Le Yukon se trouve au nord de la Colombie-Britannique et à l'est de l'Alaska. On compte trois heures de décalage (fuseaux horaires) dans le Pacifique. Le territoire du Yukon se divise comme suit : tous les endroits sans nom sont des terres sauvages. C'est magnifique. La capitale est Whitehorse c'est là où se trouve la grande majorité des francophones. On compte trente mille habitants sur tout le territoire dont 3,8 % sont des francophones de langue maternelle.

Je suis partie du Québec pour aller m'installer au territoire du Yukon d'abord pour gérer une entreprise *Évasion nordique*, tour opérateur réceptif qui a pour mission de développer le potentiel de marché français dans ce territoire. C'est peut-être une utopie... Mon travail s'oriente davantage vers la base : essayer de développer des partenariats avec les différents intervenants en tourisme et en développement économique au Yukon.

Avoir une entreprise au Yukon, c'est bien différent que d'avoir une entreprise dans l'Est du Canada. Il est très difficile pour quelqu'un qui a évolué dans le contexte québécois de venir opérer en moins d'un mois dans une entreprise sur le territoire du Yukon. La situation est que nous sommes dans une économie saisonnière, qui fonctionne surtout l'été. La saison est très courte, on parle de services gouvernementaux, de tourisme et de mines car c'est l'exploitation minière qui a amené beaucoup de francophones vers le territoire du Yukon.

Brièvement, la réalité du Yukon est qu'au niveau touristique, le marché français est vu comme un marché potentiel, au même titre que celui de l'Italie. Nous sommes très loin derrière les priorités du gouvernement territorial pour le développement du marché français. Beaucoup de travail est à faire. Le marché actuel du tourisme au Yukon est le marché allemand. Beaucoup d'Allemands viennent et beaucoup d'efforts sont déployés pour maintenir les relations avec l'Allemagne. Nous avons des vols directs de Francfort et de Zurich maintenant, ce qui favorise l'échange touristique avec l'Allemagne.

Mon travail, en tant qu'agente de développement touristique pour l'Association franco-yukonnaise, est d'établir des relations avec les principaux intervenants en vue d'avoir des vols directs et de favoriser les services en français, d'inciter des opérateurs anglophones à offrir des services en français, de les aider à avoir accès à une banque d'intervenants, banque d'employés bilingues parce que, comme M. Bergeron l'a mentionné, c'est un atout d'être francophone même si, au territoire du Yukon il faut être bilingue, certainement anglophone puisque la langue des affaires, c'est l'anglais.

Quand on veut conquérir un marché français, c'est bien de parler la langue de l'acheteur d'où l'avantage d'être francophone mais la problématique des ressources humaines est très grande au Yukon. Se procurer du personnel bilingue francophone-anglophone, est un des aspects et un défi.

Nous avons un projet avec le Comité national des ressources humaines de la francophonie canadienne qui a déjà commencé pour l'économie des francophones hors-Québec. Un autre volet va commencer à l'automne : la coordination du secteur touristique. Les différents axes de ce projet seront d'accueillir et d'informer les visiteurs francophones dans leur langue, ce sont tous des projets à venir, développer les produits et services, développer les entreprises de ressources humaines de l'industrie touristique francophone, promouvoir et mettre le Yukon ainsi que les produits et services en français sur les marchés francophones. On mise beaucoup sur le partenariat.

Je laisse le soin à la directrice de l'association de militer en faveur de la langue française et de tenir fort à ce que toutes les communications soient faites en français. En tant qu'entrepreneur parce qu'on peut être entrepreneur en dehors d'une entreprise privée au sein d'un organisme sans but lucratif comme l'association, j'ai besoin que les choses bougent vite. Pour pouvoir collaborer avec les gens du territoire j'ai été bien surprise d'apprendre que personne ne parlait couramment français au sein du gouvernement territorial, et je dis bien personne. Une Québécoise vient maintenant d'être engagée. Auparavant, une personne qui m'accompagnait à une conférence des intervenants touristiques se débrouillait en français, mais très peu.

Donc, il y a un effort de sensibilisation à faire. Les partenaires sont ouverts et je pense qu'on a établi un lien de confiance et de sympathie. Je crois qu'il faut parler de l'outil économique maintenant. Il faut leur dire qu'un poids économique est lié à l'utilisation du français et aux services en français. M. Bergeron tout à l'heure a fait mention, entre autres, de la différence importante qu'il y a dans le fait d'avoir une présentation anglophone et une présentation francophone impeccables, que les logos diffèrent et que le tout doit être vraiment adapté pour les anglophones et adapté pour les francophones. C'est ce vers quoi on tend. On veut faire en sorte que les produits, les outils promotionnels en tourisme ne soient pas seulement traduits c'est déjà une étape, mais qu'ils soient véritablement adaptés au marché francophone. Le marché francophone est bien grand, il y a le marché européen français, le marché intérieur québécois et celui de toutes les provinces à l'extérieur du Québec, des francophones hors-Québec. Ce sont les défis qui nous attendent et je suis confiante que le marché québécois, le marché français se développeront dans le nord. C'est magnifique. Il y a les forêts, les montagnes (je suis une adepte du canot). Je suis allée là-bas pour la nature. Je suis très confiante que des gens comme M. Eluerd, dont c'est le rêve, seront attirés. C'était mon rêve, et j'espère qu'il sera partagé par les générations à venir.