

Une importante stratégie et un plan d'action sur le développement du tourisme international ont été élaborés par des intervenants régionaux et le Québec dans le cadre du Projet ACCORD en 2010 et en 2011. La stratégie et le plan d'action couvrent bon nombre des priorités qui apparaissent ci-dessous.

Créer des normes de certification pour la formation en tourisme adaptées à la région de manière à pouvoir offrir des forfaits touristiques de qualité et aider les exploitants d'entreprises touristiques à contracter une assurance de responsabilité civile.

Promouvoir les possibilités de carrière en tourisme et financer la formation continue, notamment lors d'événements axés sur les jeunes tels que les raids sportifs.

Appuyer le développement d'un marché régional en créant des forfaits d'une journée pour les voyageurs d'affaires et ceux qui assistent aux festivals dans les communautés, ce qui permettrait de donner aux jeunes la chance d'acquérir de l'expérience et générerait des retombées pour les communautés.

Créer une marque touristique forte pour le Nunavik et mettre en œuvre une stratégie de commercialisation globale pour attirer les touristes des marchés national et international.

Promouvoir la région en tant que centre d'excellence du tourisme arctique et autochtone et exporter cette expertise dans l'ensemble du pays et ailleurs dans le monde.

Continuer d'aménager des parcs nationaux, car ils constituent un élément clé de l'industrie touristique.

Appuyer la vision proposée par le Québec dans sa *Stratégie touristique québécoise au nord du 49° parallèle : Cultures et espaces à découvrir*, dans la mesure où le Québec fournit les ressources humaines et financières nécessaires pour permettre au Nunavik de s'attaquer à ses priorités.

Discussion

Par le renforcement des capacités, les intervenants régionaux réalisent des progrès importants vers la création d'une industrie touristique plus diversifiée, axée sur la culture inuite et le plein air. Néanmoins, même si l'industrie continue de progresser, de nombreux défis concernant notamment les infrastructures, la main-d'œuvre et les normes de qualité restent à relever. Il faut donc mettre l'accent sur la création de forfaits s'adressant à une petite clientèle spécialisée qui a les moyens de se permettre une aventure de plein air de qualité supérieure.

