

La nordicité

Un défi, un atout, une expérience

Annie Béliveau

Volume 18, numéro 2, été 1999

La nordicité

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1072102ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1072102ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Béliveau, A. (1999). La nordicité : un défi, un atout, une expérience. *Téoros*, 18(2), 37–40. <https://doi.org/10.7202/1072102ar>



LA NORDICITÉ

UN DÉFI, UN ATOUT, UNE EXPÉRIENCE

Annie Béliveau

66° 33' 07" Nord, 35° 50' 51" Est. Décembre. Température moyenne : environ -15° C. Napapiiri : le cercle polaire. Au solstice d'hiver, le soleil ne franchit plus la ligne d'horizon. Il se lève bien quelque part plus au sud, mais ici seule une faible lueur perce l'horizon pour quelques heures. La nature givrée, la blancheur éclatante de la neige semblent davantage utiles à guider les pas des promeneurs. Puis le ciel s'enveloppe d'un manteau feutré, passant langoureusement du bleu velouté à la noirceur. C'est ce que l'on appelle en finnois *kaamos* ou « le moment bleu ». Puis, certains soirs, la nuit déjà parsemée d'étoiles s'illumine de tracés verts, bleus, violacés... ce sont les aurores boréales porteuses de légendes, de mythes pour certaines cultures, de fascination pour les autres.

Le mot Laponie captive à lui seul l'imagination, suggérant un environnement étrange auquel appartiennent les vastes étendues de la Laponie finlandaise, profondément associées au peuple et à la culture *sâmes*. Cette immense contrée sauvage, avec ses monts arrondis, ses marais et ses prairies qui se déroulent à l'infini, ses lacs silencieux et ses larges rivières étincelantes, exerce un attrait grandissant sur les citadins européens et accueille des touristes de plus de plus nombreux¹.

C'est ainsi que *Le Guide de Tourisme Michelin* présente la Laponie finlandaise. Cette région s'étend sur quelque 100 000 km². Le cercle polaire traverse le premier quart de cette vaste étendue, passant de la forêt mixte à la forêt de conifère, puis à la toundra... Quelque 200 000 personnes² y vivent, dont environ 4 000 *Sâmes* (les autochtones des pays nordiques) dans le nord de la Finlande. Et chaque année des milliers de touristes de tous les coins du globe, particulièrement des pays Scandinaves, de Russie et d'Europe centrale s'y amènent.

LES ATOUTS

La Laponie dispose en fait d'une forte image presque mythique dans l'imaginaire populaire. Sa nordicité tout comme son nom semblent évoquer la pureté d'un espace sauvage, un peuple autochtone vivant encore de valeurs ancestrales, mais inévitablement aussi l'hiver, la neige, les rennes... le Père Noël. Et quoi de mieux qu'une image forte, au parfum d'authenticité, pour éveiller l'intérêt de voyageurs aguerris ? Cette même combinaison assor-

tie d'une stratégie et d'un programme de promotion concertée...

Une telle association d'idées, les « têtes pensantes » du tourisme finlandais l'ont mise à profit dès le début des années 1980. En effet, les activités et les attraits de la Laponie étant jugés insuffisants pour soutenir le développement touristique de la région, il fallait trouver une image porteuse³. L'idée d'en faire « le pays du Père Noël » s'est ainsi implantée, puis fut mise en marché dans le monde entier. Partout on sème le message que LE Père Noël, le vrai, vient de Finlande. En Laponie, il a son village complet : son bureau de poste, son atelier et son bureau où l'on peut le rencontrer, ses (*nombreuses !*) boutiques de cadeaux et, maintenant, son parc d'amusement, *Santa Park*.

Même les transporteurs s'y mettent : l'aéroport international de Rovaniemi arbore de magnifiques sculptures dorées de rennes volants, Finnair est la ligne aérienne officielle du Père Noël (*on peut même voir son image sur certains avions de la com-*



Photo Topi Kauppinen

Les sculptures représentant les rennes du Père Noël, Aéroport International de Rovaniemi

TABLEAU 1

L'évolution des entrées touristiques en Finlande

RÉGION/VILLE	JANVIER DÉCEMBRE 1996	JANVIER DÉCEMBRE 1997	% VARIATION 1996 vs. 1997	% HIVER SUR AN (NOV. 96 À MARS 97)	% ÉTÉ SUR AN (JUN À AOÛT 97)
Toute la Finlande	3 284 644	3 645 854	11,00%	27%	46%
• Helsinki	1 229 381	1 350 110	9,82%	29%	38%
• Joensuu (Carélie du Nord)	15 929	18 463	15,91%	23%	41%
• Région de Kuusamo	24 920	22 333	-10,38%	38%	51%
Laponie	401 234	399 907	-0,33%	44%	43%
• Rovaniemi	139 151	133 924	-3,76%	50%	37%
• Pyhä - Luosto	11 703	9 108	-22,17%	62%	31%
• Kemi	11 370	10 321	-9,23%	49%	32%
• Kittilä (Levi)	34 499	31 760	-7,94%	64%	22%
• Kolari (Ylläs)	16 321	18 995	16,38%	51%	41%
• Muonio (Pallas)	27 488	30 912	12,46%	58%	19%
• Saariselkä	62 247	71 877	15,47%	42%	44%

Source : Office du tourisme de la Finlande (M.E.K.)

pagnie), et les trains à destination de Rovaniemi se nomment « *Santa Claus Express* ». Ajoutons les nombreux efforts promotionnels conjoints des quelque 23 compagnies qui coopèrent au *Triangle de Noël* et l'on se trouve avec une recette gagnante en terme d'accroissement de l'achalandage touristique.

À Rovaniemi, les entrées touristiques pour l'hiver 1996-97 représentaient 50 % de l'achalandage annuel comparativement à 44 % pour la Laponie et 27 % pour l'ensemble de la Finlande. Cette année, avec l'ouverture de *Santa Park*, on a vécu une nette augmentation, notamment à cause de la centaine de vols nolisés spécialement pour son ouverture officielle, mais également pour l'ensemble de la saison de Noël. Décembre 1998 amenait donc un total de quelque 35 000 touristes, pour la plupart britanniques, mais également des Russes, des Italiens et des Français⁴.

Construit à l'intérieur d'une grotte à l'entrée de la forêt, *Santa Park* veut recréer toute l'année l'ambiance de Noël. Au cœur du site, surmontant le *Carrousel du Père Noël*, les visiteurs voient un tableau électronique qui affiche le décompte des jours avant le prochain Noël. Les *lutins* accueillent les visiteurs et les invitent à s'amuser grâce aux quelques manèges ou aux jeux d'adresse, au spectacle multimédia ou encore au théâtre de marionnettes racontant tous deux une histoire de Noël. Tous les éléments étant à l'intérieur de la grotte, on minimise les effets sur l'environnement en plus d'offrir un site « à l'épreuve des intempéries... et un joyau pour l'architecture finlandaise »⁵.

Par contre, malgré la force d'attraction du cercle polaire et du Père Noël, les nombreux séjours à Rovaniemi sont généralement très courts. La majorité des Britanniques, puisqu'il s'agit de la plus importante clientèle en décembre, reste au plus 24 heures et le plus souvent en fait, moins de 10 heures. Beaucoup font en effet une excursion en Concorde pour rencontrer *Father Christmas*... pour la modique somme d'environ 4 000 \$ par adulte⁶ ! Outre leur rencontre avec l'être mythique, ces petites familles anglaises font l'expérience de la motoneige, du traîneau à chiens, du traîneau à rennes, puis d'un banquet de Noël avant leur vol de retour.

LE DÉFI

Pour tenter de prolonger le séjour des touristes, la coopération promotionnelle doit s'étendre au-delà de la région limitrophe au cercle polaire. On vend donc également la possibilité de faire du ski alpin aux montagnes de Levi, d'Ylläs, de Pallas et de Saariselkä⁷. Les trois premières sont les plus hautes montagnes de la Finlande (*altitude moyenne de 370 mètres*), avec des pistes qui s'étendent jusqu'à 2 400 et 3 000 mètres. Saariselkä est la plus modeste avec ses 180 mètres d'altitude, mais il s'agit d'un des plus anciens centres touristiques de la région. Ceci explique en partie que cette destination traditionnelle se trouve au deuxième rang des nuitées touristiques en Laponie (voir *tableau 2*), suivi du secteur de Levi, la montagne « à la mode ».

Dans tous les centres de villégiature de la Laponie, des banquets traditionnels sont organisés la veille de Noël. Et, bien sûr, la soirée ne se termine pas sans la visite de l'invité d'honneur de cette nuit magique, souvent accompagné d'un renne... La veille du Nouvel An, on invite plutôt les touristes à découvrir un peu la culture lapone. On organise alors, avant minuit, une sortie vers une *kota*, tente lapone, où un *chaman* lira l'avenir dans l'étain fondu.

Dans ces centres de villégiature, le faible achalandage (en raison de l'isolement et



TABLEAU 2
Nuitées dans certaines régions finlandaises pour les marchés d'importance
Décembre 1997 - mars 1998

REGION	TOUTES PROVENANCES	FINLANDE	AUTRES PROVENANCES	RUSSIE	ROYAUME UNI, IRLANDE	ALLEMAGNE	JAPON	FRANCE	ITALIE
Toutes régions	1 684 730	1 187 081	497 649	181 814	42 949	37 730	17 689	16 262	11 534
Sud de la Finlande	514 022	279 644	234 378	85 296	17 278	12 480	5 534	5 593	5 075
• Helsinki	306 597	129 030	177 561	61 490	13 778	7 726	5 005	4 092	4 231
Carélie du Nord	41 679	33 306	8 373	4 291	216	935	140	155	118
• Joensuu	15 224	11 223	4 001	1 881	128	377	137	109	118
Laponie	201 595	103 809	97 786	18 942	18 019	12 157	9 456	8 152	3 466
• Rovaniemi	57 362	19 168	38 194	10 111	3 255	2 772	3 121	2 989	2 504
• Pyhä - Luosto	12 759	8 043	4 716	257	3 188	214	124	211	20
• Kemi	9 649	7 529	2 119	108	56	60	20	234	203
• Kittilä (Levi)	32 923	18 259	14 664	2 711	6 454	869	2 679	59	5
• Kolari (Ylläs)	15 295	11 550	3 745	502	1 525	302	934	17	0
• Saariselkä	39 596	23 052	16 544	3 190	1 674	3 813	2 185	828	390

Source : Office du tourisme de la Finlande (M.E.K.)

de la faible notoriété individuelle) est en quelque sorte compensé par des séjours plus longs que dans les quelques villes nordiques comme Rovaniemi. On s'y paie des séjours de détente, des séjours de ski de randonnée, des séjours multi-activités, mais surtout, la *cabane dans le Nord*.

Surmontant les défis nordiques, l'éloignement, les rigueurs de l'hiver et les faibles reliefs, cette région obtient un meilleur taux d'achalandage hivernal que bien des destinations nordiques... dont le Québec. Bien que le volume annuel de touristes étrangers soit comparable, tout comme la majorité des activités hivernales offertes, force est de constater que la Finlande et surtout la Laponie, accueillent une plus forte proportion de visiteurs durant l'hiver que le Québec (comparer les tableaux 1 et 3) et ce, peu importe le marché d'origine étudié.

L'EXPÉRIENCE

Partie étudier les similitudes et les différences entre le tourisme hivernal en Finlande et au Québec, j'ai pu vivre l'expérience de la Laponie⁸ à deux reprises. Contrairement à ce que l'on connaît ici, le *Grand Nord* finlandais est des plus accessibles et ce, à une gamme de prix pouvant accommoder toutes les bourses. Que ce soit par avion, par train ou par autobus, des connections sont possibles tous les jours, été comme hiver.

Le premier voyage m'a permis de vivre, en tant que touriste, l'expérience d'un

séjour de détente autour de la période de Noël : un forfait vendu par *Lapland Travel*⁹ incluant le transport, l'hébergement et les petits déjeuners scandinaves pour quatre jours pour environ 500 \$¹⁰.

D'abord un train de nuit nous amène de Helsinki à Rovaniemi puis, au petit matin, vers Kemijärvi ; ensuite, un autobus nous conduit à la porte de *Sallatunturin Tivat*. Ce centre de villégiature, en marge de la petite municipalité de Salla, est situé près de la frontière russe, à une trentaine de kilomètres au-dessus du cercle polaire. Nous sommes hébergés dans un chalet tout équipé... avec sauna bien sûr¹¹. Le ski de fond (*accès gratuit*) est à la porte du *mökki*¹², alors que la petite montagne se trouve à quelques minutes de marche pour le ski alpin ou encore une initiation au telemark.

Sur place, *Arctic Circle Safaris* offre des safaris motoneige et des excursions à la ferme de rennes. On peut apprendre à conduire un traîneau à chiens, un traîneau attelé à un renne, ou encore simplement à explorer les sentiers du site en ski de fond ou en raquettes. Ces ballades libres peuvent d'ailleurs donner lieu à d'intéressantes rencontres : les rennes, en Laponie, constituent une espèce semi-sauvage. On en fait l'élevage, mais ils vagabondent comme bon leur semble sur le territoire... leur territoire !

Outre cette espèce singulièrement peu farouche, un autre fait contribue à rendre cet environnement naturel des plus singuliers et apaisants : l'ensoleillement... ou plutôt son absence. En effet, en ce temps de l'année, les journées sont les plus courtes. Le soleil ne franchit pas la ligne d'ho-

TABLEAU 3
Volume touristique au Québec pour les grands marchés internationaux

MARCHÉS D'ORIGINE	DONNÉES RÉELLES (STATISTIQUE CANADA)					ESTIMATIONS POUR 1997	
	1995	1996	1997	NUITÉES PAR VOYAGE 1995	SAISON HIVER (% EN 1995)	ENTRÉES HIVER	NUITÉES HIVER
États-Unis	1 946 400	1 920 000	1 868 000	3,4	23,1%	431 508	1 467 127
France	366 200	390 000	384 000	10,1	16,8%	64 512	651 571
Royaume-Uni	113 600	118 000	125 000	4,6	16,8%	21 000	96 600
Allemagne	78 100	107 000	86 000	6,1	16,8%	14 448	88 133
Total international	3 041 000	3 162 000	3 119 000	-	18,4%	573 116	-

Sources : Statistiques Canada et estimations basées sur les entrées de 1997 et les proportions observées pour l'hiver 1995

⁹ Calculer une moyenne avec les moyennes de nuitées des touristes des différentes provenances présentées n'aurait aucune valeur vu leur diversité.

rizon. Pendant à peine deux ou trois heures c'est la pénombre ; le reste du temps, il fait nuit. Une partie des sentiers de ski de fond est donc éclairée... jusqu'à plus de 10 heures par jour !

Comme il se doit, la veille de Noël, un banquet attend tous les invités de *Sallatunturin Tuvat* soit, cette fois, des Finlandais, un Français, deux Québécois et un groupe de Sud-Africains. Divers plats à base de viande de rennes sont évidemment au menu, ainsi que des plats de saumon. Un typique souper-buffet de Noël couronné, bien sûr, par la visite du Père Noël accompagné d'un renne et d'un lutin !

Outre les ressources mises en valeur (*la nature, le Père Noël...*), ce séjour a permis de constater le souci accordé à l'intégration des infrastructures au paysage : les chalets de bois du centre de villégiature étaient tous peints d'un gris-bleu de telle sorte qu'ils se mariaient avec le ciel d'hiver ; l'épicerie, située entre la petite route et la montagne de ski, était aménagée à l'intérieur d'un chalet de bois rond ; l'hôtel Revontuli, au pied de la montagne, représentait les aurores boréales (il s'agit d'ailleurs de la signification de son nom). La structure blanche et basse de son bâtiment principal, bien que moderne, semblait se fondre avec la montagne, en arrière plan.

L'un des principes finlandais en matière d'aménagement touristique veut, en effet, que les hôtels (*entre autres*) ne soient pas des structures trop visibles. Lorsque situés en haut d'une montagne par exemple, ceux-ci ne doivent pas être visibles d'en bas, ni de la ville. Ceci semble donc imposer des structures basses dont les couleurs s'harmonisent avec le paysage.

C'est lors du second séjour en Laponie que j'ai appris ce point de la réglementation. Ce séjour visait à rencontrer des intervenants touristiques dans le *triangle de Noël*, autour de Rovaniemi et du cercle polaire. Logée à Rovaniemi même, j'ai pu apprécier les sentiers piétonniers traversant la ville et les indications vers les points d'intérêt, mais, surtout, le phénomène *kaamos*.

J'ai rencontrés les dirigeants de compagnies de safaris, d'attraites touristiques axés sur le Père Noël, d'attraites culturels et des spécialistes du tourisme, notamment pour ce secteur géographique. Ces entrevues ont

permis de cerner l'importance du tourisme hivernal à Rovaniemi, mais également l'importance et l'efficacité apparente de la stratégie basée sur le Père Noël.

CONCLUSION

Des lacunes subsistent toutefois quant à la répartition de la clientèle dans la saison et sur tout le territoire. Le *triangle de Noël* ne représente en effet qu'une infime portion du territoire lapon. Les forfaits offerts par les grossistes étrangers dans le reste de la région finissent donc par ressembler à ceux offerts sur les autres destinations nordiques, particulièrement celles qui ne peuvent appuyer leur offre sur des montagnes époustouflantes. Toutefois, l'achalandage marqué d'un site éloigné, tel que Saariselkä, laisse croire qu'une distinction, un atout subsiste... l'image mythique du *Grand Nord*.

Accessible, tout en offrant une nature encore aussi intacte que souhaitée, la nordicité devient un atout. Jumelée à des stratégies de mise en marché et de communication cohérentes, elle est alors capable d'attirer les touristes qui désirent vivre une expérience hors du commun : *l'expérience du Nord*.

Annie Béliveau est finissante à la Maîtrise en gestion et planification du tourisme à l'UQAM et conseillère chez Guilbault et associés, Conseil, Recherche et Stratégie marketing.



NOTES

- 1 (1997), *Guide de Tourisme Michelin : Danemark, Norvège, Suède, Finlande*, Paris, 1^{re} édition.
- 2 Population de la Laponie en 1998 : 196 647 personnes. Données de Tilastokeskus (Statistiques Finlande).
- 3 Pretes, Michael (1995), « Postmodern Tourism : The Santa Claus Industry », *Annals of Tourism Research*, 22, 1, p. 1-15.
- 4 Données tirées d'une entrevue avec la directrice marketing de *Santa Park*.
- 5 Citation de la directrice du marketing de *Santa Park*.
- 6 Pour ceux qui veulent épargner, il est possible de faire seulement l'un des deux vols en supersonique. Le prix s'en trouve alors diminué de près de la moitié.

- 7 Ces centres de ski bénéficient tous d'un aéroport en moyenne à quelque 50 km. Levi et Ylläs sont situés à 30 km chacun de la ville de Kittilä, alors que Pallas est près de Muonio (60 km de Kittilä). Saariselkä est près de la ville du même nom et est situé à quelque 30 km au sud de l'aéroport de Ivalo.
- 8 L'auteure désire à cet effet remercier Tourisme Québec, le Département d'études urbaines et touristiques de l'UQAM, les intervenants touristiques finlandais, Guilbault et associés, ainsi que son entourage pour leur support à cet ambitieux projet.
- 9 Agence réceptive chargée de vendre la Laponie à divers marchés, dont le marché intérieur.
- 10 Prix par personne, en occupation double, incluant les places dans une cabine avec couchettes à bord du train.
- 11 Il faut en effet savoir que le sauna fait intégralement partie de la culture finlandaise. Si un sauna privé n'est pas compris dans l'hébergement des invités, ceux-ci ont inévitablement accès à un sauna « public » aménagé sur le site.
- 12 Signifie chalet, en finnois.