

Nanuq Aventures crée Nanuq Events, son département consacré à l'organisation d'incentives et de congrès

► *"Doucement mais sûrement"*, telle est la devise adoptée par Nanuq Aventures, pour *"faire son trou"* sur le marché français. Et ça lui réussit bien. Le réceptif spécialiste du Canada collabore en effet avec des TO tels que Voyageurs du Monde, Jetset, Compagnie des États-Unis, Empreinte, Kuoni (Emotions), La Route des Voyages, le Cercle des Vacances... et vient même d'être référencé par Tourcom et Afat. *"Notre objectif avec ces réseaux n'est pas de concurrencer en frontal nos partenaires TO. Il s'agit plus de répondre à des demandes ultra-pointues que peu-*

vent avoir ponctuellement certaines de leurs agences", analyse Djamel Hassaine, le PDG. Présent pour la première fois au salon Bedouk (4 et 5 février à Paris), il y dévoilera son tout nouveau département incentive, baptisé Nanuq Events. Cette division sera exclusivement consacrée à l'organisation de séjours événe-



La Seigneurie du Triton au Québec

mentiels, de *"team building"* et de congrès. *"La demande est forte sur ce segment de marché et encore peu d'acteurs au Québec sont capables d'y répondre très précisément. Pour nous, l'incentive ce n'est pas nouveau. L'équipe Nanuq Aventures maîtrise déjà. Toutefois, afin de développer ce créneau, nous avons mon-*

té le service Nanuq Events que nous avons confié à trois personnes pour la partie production et deux autres pour le commercial", poursuit le patron qui a enregistré 600 clients incentive en 2008. Nanuq Events se donne visiblement les moyens de doubler ce chiffre en 2009. À condition, évidemment, de séduire le bon public en lui présentant un Canada différent, à la fois original, insolite et luxueux. *"Ce pays est un terrain de jeux remarquable pour des activités de team building en court séjour"*, insiste Djamel Hassaine qui assure pouvoir *"rendre réelles les*

idées les plus folles". Y compris organiser des stages de survie encadrés par des experts dans le Grand Nord ou, plus simplement, mettre en relation des pharmaciens français avec leurs homologues amérindiens, grands connaisseurs des plantes médicinales.