



COMPTE-RENDU

ATELIER Station Nautique
Assemblée générale AMQ 2011
Assemblée Générale Annuelle de l'AMQ
Hôtel Mortagne
Boucherville (Québec)



Durée : 13H25 - 14H30

Présences : Jacques Hébert (Escadrilles canadiennes de plaisance (St-Lambert), Julie Tremblay (Conam), Michel Lajoie (Enviro Kayak, SN Rive-Sud), Paul Bellemare (SN Rimouski-Mitis) ; Pierre Addy (Garde Côtière Auxiliaire Canadienne, SN Rive-Sud), Béatrice Launay (Association Maritime du Québec), Ariane Demers (Association Maritime du Québec), Michèle Cantin (Formation Nautique Québec (Production 4 Temps) s.e.n.c. SN Rive-Sud), Éric Julien (Ministère du Tourisme), Suzanne Ratelle (ECP-CPS, SN Lac St-Pierre), Jean-Sébastien Roy (Corporation de la voie maritime, SN Rive-Sud).

1- Mise en contexte : quelles données ?

Nous avons des données sur le nautisme, mais elles sont en général liées aux données spécifiques aux marinas, manufacturiers ou détaillants de bateaux il y a manque quant aux données du nautisme dans son ensemble mais aussi les données des clientèles actuelles et potentielles du nautisme.

Comment bien connaître sa clientèle? Quoi demander?

Les chiffres concernant : ventes, âge, nombre de visiteurs, nombre d'acheteurs, combien de visites par année, les mois les plus achalandés, etc. sont importants à connaître.

De même, connaître la diversification des activités est pertinente et ce dans quelles mesures ?

2- Quelle vision du nautisme ?

Il est nécessaire de travailler sur les perceptions et notamment sur celles concernant l'accessibilité au nautisme. Ce dernier est souvent perçu comme cher et réservé à une catégorie de personnes privilégiées. Il y a un travail de communication à réaliser afin de changer la vision du nautisme de monsieur et madame tout-le-monde, vision souvent perçue comme inaccessible et difficile à pratiquer notamment par rapport aux coûts. Faire passer le message que le nautisme est accessible et abordable, grâce à des systèmes de location ou d'initiation aux sports nautiques. Aussi, l'effet d'appropriation est fréquent dans les mentalités, dès que les québécois pratiquent une activité ils veulent s'approprier le bien or il est moins coûteux et plus accessible de louer pour de nombreuses activités. Il y a un manque d'informations sur toutes les possibilités qu'offre le nautisme : il est donc important de publiciser et de communiquer ces

possibilités, de faire connaître le nautisme et tous ses aspects. Bref, démocratiser le nautisme auprès de l'ensemble de la population. Aussi, il est important de miser sur les perceptions locales au départ pour le sentiment d'appartenance des intervenants locaux et pour faire fonctionner l'économie locale.

3- Enjeux, stratégies, pour quelles retombées ?

Il est suggéré de penser à une stratégie en 2 volets :

- locale
- viser l'extérieur de la province

Il est rappelé que le développement tourisme nautique venant de l'extérieur (hors Québec) est une priorité pour Tourisme Québec de passer par, il y a un intérêt à viser le marché hors Québec pour faire sortir le nautisme de l'ombre, mais quelle stratégie adéquate visée pour des dépenses acceptables.

Par exemple, nous savons que les retombées des spectacles nautiques sont une valeur sûre pour les municipalités et les régions.

Mais lorsqu'on dit que le nautisme amène des retombées économiques importantes, dans quel sens? Pour qui? Et à quels coûts ?

Le nautisme est souvent référé uniquement aux marinas et cela à tort, les marinas sont une locomotive aux problématiques :

- dragage
- problèmes de réglementation développement et développement des marinas notamment par rapport à environnement.
- Problèmes de ressources
- Infrastructures non mises en valeur ou mal localisées pour miser sur l'accroissement de retombées

Mais le nautisme est bien plus étendu qu'aux marinas !

4- Réseau QSN : unifier et concerter nos efforts

QSN qui regroupe l'ensemble des intervenants nautiques et qui met en valeur toutes les ressources nautiques (infrastructures, services, activités, évènements) aide à être une porte d'entrée auprès des élus et cela permet visionnaires du nautisme pour le faire valoir davantage.

Il faut absolument orienter les efforts vers des analyses socio-économiques. Cela aiderait à unifier les forces et à former un tout cohérent pour le nautisme. Actuellement les organismes liés au nautisme sont éclatés, il manque de synergie, il est absolument nécessaire de former un tout pour avoir plus de crédibilité. Si QSN va en ce sens, il y a encore beaucoup de travail à accomplir et des efforts de concertation pour du développement concret et novateur pour le Québec.

Aussi, on doit faire le lien entre le nautisme et les jeunes générations notamment via les écoles. Quelques écoles existent mais trop peu, par exemple le Camp Ulysse.

4- Freins au nautisme : trouver des pistes de solutions

Les obstacles à la pratique et à la croissance du nautisme perdurent. Premièrement, il serait gagnant de viser des unités et embarcations plus petites pour permettre l'apprentissage et l'initiation au nautisme. Deuxièmement, il manque cruellement d'effectif surtout pour le travail avec les jeunes groupes d'enfants, ex : 2 instructeurs par bateau, or il y a de la demande mais pas de ressources pour assurer un tel service.

Il y a une clientèle européenne potentielle or bien souvent les organismes ne disposent pas toujours des ressources pour les accueillir et pour leur offrir un service adéquat et à la hauteur de ce qu'ils attendent.

Pour faire émerger la crédibilité du nautisme, on doit miser sur la clientèle hors Québec (ex. USA et Europe) et surtout faire en sorte que les Québécois se réapproprient le fleuve. On doit faire un travail détaillé en lien avec le fleuve.

Il faut faire savoir, et faire connaître les ressources nautiques auprès de la population, accroître les partenariats pour cette démarche de mise en valeur. Il faut mettre en valeur tous les intervenants nautiques d'une région.

Donc, ne pas se contenter que des marinas comme locomotives car celles-ci sont bien souvent inaccessibles, il faut trouver d'autres médiums pour rendre accessibles nos données et améliorer par ailleurs la collecte de données.

Il est important de définir les enjeux car on ne peut recevoir plus de clientèle, notamment dans les marinas, si les mises à niveau des infrastructures ne suivent pas.

De plus, nous ne pouvons nous le cacher, la croissance potentielle du secteur doit urgemment être étudiée en profondeur en déterminant des indicateurs de performance spécifiques au secteur, par la qualification des usagers par exemple.

Enfin, nous ne le rappellerons jamais assez, c'est en travaillant étroitement ensemble que nous contribuerons à un avenir grandissant du nautisme québécois.

Par : Béatrice Launay et Ariane Demers
Québec Stations Nautiques