

# **PLAN STRATÉGIQUE DE DÉVELOPPEMENT ET DE MARKETING DU TOURISME NAUTIQUE – EST DU QUÉBEC**

## **Sommaire du rapport final**

Février 2004

LE GROUPE  
**DBSF**



7333, rue Saint-Denis  
Montréal (Québec) H2R 2E5  
Téléphone : (514) 278-3273  
Télécopieur : (514) 278-7224  
[dbsf@dbsf.qc.ca](mailto:dbsf@dbsf.qc.ca)

## SOMMAIRE

Cette étude réalisée par le Groupe DBSF présente une stratégie de développement et de marketing du tourisme nautique dans la partie est du Québec. La réalisation de cette stratégie s'inscrit dans une démarche où les partenaires souhaitaient compléter le portrait du tourisme nautique dans l'Est du Québec et ce, en complément avec la démarche réalisée en 2001-2002 dans la partie centre et ouest du Québec.

Les objectifs de l'étude sont les suivants :

- Analyser la situation de l'offre en matière de tourisme nautique dans la partie est du Québec (destinations, infrastructures d'accueil, activités à caractère nautique, événements, services, etc.) ;
- Dresser un portrait de la demande actuelle et potentielle (notoriété, fréquentation, marchés cibles et créneaux de clientèles, etc.) ainsi que de l'environnement global (tendances de développement, niveau de concurrence, etc.) ;
- Élaborer un diagnostic stratégique identifiant les forces et faiblesses, les opportunités et les contraintes qui interagissent sur le développement en matière de tourisme nautique ;
- Dégager une vision d'avenir du développement du tourisme nautique pour en faire un élément structurant sur le plan récréotouristique dans les régions concernées ;
- Proposer un énoncé d'orientations stratégiques et concevoir un Plan de mise en œuvre.

### Cadre d'analyse et méthodologie

Le périmètre géographique de l'étude concerne la partie est du Québec. Le territoire visé couvre neuf régions touristiques au Québec ; ce qui laisse voir l'étendue géographique des corridors nautiques du fleuve Saint-Laurent (rives nord et sud) intégrant l'estuaire et le golfe. Le Lac Saint-Jean, comme plan d'eau intérieur fait également l'objet de l'analyse.

La *notion de tourisme nautique*, dans le cadre du mandat, se définit par des déplacements sur les corridors visés qui sont à caractère touristique, donc des clientèles effectuant des séjours d'une nuit et plus. On vise donc les déplacements d'une destination à une autre en excluant les activités à portée strictement récréatives (ex : baignade, pêche, planche à voile, etc.) ou excursionnistes (sorties d'une journée, croisières-excursions, visites de sites en bordure de rives, etc.).

En termes de réseaux, le cadre d'analyse porte sur deux réseaux nautiques proprement dit, à savoir :

- 1) **Le réseau nautique de navigation de plaisance** : il concerne les zones nautiques de destination, les corridors et les circuits nautiques sur le fleuve Saint-Laurent en aval de Québec, ses principaux affluents (rivière Saguenay) ainsi que le lac Saint-Jean. Les clientèles visées sont principalement les propriétaires d'embarcations (bateaux à moteur et voiliers) de plus de 30 pieds. Le potentiel de clientèles non propriétaires est également envisagé par le biais de la location d'embarcations ou de séjours accompagnés.
- 2) **Le sentier maritime du Saint-Laurent** : ce projet est en cours de planification et vise à développer par tronçons, le long du fleuve et ses principaux affluents, l'offre pour les adeptes de kayak de mer principalement. D'autres types d'embarcations à faible tirant d'eau (canot, zodiac, dériveur, etc.) pourraient également être visées.

L'analyse de la demande repose sur des données secondaires existantes (études, sondages) et non pas fait l'objet de sondages quantitatifs ou qualitatifs auprès des clientèles nautiques qui fréquentent le territoire visé par l'étude.

Une démarche importante durant le mandat a permis de consulter les milieux lors de rencontres de consultation dans les régions visées. Cela a permis d'entendre les points de vue des personnes directement concernées par le développement du tourisme nautique. Ces rencontres ont également permis de valider les informations colligées à la fois au niveau de l'offre (marinas, havres, quais, etc.), de l'environnement récréotouristique (attraits, activités, services), de la demande actuelle et potentielle et du contexte concurrentiel.

## Principaux constats de l'offre

### *Portrait du réseau nautique de navigation de plaisance*

Le fleuve Saint-Laurent peut être divisé en plusieurs grandes zones de navigation, des axes et des circuits définis selon des critères hydrographiques et géographiques. L'analyse du réseau nautique est présentée en **huit grands secteurs géographiques couvrant les régions visées par l'étude**. Une attention particulière est portée à la complémentarité des régions, sur le plan nautique, en considérant les diverses zones de destination, les circuits et les itinéraires qui façonnent le réseau et en conditionnent l'accessibilité pour les plaisanciers.

Le réseau nautique de l'Est du Québec se compose de 60 marinas totalisant près de 4 000 places à quai. La taille moyenne est de 66 places par marina. Le ratio de places destinées aux visiteurs est de 27 %. Il s'agit d'un ordre de grandeur car la comptabilisation des places réservées aux visiteurs varie sensiblement d'une marina à une autre. Par ailleurs, on ne dispose de peu d'informations sur le type

de places disponibles aux visiteurs en fonction de la taille des embarcations (bateaux de 20, 30 ou 40 pieds).

De plus, dans les régions où le caractère maritime est très vivant (Gaspésie, Îles-de-la-Madeleine, Côte-Nord), d'autres espaces peuvent être disponibles (quais, ports de pêche, havres, mouillage à l'ancre, etc.). Cette situation fait en sorte que le nombre d'espaces disponibles aux visiteurs varie au-delà des places à quai identifiées. Le tableau suivant illustre la situation pour les régions à l'étude.

**Tableau 1**  
**Nombre de marinas et de places dans la partie est du Québec**

	Nombre de marinas	Total des places	Total des places visiteurs	% places visiteurs	Taille moyenne des marinas
Québec	5	1 035	403	39%	207
Charlevoix jusqu'à Tadoussac	5	234	137	59%	47
Chaudières-Appalaches	6	428	84	20%	71
Rivière Saguenay	7	272	52	19%	39
Lac Saint-Jean	13	784	102	13%	60
Côte Nord (Manicouagan et Duplessis)	5	293	58	20%	59
Bas-Saint-Laurent	5	218	66	30%	44
Gaspésie	11	525	167	32%	48
Îles de la Madeleine	3	199	27	14%	66
GRAND TOTAL	60	3 988	1 096	27%	66

Source : Compilations du Groupe DBSF

Si l'on tient compte de l'ensemble de places à quai disponibles au Québec, la partie est du Québec représente 31 % de l'offre accessible aux plaisanciers ; un ratio plus grand pour les visiteurs (43 %). En effet, la partie ouest totalise 85 marinas pour une capacité d'ailleurs de 8 867 places à quais dont 16 % sont disponibles aux visiteurs. Il est à souligner que la région de Québec constitue un pivot central à la fois pour la partie ouest et est du Québec et ce, en considérant sa position stratégique sur le fleuve et le pouvoir attractif de la capitale pour les plaisanciers. Règle générale, les marinas localisées dans la partie ouest sont de plus grande taille (104 places en moyenne).

Les principaux constats sur la situation du réseau nautique dans l'Est du Québec se résument par les faits saillants suivants.

- ✓ **Le tourisme nautique de navigation de plaisance est peu structuré et regroupé à la fois au niveau régional et à l'échelle québécoise.** Cette situation affecte l'organisation du produit tant à des fins de développement que de mise en marché. De plus, l'absence de regroupement des acteurs les plus directement concernés (marinas, ports, havres, etc.) affecte

leur capacité de sensibilisation des pouvoirs publics sur la nécessité de soutenir le développement de ce secteur de l'activité récréotouristique. Une condition de base dans l'articulation du Plan d'action est de **mettre en place des regroupements intégrant les milieux régionaux**, par zone nautique de destination, ainsi que des mécanismes de consultation à l'échelle interrégionale et provinciale.

- ✓ L'accessibilité au réseau nautique de l'Est du Québec par les plaisanciers est sérieusement affectée par **les problèmes liés à l'ensablement et l'envasement de plusieurs marinas** localisées sur le fleuve Saint-Laurent. Cette situation limite la capacité d'accueil des plaisanciers et risque de faire en sorte que des tronçons importants du réseau nautique deviennent inaccessibles ; ce qui n'est pas une promesse d'une expérience nautique de qualité. Le Plan d'action propose de se pencher de toute urgence sur cette problématique **afin de trouver des solutions permanentes et durables** (autorisation du dragage, évaluation des impacts, entretien préventif) de manière à améliorer l'accès au réseau nautique et sécuriser les pratiques pour les plaisanciers.
- ✓ Le réseau nautique dans l'Est du Québec est implanté à travers les marinas, les ports et les havres. Il s'agit d'infrastructures vitales pour maintenir et consolider la vocation maritime de cette partie du Québec. **La qualité des marinas est fortement variable sur le réseau et l'on constate que leur taille limite l'accueil de plaisanciers visiteurs**, notamment ceux qui ont de grandes embarcations. Les services de base et les services connexes à l'accueil des plaisanciers sont également variables selon les destinations. Toute cette facette du développement d'un réseau nautique de qualité interpelle la capacité à déployer **une stratégie réaliste de bonification des services autour de pôles de destination forts** et trouver des solutions pratiques pour les plaisanciers qui naviguent dans des zones moins achalandées.
- ✓ Le réseau dans son ensemble a besoin de renouvellement dans une **optique de développement intégré des zones à vocation nautique de destination pour les plaisanciers**. Il faut également miser sur un réseautage efficace entre les pôles, les circuits et les itinéraires qui en découlent pour les plaisanciers et intégrer d'autres facettes de développement entourant le produit du tourisme nautique : services connexes et complémentaires, mise en valeur de la polyvalence des infrastructures, développement d'événements nautiques, impact auprès des visiteurs terrestres, etc.
- ✓ La **fragilité financière des marinas et des havres** questionne directement la gestion de ces équipements, l'adaptation des stratégies de tarification, la volonté de rechercher de nouvelles clientèles, le niveau de soutien des partenaires locaux et régionaux. Tous ces aspects devront être revus pour assurer **une plus grande polyvalence dans la vocation des équipements** et attirer un achalandage plus élevé dans une approche multi clientèle.

- ✓ **La vocation nautique des régions de l'Est du Québec** peut et doit être réaffirmée à travers une **vision d'avenir** qui assure un soutien à des infrastructures qui font partie intégrante des milieux et à travers le développement **d'un produit de qualité et rentable** d'ici les prochaines années. Ce défi interpelle tous les acteurs que ce soit les gestionnaires des marinas eux-mêmes, les pouvoirs locaux et régionaux, les partenaires de l'industrie touristique et les paliers supérieurs de gouvernements.
  
- ✓ **Les zones de navigation du fleuve de Québec jusqu'au golfe Saint-Laurent**, incluant les affluents que sont la rivière Saguenay et le Lac Saint-Jean, **devront adapter les stratégies de développement et de mise en marché** en fonction de différentes pratiques des plaisanciers. Diverses possibilités sont envisageables : réseautage des marinas et des havres en fonction des circuits nautiques, sensibilisation et éducation à la navigation sur le fleuve pour générer des clientèles additionnelles, développement de la navigation hauturière (en haute mer) pour les régions plus éloignées, stratégie de services d'entreposage pour les plaisanciers qui effectuent des séjours répétés dans le golfe, mise en valeur de services accompagnés en matière de tourisme nautique, etc.
  
- ✓ Le besoin d'un **positionnement global du tourisme nautique à l'échelle du Québec est évident**, mais celui-ci devra se décliner en fonction des particularités spécifiques des zones nautiques de destination sur le fleuve et le golfe Saint-Laurent. À ce titre, il faudra bien articuler les efforts en tenant compte des priorités spécifiques de chaque région. Il en est de même pour les **efforts de maillage de l'Est du Québec** en particulier avec les destinations voisines, comme les Maritimes qui visent avant tout les régions de la Gaspésie, des Îles-de-la-Madeleine ou de la Côte-Nord.

#### *Portrait du Sentier maritime du Saint-Laurent*

Ce réseau a également fait l'objet de l'analyse dans le cadre de cette étude. La Fédération québécoise du canot et du kayak (FQCK) est responsable de la mise en chantier du Sentier maritime du Saint-Laurent. À l'instar de la Route verte, le sentier maritime peut être vu comme une « route bleue », à l'intention du kayak de mer et des petites embarcations non motorisées.

Le développement du sentier maritime est planifié par tronçon et doit être considéré comme un réseau d'accès à des parcours navigables le long des rives, d'aires de repos et de services répertoriés comme l'hébergement (camping sauvage ou non, gîtes). Il s'agit d'un sentier navigable aménagé spécifiquement pour les petites embarcations (kayak de mer principalement). Le concept peut être accessible également à d'autres types d'embarcations comme les zodiacs, les petits voiliers, les dériveurs, les canots. On n'exclut pas nécessairement les embarcations motorisées (ex. : petits bateaux à moteur, moto marines) mais leurs usages devront respecter les ressources naturelles et s'intégrer harmonieusement avec l'environnement, y compris les relations avec les riverains.

Le concept n'est pas nouveau : il est déjà bien implanté dans le Nord-est des États-Unis, dans les Maritimes ainsi qu'en Ontario. Le but est d'établir une route praticable pour chacun des tronçons afin d'en assurer la préservation et la mise en valeur tout en procurant aux plaisanciers un espace de récréation maintenu et entretenu par ses derniers.

Au Québec, deux régions riveraines sont déjà à l'œuvre : les tronçons de la rive sud et de la rive nord de l'Estuaire du Saint-Laurent. Les promoteurs des tronçons sud et nord ont conçu leurs trajets en fonction du territoire couvert par leur ZIP respective soit de Montmagny à Les Méchins et de Tadoussac à Baie-Trinité. Dans chacun de ces territoires, un organisme est déjà au travail. Ces organismes qui font office de pionnier sont les deux premiers partenaires de la FOCK qui les accompagnent dans son mandat de coordination nationale, au même titre que les Associations touristiques régionales (ATR) qui les soutiendront éventuellement au niveau de la promotion touristique régionale.

Le projet de développement du Sentier maritime reçoit un vif intérêt dans les régions rencontrées lors de la tournée de consultation. On estime que ce produit novateur s'insère dans les tendances lourdes de développement récréotouristique axé sur le plein air, la nature et l'écotourisme. Bien que le territoire visé est immense, le concept de sentier maritime cadre bien avec la mise en valeur de la vocation maritime des régions de l'Est du Québec et proposera à long terme de nouvelles activités aux adaptes de kayak-de-mer en fonction d'un produit structuré à l'échelle régionale et interrégionale.

### **Analyse de la demande**

Le marché actuel et potentiel du tourisme nautique, que ce soit la navigation de plaisance ou d'autres activités nautiques telles que celles envisagées dans le projet de Sentier maritime en font des **produits de niche intéressants pour les régions concernées** par le développement récréotouristique. Le Plan d'action réaffirme l'importance de **bien adapter les efforts de mise en marché en fonction des potentiels réels des marchés** et des priorités qui découlent de la situation spécifique de chacune des régions qui composent l'Est du Québec.

#### *Demande en navigation de plaisance*

Les données concernant le type d'embarcations sont plus fragmentées et datent de plusieurs années tant pour le Québec que pour l'Ontario. Elles sont plus à jour pour les États-Unis. Elles permettent néanmoins de quantifier le volume d'embarcations dans les marchés qui constituent les créneaux cibles potentiels pour la mise en marché du nautisme à vocation touristique au Québec.

### Québec

En 1995, on estimait que le nombre d'embarcations possédées par les ménages québécois se chiffrait à plus de 685 700, toutes embarcations confondues incluant les canots, pédalos, bateaux à propulsion ou non. De ce nombre, les embarcations de plus grande taille sont les bateaux à moteur de 20 pieds et plus (18 573 embarcations) et les voiliers (16 000 embarcations). En tenant compte des ratios de l'industrie de fabrication nord-américaine (en particulier les bateaux de type cruisers et voiliers), on considère que **le tiers de ce nombre représente des embarcations de 30 pieds et plus soit 11 400 embarcations.**

La fréquentation actuelle des zones de navigation en aval de Québec est limitée chez les plaisanciers québécois selon une enquête menée par le Groupe DBSF lors du mandat de la partie ouest. Elle oscille entre 8 % pour le fjord du Saguenay et 5 % pour le golfe du Saint-Laurent. En extrapolant sur le potentiel de marché en fonction du type de sorties nautiques, la part que les régions de l'Est du Québec pourrait accaparer se situe dans un intervalle de près de 28 000 et 38 000 sorties nautiques annuellement.

Le premier scénario concerne le potentiel de clientèles québécoises en fonction de la situation actuelle du réseau et le second scénario découlerait d'une amélioration sensible du réseau en termes d'accès, de développement des infrastructures et de promotion sur le marché intérieur.

**TABLEAU 2**  
**Marché québécois - Potentiel de sorties nautiques pour l'Est du Québec**

Type de sorties	Taille du marché potentiel	Part en % Scénario 1	Nombre de sorties Scénario 1	Part en % Scénario 2	Nombre de sorties Scénario 2
2 jours	78 300	20%	15 660	30%	23 490
3 à 7 jours	17 500	40%	7 000	50%	8 750
8 jours et plus	6 500	80%	5 200	90%	5 850
Total	102 300		27 860		38 090

Source : Estimations du Groupe DBSF

### Ontario

Dans cette province, le nombre de bateaux motorisés de 25 pieds et plus totalise 22 240 embarcations tandis que l'on dénombre 11 260 voiliers dans cette province d'après des estimations portant sur le bassin des Grands Lacs. De ces 33 500 embarcations, on estime que **la moitié sont des embarcations de 30 pieds et plus soit 16 750 embarcations.** L'association qui regroupe les ports de plaisance et les marinas dans cette province (Ontario Marinas Operators Association)

indique que les données relatives aux types d'embarcations ne sont pas à jour depuis de nombreuses années.

Toujours selon les deux scénarios (réseau actuel et réseau amélioré), une pénétration de l'ordre de 2 % du marché permettrait de rejoindre 612 plaisanciers tandis que celle établie à 5 % permettrait de rejoindre 1 530 plaisanciers. Il est évident que les segments de clientèles dont la durée des voyages est de 3 à 7 jours se concentreraient dans la zone de Québec et Tadoussac, et ce, en tenant compte des temps de déplacements sur le fleuve en provenance de l'Ouest.

**TABLEAU 3**  
**Marché ontarien - Potentiel en sorties nautiques pour l'Est du Québec**

Type de sorties	Taille du marché potentiel	Part en % Scénario 1	Nombre de sorties Scénario 1	Part en % Scénario 2	Nombre de sorties Scénario 2
2 jours	116 900	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
3 à 7 jours	23 800	2,0%	476	5,0%	1 190
8 jours et plus	6 800	2,0%	136	5,0%	340
Total	147 500		612		1 530

Source : Estimations du Groupe DBSF

#### *Côte Est des États-Unis*

Dans le marché américain des 10 États de la Côte Est, on dénombre 24 372 voiliers de 26 à 30 pieds et 23 321 dont la taille varie entre 31 et 65 pieds, selon les données colligées dans l'étude de Market Research Associates (MRA) réalisée pour le Cap Breton en 2002.

En tenant compte des ratios des fabricants, le volume estimé de bateaux à moteur de 30 pieds et plus serait de 214 896 pour les embarcations de type cruiser, de 11 984 pour celles de type *strendrive* et 47 511 pour les voiliers de 30 pieds et plus. Au près du marché américain, le volume potentiel de plaisanciers concerne avant tout les sorties de 8 jours et plus en tenant compte des temps de déplacements sur le fleuve ou le golfe Saint-Laurent. On estime que le volume pourrait osciller entre 346 sorties (scénario 1) et 692 sorties (scénario 2) sur une base annuelle.

**TABLEAU 4**

**Marché du Nord-est des États-Unis - Potentiel en sorties nautiques pour l'Est du Québec**

Type de sorties	Taille du marché potentiel	Part en % Scénario 1	Nombre de sorties Scénario 1	Part en % Scénario 2	Nombre de sorties Scénario 2
2 jours	1 287 600	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
3 à 7 jours	400 300	na.	n.a.	n.a.	n.a.
8 jours et plus	34 600	1,0%	346	2,0%	692
Total	1 722 500		346		692

Source : Estimations du Groupe DBSF

Une étude de marché pour la destination du Cap Breton réalisée par *Market Research Associates* en 2002 présente des résultats intéressants pour qualifier la demande potentielle dans le Nord-est des États-Unis.

- La moyenne maximale des séjours des amateurs de voile américains s'échelonne entre 3 et 6 semaines et varie selon la taille des embarcations. La taille des groupes varie entre 3 et 4 personnes en moyenne.
- Les éléments recherchés sont avant tout des eaux calmes (94 %), de beaux paysages (89 %) et des aires nautiques peu fréquentées (84 %).
- Les propriétaires de plus grandes embarcations accordent une attention particulière aux infrastructures d'accès (quais, ancrages) ainsi que la présence de services aux marinas (épiceries, restaurants).
- Il existe un créneau pour la location d'embarcations même chez les propriétaires de voiliers. Quelques 37 % des propriétaires de voiliers de plus de 30 pieds se disent intéressés à louer une embarcation à destination, 7 % utiliseraient la remorque pour franchir des distances et 3 % auraient recours à des services de convoyage.
- Les besoins d'informations des plaisanciers visent surtout les ports et les marinas, les guides de navigations et les conditions techniques, les informations touristiques (hébergement, attraits, réservations, etc.).

### *Demande en canot et kayak*

L'intérêt pour ces activités nautique connaît un essor dans tous les marchés cibles. Au Québec, la pratique du canot et du kayak de rivière a augmenté parmi la population québécoise de 15 ans et plus au cours des dernières années. Selon les enquêtes de Zins Beauduchesne, 6,2 % de la population québécoise âgée de 15 ans et plus pratiquaient cette activité en 1995. Cette proportion se situait à 9,1 % en 2000. Extrapolé sur la population âgée de 15 ans et plus, le nombre total de personnes qui pratiquent le canot et le kayak totalise 560 422 adeptes en 2002. Spécifiquement pour la pratique du kayak de mer, on estime que le marché québécois se chiffre à 104 694 adeptes (1,7 % de la population).

Au Canada, on recense environ 2,3 millions d'adeptes du canot et du kayak en 1999 selon les données de l'Association canadienne du canot et kayak. Le groupe d'âge dominant chez les pratiquants est constitué des personnes âgées entre 25 et 44 ans (45 %) et sont avant tout des hommes (55 %). Ils sont éduqués et disposent de revenus moyens à élevés (84 % ont un revenu familial de 60 000 \$ et plus).

Globalement, le nombre d'adeptes sur le marché américain se chiffre à 16,7 millions de personnes qui ont pratiqué au moins une fois l'activité du canot ou du kayak en 2001. Les embarcations utilisées par les adeptes de ces pratiques sportives sont avant tout le canot (82 %), le kayak en eau vive (24 %) et le kayak de mer (38 %). Ce dernier segment de l'industrie est celui qui connaît la croissance la plus vive depuis le milieu des années 90. La pratique du canot et du kayak se classe parmi les cinq activités de plein air les plus pratiquées dans 25 des 50 états américains.

## Enjeux et orientations

Le rapport conclut sur des enjeux cruciaux en termes de développement du tourisme nautique dans la partie est du Québec et articule des orientations clés dans les priorités énoncées dans le Plan de mise en oeuvre. Les encadrés suivants résument ces enjeux et orientations.

Enjeux	Orientations stratégiques
Organiser le réseau nautique du fleuve Saint-Laurent dans une configuration optimale à pour les régions de l'Est	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Identifier <b>les zones nautiques de destination et les produits d'appel</b> et configurer les circuits et les itinéraires dans la partie Est du Québec</li> <li>✓ Délimiter <b>les zones de navigation du fleuve Saint-Laurent (3 zones)</b> en fonction des conditions de pratique et des types de plaisanciers</li> </ul>
Assurer l'accès aux infrastructures d'accueil du réseau nautique	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Régler les <b>contraintes majeures d'accès</b> des ports et des marinas localisés stratégiquement sur le réseau</li> </ul>
Rehausser la qualité de l'expérience nautique offerte aux clientèles	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Rehausser les pôles de destination nautique <b>dans une optique de développement intégré</b> (attraits, activités, services) pour les clientèles nautiques et terrestres</li> <li>✓ Intégrer le tourisme nautique dans une perspective de développement durable associé à la mise en valeur du fleuve et du littoral</li> <li>✓ Intégrer le spectacle et les événements nautiques comme facette stratégique d'achalandage des clientèles nautiques et terrestres</li> </ul>
Assurer la sécurité des usagers sur le réseau nautique (planification des itinéraires, aides à la navigation, cours de formation)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Maintenir les <b>acquis sur le plan des aides à la navigation</b> dans les zones de navigation sur le fleuve Saint-Laurent</li> <li>✓ Mieux informer les clientèles sur les conditions variables de navigation sur le fleuve Saint-Laurent et les lieux de refuge en cas d'intempéries</li> </ul>

Enjeux	Orientations stratégiques
Assurer un financement adéquat du réseau nautique pour diversifier et accroître les revenus des marinas	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Appuyer <b>le virage récréotouristique des infrastructures d'accueil</b> (ports, marinas, havres) dans une optique de polyvalence de clientèles et de diversification des sources de revenus</li> <li>✓ Rechercher la <b>rentabilisation des marinas</b> par des stratégies de prix adaptées aux clientèles</li> <li>✓ Réduire l'impact de l'encadrement réglementaire sur le plan financier pour les marinas et havres</li> <li>✓ Évaluer et faire valoir les retombées économiques associées au tourisme nautique</li> </ul>
Mettre en valeur le Sentier maritime du Saint-Laurent comme nouveau produit d'appel en tourisme nautique	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Poursuivre <b>la réalisation des 2 projets pilotes</b> en cours sur le fleuve</li> <li>✓ Favoriser une adhésion élargie des régions touristiques au projet de Sentier maritime du Saint-Laurent</li> <li>✓ Mettre à jour le portrait des clientèles visées par le projet de Sentier maritime du Saint-Laurent</li> </ul>
Appuyer un réseautage des marinas et des alliances au sein du réseau nautique du fleuve Saint-Laurent	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Accroître <b>la synergie entre les marinas et havres au Québec</b></li> <li>✓ Élargir les alliances avec les provinces maritimes et la côte est américaine.</li> </ul>
Adapter le marketing en fonction d'un phasage pertinent des actions selon les marchés	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Établir un <b>positionnement d'ensemble</b> du Québec nautique</li> <li>✓ Cibler étroitement les créneaux de clientèles et moduler les efforts en fonctions du potentiel des marchés</li> </ul>

## Plan d'action de mise en œuvre

Un principe directeur du Plan énonce que la mise en valeur du tourisme nautique doit **s'articuler à la base, près des milieux directement concernés** (entreprises, organismes, municipalités) dans une optique de prise en charge concrète et réaliste des actions. Une condition préalable concerne **la volonté des milieux à travailler ensemble** et à orienter leurs efforts de développement dans une perspective de mise en valeur récréotouristique de leurs équipements. Sous cet angle, les organismes gestionnaires des marinas, les organismes des milieux locaux, les municipalités sont les acteurs les plus directement interpellés en matière de concertation locale et régionale.

Une autre condition stratégique à l'articulation du Plan nécessite **un leadership spécifique des ATR à l'échelle régionale mais aussi interrégionale** car le produit du tourisme nautique transcende les frontières terrestres des associations touristiques régionales. Les ATR sont donc des acteurs de premier plan qui coordonnent les actions et stimulent la concertation des milieux de manière à articuler des stratégies qui s'intègrent dans les stratégies d'ensemble en matière de développement touristique régional.

Une troisième condition de base concerne **l'appui des gouvernements québécois et fédéral au développement du tourisme nautique** dans la partie Est du Québec. Il s'agit de réunir les conditions de succès en soutenant des regroupements par zone nautique de destination et voir à la consolidation et au développement des infrastructures d'accueil sur le réseau nautique du fleuve Saint-Laurent. De nombreux dossiers handicapent **l'accessibilité globale au réseau nautique** (envasement, dragage, aides à la navigation, consolidation et développement des quais et marinas) et cette question interpelle directement les ministères et les organismes concernés sans quoi le développement à long terme du tourisme nautique dans les régions de l'Est du Québec peut être considéré comme extrêmement fragile.

Le Plan d'action s'articule en quatre phases dont celle de démarrage est extrêmement cruciale. Celle-ci **oblige à soutenir et à articuler la concertation des regroupements par zone nautique**. Il s'agit de la première condition à réaliser sans quoi la réalisation des autres mesures demeure extrêmement aléatoire. Elle s'inscrit également dans un cheminement logique et conséquent en fonction des problèmes à résoudre au sein du réseau nautique.

Enfin, la mise en œuvre du Plan d'action nécessite **de répartir les responsabilités dans la prise en charge des actions**. Il est clair qu'une synergie des actions doit à la fois émaner dans chacune des régions, entre les régions entre elles mais aussi avec les paliers supérieurs (Gouvernement du Québec, Gouvernement fédéral). Cette approche est nécessaire pour supporter les dynamiques régionales tout en respectant une direction commune en termes de développement en matière de tourisme nautique.

## **Encadrement de l'étude et remerciements**

L'étude a est le fruit d'une collaboration étroite entre le Groupe DBSF, les membres du Comité de suivi ainsi que les personnes siégeant à la Table sectorielle du tourisme nautique de l'Est du Québec.

Nous remercions vivement toutes les personnes qui ont participé au déroulement des travaux et qui ont partagé leur expertise dans le cadre de la réalisation de ce mandat. Nous remercions également les personnes qui ont participé aux consultations réalisées dans chacune des régions à l'automne 2003 ainsi que le personnel des ATR qui ont collaboré à l'organisation de ces rencontres.

### **Groupe DBSF**

Normand Dulude, Associé principal responsable du mandat  
Jacques Luneau, directeur de projet

### **Table sectorielle du tourisme nautique de l'Est du Québec**

Association des havres de plaisance Gaspésie Îles-de-la-Madeleine, Jean-Marc Hardy et Jean-Pierre Lavoie (comité de suivi)

ATR Bas-Saint-Laurent, Pierre Laplante

ATR Charlevoix, Jacques Lévesque

ATR Chaudière-Appalaches, Richard Moreau (comité de suivi)

ATR Duplessis, Myriam Villeneuve (comité de suivi)

ATR Gaspésie, Louis Rome et Johanne Michaud

ATR Îles-de-la-Madeleine, Michel Bonato (comité de suivi)

ATR Manicouagan, Louise Blanchette, Christian Bouchard, Sylvain Carrier

ATR Saguenay-Lac-Saint-Jean, Serge Plourde (comité de suivi)

Club nautique de Sept-Îles, Claudy Deschênes

Croisières AML, Édouard Hamel (comité de suivi)

Croisières Le Coudrier, Gildas Desgagnés

Développement économique Canada, Érick St-Laurent (comité de suivi)

Escale nautique, Michel Sacco

Fédération québécoise de canot-kayak, Pierre Trudel

Office du tourisme et des congrès de la région de Québec, Michel Goupil (comité de suivi)

Marina du Port de Québec, Katleen Paré

Ministère des Transports du Québec, Réjean Leclerc

Ministère de l'Environnement du Québec, Gilles Brunet et Pierre Michon

Parcs Canada, parc marin Saguenay—Saint-Laurent, Hugues Michaud

Parcs Canada, Solange Dion (comité de suivi)

Pêches et Océans Canada, M. Ménard

Pêches et Océans Canada – Garde côtière, André Audet

Société touristique du fjord, Guy Girard

Tourisme 50e parallèle, Marc Gauvreau

Tourisme Alma, Gervais Coulombe

Tourisme Isle-aux-Coudres, Johanne Fortin

Tourisme Québec, François Belzile et Stéphane Caux (comité de suivi)

Transports Canada, Marcellin Papillon