

# LES TRUCS DU MÉTIER

## Un voyageur de Vancouver sur la bonne voie... grâce aux ambassades

*Lorsqu'il s'agit d'exporter des produits et des services canadiens, on oublie souvent un secteur important : le tourisme. Pourtant, de nombreux voyageurs parviennent à attirer des acheteurs étrangers, des touristes, au Canada. La société Rocky Mountaineer Railtours de North Vancouver constitue un exemple de réussite dans ce domaine.*

Cette jeune entreprise n'a pourtant pas eu le succès facile.

Or, elle connaît maintenant d'excellents résultats qui font l'envie de tous, et ce dans une large mesure grâce au soutien des agents au tourisme en poste dans les ambassades et consulats du Canada partout dans le monde.

### Des débuts difficiles

L'aventure a commencé il y a cinq ans.

Bien que VIA Rail ait lancé des excursions d'un jour dans les Rocheuses dès 1988, ce service était déficitaire et a fait les frais des coupures gouvernementales deux ans plus tard.

C'est alors qu'un groupe de personnes dynamiques, dotées de plus de 120 années d'expérience collective au sein de B.C. Rail, du CN et du CP, s'est porté acquéreur de la micheline.

Une fois l'offre d'achat acceptée, le groupe avait deux semaines pour faire démarrer l'entreprise, avec à sa tête Peter Armstrong, l'actuel président et chef de la direction de Rocky Mountaineer.

Heureusement, le matériel roulant faisait partie du contrat, à savoir les

voitures-coach transcontinentales construites au début des années cinquante et renouvelées depuis.

### Surmonter les obstacles

La jeune entreprise a dû immédiatement relever de nombreux défis.

Selon Eric Bélanger, responsable des relations avec le public et les médias, « l'un des principaux défis était de contrer l'impression dans l'industrie touristique que les voyages en train avaient pris fin au Canada. »

Des reportages inexacts, comme celui diffusé par PBS, « The last Train to Medicine Hat », avaient exacerbé cette impression et avaient créé beaucoup d'incertitude sur le marché.

« Notre entreprise naissante n'était pas suffisamment présente sur ces marchés pour démentir les reportages trompeurs, et ne disposait pas de ressources financières suffisantes pour monter une grande campagne médiatique pour remédier à la situation », admet M. Bélanger.

### Les ambassades à la rescousse

C'est alors que M. Armstrong s'est adressé à Tourisme Canada et qu'ensemble ils ont mis au point un plan de commercialisation auprès de

personnes-ressources clés.

« Nous nous sommes tournés vers les représentants canadiens dans nos consulats et ambassades à l'étranger et avons connu des résultats immédiats et impressionnants », nous confie M. Bélanger.

« Ces fonctionnaires consciencieux sont venus à la rescousse de Rocky Mountaineer et de l'industrie canadienne du tourisme à un moment difficile », ajoute-t-il.

Étant donné que la plupart des clients de Rocky Mountaineer viennent de l'étranger — 50 % des États-Unis —, il n'est guère surprenant que la publicité à l'étranger joue un rôle aussi essentiel pour la jeune entreprise.

D'après M. Bélanger, « les agents au tourisme nous ont immédiatement fait part de leur expertise des principaux marchés des États-Unis, d'Europe et d'Asie. Ces conseils précieux étaient par ailleurs accompagnés des noms de clients éventuels. »

« Le rôle qu'ils ont joué dans les foires commerciales et dans les relations avec les médias et avec les agences de voyages, souvent sans sollicitation, a contribué directement à rétablir la réputation du Canada dans le secteur du transport ferroviaire », croit-il.

Grâce à ce soutien, la jeune entreprise se porte bien : elle a atteint ses objectifs et a même réussi à réaliser un modeste bénéfice.

Ce résultat a de quoi surprendre après 40 années de pertes dans le secteur ferroviaire.

L'entreprise dispose de 21 voitures-coach et d'une voiture panoramique; elle emploie désormais 125 personnes — contre 25 seulement il y a cinq ans

Voir page 3 — Rocky

CANADEXPORT

ISSN 0823-3330

Rédacteur en chef : Amir Guindi  
Rédacteur : Don Wight  
Mise en page : Yen Le  
Publication : Boîte Noire

Tél. : (613) 996-2225  
Fax : (613) 992-5791  
Tirage : 40 000 exemplaires.

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication à des fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de CANADEXPORT.

CANADEXPORT est un bulletin bimensuel publié en français et en anglais par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

Pour plus d'informations, contactez le service de communication sur le commerce (BCT) à l'adresse ci-dessous. Pour un changement d'adresse, renvoyez l'ancien exemplaire de délai.

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, 1100 Avenue Laurier, Ottawa (Ontario) K1A 0G2.

