



COMPTE-RENDU

ATELIER MARINAS
Assemblée générale AMQ 2010
Assemblée Générale Annuelle de l'AMQ
Le mardi 13 avril 2010
Hôtel Sandman
Longueuil (Qc)

Durée : 12h45-14h05

Présences : Pierre Fortin (Marina Fortin); Jean Rock Lévesque (Marina de Rimouski-Est); Laurent Girouard (Parc Nautique de Contrecoeur); Dominique Gobeil (Parc Marin du Saguenay); Martin Champoux (Yacht-Club-Pointe-aux-Anglais); Kathleen Paré (Marina Port de Québec), Debbie Brown (Yacht-Club Laval-sur-le-Lac); Sylvain Deschamps (Yacht-Club de Montréal, Marina Lachine); Marthe Lafrenière (Marina de Trois-Rivières); Michel Sacco (Club nautique de Rivière-du-Loup); Marc Boulanger (Marina Venise); Georges Leblanc (Parc Nautique de Levy); Anne-Marie Roy et Yves Paquette (Association Maritime du Québec)

1. Orientation - Promouvoir le nautisme

Yves Paquette passe en revue le sommaire du document Orientation et planification stratégique. Il met en lumière certains points qui sont de l'intérêt des marinas en ce qui concerne la promotion du nautisme.

On demande quels sont les salons auxquels l'AMQ participe afin de promouvoir le nautisme. Le directeur général explique que les salons sont celui de Montréal, de Québec et de Toronto. Des représentations ont déjà été faites au salon nautique de Paris. De plus, l'AMQ a demandé au Ministère du Tourisme d'accorder une aide supplémentaire à l'Association afin de participer dans des salons dans les états et provinces limitrophes du Québec. Pour le moment, l'AMQ n'a pas reçu de réponse favorable à cette demande. Les marinas qui souhaitent que l'AMQ distribue leurs dépliants dans les salons ou l'AMQ est présente peuvent envoyer toute documentation pertinente que l'Association distribuera avec plaisir. De plus, certaines marinas, dont Valleyfield et Montréal se sont déjà jointes à l'AMQ au sein de leur kiosque au salon de Toronto. D'autres ont soumis leur matériel à y être distribué. S'il s'avérait que d'autres marinas souhaiteraient se joindre à l'Association, celle-ci pourrait louer un espace plus important afin de leur permettre de se joindre à elle.

Yves Paquette explique également que l'AMQ est présente sur différentes tables de concertation afin d'assurer une représentation et une visibilité au nautisme de plaisance ainsi qu'au réseau de marinas québécoises. Par le biais des Stations Nautiques, des centaines d'intervenants ont été informés des programmes de l'AMQ et sensibilisés au développement du nautisme, dont Tourisme Québec, les municipalités, CRÉ, CLD, etc.

Question est posée quant aux modes d'attribution du soutien financier de l'AMQ à divers projets de promotion, faisant référence aux projets décrits dans le document Orientations et planification stratégique remis aux membres à leur arrivée et présenté par le directeur général en conférence.

Yves Paquette mentionne que l'AMQ s'est doté d'un cadre qui inclut des critères de sélections aidant l'analyse des différentes propositions. Il précise toutefois que l'AMQ n'est pas en ce moment en position de solliciter des projets, mais agit souvent en réponse aux demandes qui lui sont adressées.

On demande des précisions quant à l'utilisation prévue dans le cadre du partenariat avec Québec Yachting, projet de Présentations vidéo des plans d'eau du Québec et de destinations nautiques. Est-ce pour une utilisation Web ?

Yves Paquette confirme que ces vidéos seront vendus et possiblement utilisés sur le Web (sous réserve d'approbation par le producteur), mais que, comme dans le cas d'autres projets de films, l'AMQ demande à ce qu'elle aie les pleins droits d'utilisation de l'ensemble de la captation vidéo pour répondre à ses besoins ou projets futurs.

Les membres mentionnent un point important, qui est de déterminer quel marché est visé par nos actions promotionnelles (locaux, international, etc.). Certains mentionnent que les gens se promènent de plus en plus de marinas en marinas et qu'il est important d'attirer des personnes provenant de l'extérieur du Québec

CONCLUSIONS ET PISTES DE RÉFLEXION –ORIENTATION PROMOUVOIR LE NAUTISME

- A.** Maintenir la représentation des destinations nautiques québécoises et du réseau des marinas du Québec à l'extérieur du Québec et sur le territoire québécois afin d'accroître l'achalandage des visiteurs et des revenus des marinas qui ont des disponibilités en raison de la mobilité de leurs propres clients
- B.** Accentuer l'association des marinas au processus de promotion
- C.** Bien étudier et préciser les marchés cibles afin de maximiser les résultats
- D.** Préciser le processus de planification du programme de promotion de l'AMQ afin d'être en mode pro actif plutôt que réactif (ou réponse aux demandes)

2. Orientation - Représenter l'industrie et accroître sa reconnaissance

Un point important est les problèmes reliés aux infrastructures des marinas du Québec. En effet, nous avons certainement la capacité d'attirer de nouveaux visiteurs, mais sommes-nous capable de les accueillir ? Dans le cas de plusieurs marinas, des places sont manquantes pour répondre à la demande, 60 places dans le cas d'une marina présente à la table.

Dans d'autres cas, malgré une longue liste d'attente pour des places à quais, la marina peut accueillir de nombreux visiteurs de passage. Dans le cas d'une marina en particulier, 1000 visiteurs sont accueillis annuellement en raison des locaux qui se déplacent laissant leur place à quai libre. De plus,

une nouvelle clientèle avec de plus gros bateaux est maintenant plus présente sur le marché. Même si celle-ci ne représente que 10 % de la clientèle, elle génère 25% des revenus, ce qui est une information à diffuser pour inciter les décideurs à investir dans le nautisme, considérant les revenus que cette clientèle peut générer dans les villes qui comportent des marinas et ports de plaisance.

On soulève également qu'il est aussi important d'inciter la clientèle à rester au Québec. Il pourrait être souhaitable de faire une promotion en ce sens. On demande de quelle façon, selon l'avis des intervenants présents, l'argent de l'AMQ pour la promotion devrait être répartie. On constate que ce n'est pas seulement une question de promotion, mais d'offre de services.

Dans le cas d'un projet de réfection de marinas qui est en cours, on prévoit ajouter 200 places à quais, et qu'il est important de travailler à garder la clientèle locale avant de travailler à attirer des gens de l'extérieur. On mentionne qu'il est important de faire des efforts afin de satisfaire les besoins en places à quais puisqu'il y a un grand risque que les gens se lassent si le problème de manque de persiste. Les plaisanciers actuels pourraient décider de changer de loisirs.

Un autre problème connu est le fait que peu de marinas sont en mesure d'accueillir des gros bateaux. De plus, les rampes de mises à l'eau sont manquantes au Québec si l'on compare à celles disponibles en Ontario et aux États-Unis.

Plusieurs programmes de soutien aux infrastructures sont disponibles de la part du gouvernement, mais que les critères sont trop restrictifs et font en sorte que les marinas peuvent rarement en bénéficier.

Yves Paquette mentionne qu'un des points au document Orientations et planification stratégique est justement le lobby. Des démarches ont déjà été faites en ce sens, mais pas dans le cadre d'une campagne active, ce qui pourrait possiblement être mis en place.

En effet, il est important de poursuivre les efforts de reconnaissance de l'importance du nautisme dans l'économie, de modifier la perception du public face au nautisme (93 vs 2006). Pendant des années, les marinas ont été considérées comme des clubs de riches, perspective à changer.

On soulève également le point de la conduite des plaisanciers, de l'importance de véhiculer un code d'éthique pour plaisanciers, en particulier pour les points d'eau fermés. À cause de ceux-ci, le nautisme a souvent mauvaise presse. Une campagne de sensibilisation pourrait possiblement aider dans ce dossier. Il est important de responsabiliser les usagers des plans d'eau.

On rappelle que certains ministères blâment rapidement et à tort la plaisance pour certains problèmes dont ceux reliés à l'environnement, ce qui a été le cas dans le dossier des algues bleues notamment. Malheureusement, le MDDEP ne prend pas position pour le nautisme dans ce dossier. La plaisance est souvent accusée alors que certaines études prouvent que les moteurs sont utiles pour aérer l'eau. Il est vital de véhiculer au public que le nautisme n'est pas la cause principale de la pollution des cours d'eau.

On émet la proposition que l'AMQ produise un document sur la bonne conduite environnementale pour les plaisanciers, qui pourrait être remis lors de la vente de chaque embarcation. Cette initiative pourrait défendre la plaisance en regard à l'environnement et démontrer les efforts faits par le milieu.

Yves Paquette mentionne les efforts faits pour démontrer que le nautisme est une activité abordable, entre autres par le site Découvrez le nautisme. En effet, le site possède un outil qui permet aux gens de comparer le nautisme avec d'autres habitudes de loisirs et leur prouve qu'il est une activité beaucoup plus accessible que la majorité le pensent (ex : golf vs nautisme). Il mentionne que par le biais des stations nautiques, de nombreux organismes publics sont sensibles à l'importance du nautisme, puisque ceux-ci sont invités à appuyer la création de stations nautiques dans leur région. Il cite notamment l'exemple de Rimouski-Mitis, qui avait déposé son dossier de candidature accompagné d'un nombre impressionnant de lettres d'appuis de divers corps municipaux et régionaux.

Un des représentants présents, qui fait partie du conseil d'administration de cette station nautique explique qu'il a fallu beaucoup de travail pour réussir à obtenir ces lettres et que maintenant, la station nautique doit les relancer et faire un rappel parce que plusieurs ont oublié en quoi consiste la station nautique.

CONCLUSIONS ET PISTES DE RÉFLEXION - ORIENTATION REPRÉSENTER L'INDUSTRIE ET L'AIDER À CROÎTRE

- A.** Accentuer les représentations et le lobby auprès des autorités gouvernementales afin de sensibiliser les différents niveaux de gouvernement la situation précaire des marinas :
 - ♦ manque important de places à quais
 - ♦ sous investissement des autorités gouvernementales dans les marinas en regard de l'importance économique et sociale de la plaisance et du rôle névralgique des marinas dans son développement
- B.** Effectuer les représentations nécessaires afin que les critères des programmes d'infrastructure des gouvernements soient conçus afin d'inclure les marinas plutôt que de les exclure
- C.** Rédiger et promouvoir un guide de bonne conduite destiné aux plaisanciers
- D.** Mener auprès du public comme auprès des autorités, une campagne active visant à redresser l'image du nautisme perçu comme un loisir de gens riches et polluant

3. Orientation - Contribuer à structurer le nautisme

On aborde le point du programme de Classification des marinas, qui malgré sa reconnaissance et la qualité de la démarche, présente des différences notables entre marinas d'une même classification. On cite en exemple du Club nautique de Rivière-du-Loup qui a reçu le même résultat que le Port de Refuge de Cap à l'aigle, ces marinas n'étant apparemment pas comparables pour le moment. En effet, la marina de Rivière-du-Loup a de graves problèmes d'envasement et est en réfection de ses installations, alors que des investissements massifs ont déjà été faits à Cap à l'aigle. Il est donc important de terminer les modifications qui ont été examinées par le comité programme Marinas afin

de mettre de l'avant la nouvelle grille et voir si les écarts constatés en ce moment seront régularisés. La CITQ devrait être en mesure de débiter les tests au cours de la saison prochaine.

Il est aussi important d'être cohérent et de faire des représentations afin que les programmes de soutien aux infrastructures mis de l'avant par le gouvernement requièrent les critères minimaux du programme de Classification des marinas.

De plus, il serait important de s'assurer de la cohérence entre les deux programmes, soit Classification des marinas et Éco-marinas, afin que ceux-ci ne comprennent pas des exigences opposées ou contradictoires.

On suggère d'approcher différentes marinas à être présents au salon dans l'espace qui leur est destiné. Il serait important de véhiculer le message que les coûts de participation sont très raisonnables, au vu de croyances de certains. En effet, l'AMQ et la direction du salon ont fait des efforts considérables afin offrir un forfait abordables permettant de faire la promotion des marinas québécoises.

Les participants de la rencontre concluent que celle-ci était très intéressante et enrichissante, mais qu'il serait nécessaire de poursuivre cet échange ultérieurement. Les points du développement des infrastructures des marinas devraient faire l'objet de plus ample discussion. Une rencontre est donc prévue vers le mois d'octobre. Les participants seront informés de la date dès que celle-ci sera arrêtée.

CONCLUSIONS ET PISTES DE RÉFLEXION SUR L'ORIENTATION STRUCTURER LE NAUTISME

- ◆ **PROGRAMME DE CLASSIFICATION DES MARINAS :**
 - A. Compléter le processus d'ajustement des critères du programme
 - B. Raffiner l'analyse afin d'assurer une meilleure concordance des résultats entre les marinas classifiées
 - C. Assurer la cohérence entre le programme de Classification des marinas et Éco-marinas

- ◆ **COMITÉ MARINAS :**
 - A. Assurer la permanence du comité des marinas
 - B. Inclure le développement des infrastructures à l'ordre du jour d'une prochaine assemblée
 - C. Organiser une rencontre vers le mois d'octobre 2010