

Le document intitulé «*Nature et tourisme : L'écotourisme au Québec en 2002*» est un portrait comptant plus 150 pages. Le présent sommaire exécutif vise en quelques pages à en faire ressortir les éléments déterminants, notamment les enjeux et défis.

CONTEXTE DE CE PORTRAIT

Initié par Tourisme Québec, ce 1^{er} portrait de l'écotourisme s'insère dans un processus devant mener à la production d'un plan de développement et de promotion de cette forme de tourisme au Québec. Cette démarche québécoise se réalise dans le contexte particulier de l'Année Internationale de l'Écotourisme (AIE-2002). Cet exercice de réflexion a bénéficié de l'implication et de l'expertise des membres de la **Table de concertation sur l'écotourisme** formée de représentants des organisations suivantes:

- Secteur privé et régions: Aventure Écotourisme Québec, Fédération des pourvoyeurs du Québec, Le Québec Maritime, Société touristique des autochtones du Québec (STAQ);
- Milieu gouvernement: Parcs Canada, ministère de l'Environnement (MENV), ministère des Ressources naturelles (MRN), Société de la faune et des parcs du Québec, Société des établissements de plein air du Québec (SÉPAQ) / Parcs Québec, Tourisme Québec (TQ);
- Milieu universitaire: Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR).

Le processus a aussi bénéficié de la consultation d'intervenants provenant d'horizons variés: organismes environnementaux et de conservation, ATR, fédérations de plein air, institutions d'éducation, entreprises, organisations gouvernementales. Tourisme Québec tient à remercier toutes les personnes qui ont collaboré à cet exercice.

MÉTHODOLOGIE PRÉCONISÉE

Au plan méthodologique, une approche de diagnostic stratégique tenant compte à la fois de l'écotourisme et du tourisme de nature a été privilégiée. Divers profils de marché et cadres de référence récents ont été analysés et conjugués aux réflexions et connaissances des membres de la table de concertation ainsi qu'aux résultats des consultations. Les analyses et réflexions ont été organisés et segmentés de la façon suivante:

- analyses de l'offre, de la demande et de la concurrence;
- portrait et constats sur l'organisation du secteur et sur les efforts actuels de développement et de promotion ;
- identification des forces, faiblesses, opportunités et menaces caractérisant l'écotourisme au Québec;
- définition des enjeux et des défis.

POPULARITÉ CROISSANTE DE L'ÉCOTOURISME

Dans un contexte où l'écotourisme constitue un phénomène relativement complexe, en évolution et qui ne s'appuie pas sur une définition universellement reconnue; la démarche québécoise s'est, du point de vue théorique, fortement inspirée des caractéristiques retenues par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) pour cette forme de tourisme. De façon plus spécifique, l'écotourisme est ici défini comme:

- du tourisme de nature principalement axé sur l'observation et l'appréciation de la nature et des composantes culturelles qui y sont associées;
- offert et pratiqué de façon durable (retombées économiques pour les résidents et respect du milieu hôte et de l'environnement naturel / culturel);
- auquel se superposent les éléments distinctifs de l'écotourisme, tels que contribution particulière aux efforts de protection, implication du milieu hôte et composantes éducatives (ex. interprétation).

L'écotourisme a donné lieu dans de nombreuses destinations à diverses interprétations et à des mises en application ne rencontrant pas toujours les valeurs de l'écotourisme. Sa popularité grandissante au Québec est confirmée par: l'émergence de projets dans la plupart des régions touristiques ; la volonté de nombreuses entreprises de créer dans un avenir rapproché des nouveaux produits écotouristiques et les diverses initiatives de partenariat visant le développement d'outils pour ce secteur.

Enjeux et défis

- Partage d'un langage et de paramètres communs en matière d'écotourisme parmi les intervenants privés, associatifs et gouvernementaux intéressés, afin d'éviter le galvaudage potentiel du terme « écotourisme » - (ex. par la diffusion de cadres de référence aux niveaux local, régional et national).
- Reconnaissance et intégration de l'écotourisme dans les outils de planification gouvernementale et les stratégies de développement local et régional.

Ce sommaire exécutif a été produit par :

*Maurice Couture, Adm. A. d'Éco Tour Conseils Etc.
pour le compte de Tourisme Québec.*

IMMENSITÉ, DIVERSITÉ ET NORDICITÉ

L'immense territoire québécois — environ 1,7 millions de Km² — se caractérise par sa nordicité et par d'importants bassins hydrographiques; des ensembles géographiques aux images fortes (fleuve Saint-Laurent, Saguenay, Grand Nord Québécois); une diversité au plan des d'écosystèmes et des régions géologiques, de la faune et la flore et de nombreux phénomènes naturels saisonniers. Cette diversité s'observe aussi par les composantes culturelles d'hier et d'aujourd'hui présentes à proximité ou à l'intérieur de nombreux sites naturels; par un patrimoine culturel humain et bâti varié; par une personnalité francophone dominante et prenant des formes variées selon les régions; par une diversité culturelle présente sur l'ensemble du territoire (communautés et nations autochtones, anglophones et allophones).

Le Québec dispose sur son territoire d'atouts importants pour supporter le développement d'expériences très variées d'écotourisme. Ce développement peut mettre à l'avant-scène son immensité, sa diversité et sa nordicité, ses bons potentiels d'observation de la nature et miser sur des produits jumelant découverte de la nature et de la culture et des diversités régionales dans une approche 4 saisons.

En contrepartie, le développement de l'écotourisme doit se réaliser dans un contexte où plusieurs paysages naturels ont perdu de leur attrait faute de protection; où de nombreux sites naturels sont particulièrement fragiles — en raison notamment de notre réalité de pays nordique — où plusieurs plans et cours d'eau sont pollués et leurs berges privatisées; où la saison hivernale offre moins de diversité au plan des possibilités d'observation de la faune et de la flore; où la diversité faunique et floristique du Québec est moins importante que certaines destinations disposant de climats tropicaux ou subtropicaux.

MILIEUX NATURELS : MATIÈRE PREMIÈRE DE L'ÉCOTOURISME

Les **territoires désignés comme aires naturelles protégées** – c'est-à-dire reconnues comme telles selon les catégories de l'*Union mondiale pour la nature* (UICN) – s'avèrent plus particulièrement propices à l'offre de produits d'écotourisme de qualité et concurrentiels. Ceux-ci correspondent:

- à des territoires naturels peu perturbés disposant souvent d'attributs écologiques ou esthétiques particuliers, voire spectaculaires;
- à des attraits majeurs dans un marché où la qualité des paysages et des milieux naturels est le premier critère de choix des clientèles;
- à des lieux où les activités qui peuvent s'y dérouler sont réglementées, limitant ainsi les conflits d'usage;
- à des territoires protégés des activités d'exploitation ou d'utilisation du territoire, comme la foresterie, l'exploitation minière ou la villégiature privée;
- à des actifs durables dans lesquels il est possible d'investir en mise en valeur et protection, en développement de produits écotouristiques et en positionnement sur les marchés.

Enjeux et défis

- Adoption de mesures de protection des paysages présentant un intérêt particulier.
- Protection et mise en valeur des composantes culturelles des environnements naturels et identification des aspects culturels et historiques les plus intéressants pour des fins de mise en valeur et d'interprétation.
- Exploitation des potentiels liés à la grande diversité des composantes naturelles, culturelles et des phénomènes saisonniers du Québec dans la création de produits.

Les aires protégées demeurent peu développées dans la partie méridionale, la forêt boréale et les milieux marins du Québec et peu de mécanismes permettent de protéger les rivières et corridors naturels qui les entourent. Mais le Québec a fait un important gain en juillet 2002 avec l'ajout de 11 territoires mis en réserve sur la Côte-Nord et de 6 projets de parcs nationaux dans le Nord-du-Québec. L'ajout de ces territoires fait passer de 2,91 % à 4,85 % la proportion protégée du territoire québécois. L'objectif du Gouvernement québécois est de passer à 8 % d'ici 2005, afin de rejoindre la moyenne nationale de nombreux autres territoires. Cet objectif implique l'ajout d'environ 53 000 Km² d'aires protégées et doit se réaliser dans un contexte à la fois:

- facilitant, puisque le territoire public québécois est à 92 % propriété de l'État, et
- contraignant, puisque le territoire est grevé de droits divers d'exploitation ou d'utilisation (faune, foresterie, droits miniers, projets hydro-électriques, baux de villégiature, etc.).

Enjeux et défis

- Protection d'échantillons représentatifs de l'ensemble de la biodiversité du Québec et diversification des types d'aires protégées.
- Accroissement des aires protégées - en nombre et en superficie - du côté de la forêt boréale, du Québec méridional¹, des milieux marins et des rivières.
- Partenariat entre intervenants de l'écotourisme et organisations environnementales.
- Implication du secteur de l'écotourisme dans les efforts de préservation. Ce secteur ne peut se limiter à jouer le rôle d'utilisateur d'aires protégées mais doit aussi s'impliquer dans les efforts de protection et de création d'aires protégées.
- Recours à l'écotourisme en tant qu'outil d'éducation auprès des Québécois afin de supporter la vision de la stratégie québécoise sur la biodiversité (« ... les Québécois doivent s'imprégner davantage d'une culture écologique et évoluer en plus grande harmonie avec la nature »).

¹ IL S'AGIT DU TERRITOIRE LE PLUS FACILE D'ACCÈS POUR LA GRANDE MAJORITÉ DES QUÉBÉCOIS ET DES TOURISTES DE NATURE ET ÉCOTOURISTES ET LE PLUS TOUCHÉ PAR LES PRESSIONS AU DÉVELOPPEMENT (MOINS DE 1% DE PROTECTION).

Les parcs nationaux figurent parmi les aires protégées les plus prisées par les touristes de nature et les écotouristes. Le Québec dispose de 2 réseaux, l'un relevant de Parcs Canada et l'autre de la Sépaq et de la Société de la faune et des parcs du Québec. Ces 2 réseaux comptent 24 parcs nationaux auxquels s'ajoute le Parc marin Saguenay—Saint-Laurent (PMSSL), qui représente la seule aire marine nationale de conservation au Québec. Ces 25 aires représentent une superficie totale² de 7.400 Km².

D'autres types d'aires protégées servent actuellement — ou pourraient servir — de base à des produits d'écotourisme: réserves écologiques (64) ; réserves nationales de faune (8) ; refuges d'oiseaux migrateurs (26) ; refuges fauniques (5) ; sites protégés par la Fondation de la faune et d'autres organismes privés ; «écosystèmes forestiers exceptionnels (EFE)», répertoriés par le MRN (quelques centaines, correspondant notamment à des forêts rares, des forêts anciennes non modifiées par l'Homme).

Bien qu'il s'agisse dans la majorité des cas de très petits territoires, ces derniers offrent de bons potentiels pour des fins d'écotourisme ; caractère exceptionnel dans bien des cas ; bonnes possibilités d'observation de la nature et excellents potentiels d'interprétation. Quelques-unes de ces aires bénéficient aussi d'une reconnaissance internationale (ex. Cap Tourmente ; site Ramsar / Miguasha ; site du patrimoine mondial), ce qui peut s'avérer un avantage au plan marketing.

Des facteurs comme la facilité d'accès, la proximité des marchés, la concentration de la demande lors de certaines périodes (été, fins de semaine) et la popularité de certaines activités peuvent créer des pressions importantes sur les aires protégées. À titre d'exemple, le PMSSL – un pôle majeur pour les activités d'observation des baleines – a dû mettre en place, en raison de la pression causée par la popularité de cette activité, une réglementation encadrant les activités d'observation en mer qui y sont offertes et limitant le nombre de permis destinés aux croisières d'observation.

Enjeux et défis :

- Nécessité de fixer des seuils à ne pas dépasser au plan de l'achalandage et des limitations sur les activités pouvant s'y dérouler, afin d'assurer la protection des sites et, par extension, la qualité des expériences d'écotourisme qui peuvent s'y dérouler.
- Développement des connaissances, aménagement intégré et préservation de la valeur et de l'intégrité des territoires à fort potentiel de développement.
- Adhésion aux pratiques de conservation et d'éducation de l'écotourisme de la part des entreprises voulant opérer dans une aire protégée.
- Participation du secteur de l'écotourisme aux efforts de protection du patrimoine naturel ; développement des connaissances, adoption de mesures de suivi et d'évaluation (mesures des impacts, monitoring, indicateurs).

² LES SIX PROJETS DE PARCS NATIONAUX DANS LE NORD-DU-QUÉBEC REPRÉSENTENT UN AJOUT DE PLUS DE 19 000 KM² À CETTE CATÉGORIE D'AIRES PROTÉGÉES.

Le Québec compte de nombreux **territoires non désignés comme aires naturelles protégées** (selon les catégories de l'UICN). Plusieurs de ceux-ci offrent ou peuvent offrir de bonnes possibilités pour des activités d'écotourisme : potentiels d'observation de la faune, mise en application de principes de développement durable, vaste réseau d'hébergement en forêt, proximité de parcs nationaux. En contrepartie, ces territoires sont soumis aux aléas d'autres types d'exploitation et sont plus susceptibles d'être exposés aux conflits d'usage (chasse, plein air motorisé, foresterie, mines, villégiature («privée»)) et ne peuvent garantir la constance, ni la pérennité de leurs attributs naturels. Il s'agit notamment de territoires localisés dans le Québec méridional, comme :

- les réserves fauniques (66.925 Km²);
- les territoires des pourvoies à droits exclusifs et ceux des zecs (72 000 km²);
- les forêts modèles et forêts habitées (4 200 Km²);
- les centres éducatifs forestiers ;
- les parcs régionaux d'importance ;
- les terrains sous baux ou vendus par le MRN pour des fins de projets récréotouristiques.

De leur côté, les **réserves mondiales de la biosphère** (Charlevoix, Lac Saint-Pierre et Mont Saint-Hilaire) correspondent à un amalgame de territoires officiellement protégés et d'autres où les activités humaines et économiques y sont permises et où les concepts du développement durable doivent être mis en application. Ces territoires reconnus au plan international présentent de bons potentiels pour l'écotourisme autant en raison de leur environnement que du fait qu'ils constituent des laboratoires de développement durable.

Le profil des **territoires utilisés par les producteurs** de tourisme de nature et d'écotourisme demeure peu documenté. Une étude de 1997 concluait au caractère «ordinaire» de lieux utilisés par les producteurs. Un profil partiel, mais plus récent, démontre que certains sites naturels de qualité et «points chauds» - comme le Fleuve Saint-Laurent et le PMSSL, les parcs nationaux ainsi que certaines réserves fauniques et rivières – sont utilisés par les producteurs. Plusieurs sites ne sont pas exclusifs à l'écotourisme. Les milieux naturels sont généralement partagés entre des expériences servant des clientèles aux aspirations souvent très différentes. Conséquemment, des **conflits d'usage** surgissent lors de la présence sur un même territoire d'activités touristiques incompatibles : appréciation et observation de la nature VS prélèvement faunique (chasse et la pêche) ou plein air motorisé axé sur la performance et la vitesse (motoneige³, quad).

³ LE RECOURS À LA MOTONEIGE COMME MOYEN DE TRANSPORT DANS LE CADRE DE PRODUITS D'ÉCOTOURISME DEMEURE PROBLÉMATIQUE, SURTOUT EN RAISON DU CARACTÈRE POLLUANT ET BRUYANT DE CE MODE DE TRANSPORT. L'IMPLANTATION GRADUELLE DES MOTEURS 4-TEMPS – MOINS POLLUANTS ET MOINS BRUYANTS - LAISSE PRÉSAGER D'AUTRES PERSPECTIVES POUR LE RECOURS À CE MOYEN DE TRANSPORT, QUI DEMEURE DE LOIN LE PLUS PRATIQUE POUR ACCÉDER AUX ESPACES NATURELS QUÉBÉCOIS ÉLOIGNÉS DURANT LA SAISON HIVERNALE.

Enjeux et défis

- Accroissement des partenariats public / privés dans les domaines de l'aménagement et de l'accessibilité aux territoires, de la protection de milieux naturels et du développement de produits.
- Identification et implantation de mécanisme d'harmonisation des usages sur les terres publiques – limitation des conflits d'usages.
- Reconnaissance de la dualité et de la complémentarité entre « tourisme de nature » durable et « écotourisme » : caractère durable des environnements naturels utilisés et qualité des expériences d'écotourisme offertes qui dépendent des bonnes pratiques et d'une vision tenant compte de toutes les activités de tourisme se déroulant en milieu naturel.

SENTIERS ET CORRIDORS D'ACCÈS À LA NATURE

Les corridors d'accès à la nature ou reliant différents sites naturels, tels que sentiers pédestres, voies cyclables, parcours canotables ou sentiers de ski de fond et de raquette en milieu naturel, jouent ou sont appelés à jouer un rôle majeur dans l'offre de produits d'écotourisme. Le Québec peut aussi compter sur le développement de grands réseaux de sentiers — comme le Sentier national, le Sentier international des Appalaches, le Sentier transcanadien et la Route verte — pouvant être intégrés à des circuits de découverte ou à des produits mixant aventure, cyclotourisme et écotourisme.

Enjeux et défis

- Développement et contrôle des réseaux d'accès appropriés aux expériences d'écotourisme (sentiers, cours d'eau navigables, vélo, etc.).
- Protection des territoires récréotouristiques déjà utilisés sur les terres publiques et création de liens entre produits d'écotourisme et grands réseaux de sentiers.

OFFRE ÉCOTOURISTIQUE DU QUÉBEC

Les produits de tourisme de nature et d'écotourisme offerts au Québec dépendent d'une multitude d'intervenants jouant des rôles variés. Aux **1 040 intervenants / établissements** impliqués plus directement dans l'offre de produits de tourisme de nature et d'écotourisme s'ajoutent de nombreux autres impliqués dans des services complémentaires : hébergement, transport, restauration, forfaitisation. On ne dispose pas d'étude sur l'importance économique réelle du tourisme de nature, ni de l'écotourisme. L'offre permet de soutenir des activités variées s'adressant autant à ces clientèles désirant effectuer des visites individuelles autoguidées qu'à celles voulant participer à des sorties guidées en petits groupes avec ou sans hébergement. Du côté des producteurs on retrouve principalement de jeunes et petites entreprises saisonnières qui offrent des excursions de courte durée. Ceux-ci sont segmentés entre les « producteurs spécialisés » (10 %), qui se consacrent exclusivement à l'offre de produits d'écotourisme, et les « producteurs mixtes » (67 %), qui offrent au moins une activité d'écotourisme parmi d'autres activités d'aventure ou de plein air.

Intervenant / rôle dans l'offre de produits	Gestion de territoires	Offre directe de produits et d'activités	Forfaitisation
MRN (territoires publics, EVE)	X		
SÉPAQ / FAPAQ (parcs nationaux)	X	X	
Parcs Canada (parcs nationaux AMNC)	X	X	
SÉPAQ (réserves fauniques, centres récréotouristique)	X	X	X
MENV (réserves écologiques)	X	X	
Service canadien de la faune SCF – (RNF, ROM)	X	X	
Autres gestionnaires de territoires ⁴	X	X	X
Producteurs, croisiéristes, entreprises autochtones, autres		X	X
Pourvoiries, gestionnaires de zecs	X	X	X
Tour opérateurs étrangers et réceptifs		X	X

La forte proportion de « producteurs mixtes » génère une offre dominée par les éco-aventures, soit un jumelage d'activités d'aventure douce et d'observation / interprétation de la nature/culture d'un milieu donné. Plus de 75 % de ces producteurs se proposent de développer davantage de produits d'écotourisme. Les caractéristiques de l'offre des producteurs se résument ainsi :

- forte popularité de l'interprétation de la faune et de la flore, de l'observation (oiseaux et mammifères marins) et des croisières d'observation pendant la saison estivale;
- courte durée des activités offertes;
- importance de la randonnée pédestre, des croisières-excursions, du kayak de mer / canot et du traîneau à chiens comme moyens de déplacement;

Quelques pourvoiries offrent des produits à caractère écotouristique basés sur la qualité de leurs environnements naturels, les diverses possibilités d'observation des ressources naturelles et leur potentiel d'exploitation hors des saisons traditionnelles de chasse et pêche. Selon les données de la FPQ, 130 pourvoiries offrent l'observation de la faune.

L'offre dépend aussi de quelques tour opérateurs / voyagistes spécialisés localisés à l'extérieur du Québec et offrant des produits axés sur les croisières d'observation et de découverte du Saint-Laurent, l'observation de la nature, des oiseaux, des baleines et des blanchons et les visites de parcs nationaux.

⁴ PARMIS LES AUTRES GESTIONNAIRES DE TERRITOIRES NATURELS ON RETROUVE : PÊCHES ET OCÉANS, LA COMMISSION DE LA CAPITALE NATIONALE DU CANADA, LA FONDATION DE LA FAUNE DU QUÉBEC, CANARDS ILLIMITÉS, LES POURVOIRIES À DROITS EXCLUSIFS, LES ZECs, DES PROPRIÉTAIRES PRIVÉS — NOTAMMENT LES 18 MEMBRES DU REGROUPEMENT DES ORGANISMES PROPRIÉTAIRES DE MILIEUX NATURELS PROTÉGÉS DU QUÉBEC (RMN) — AINSI QUE LES GESTIONNAIRES DES RÉSERVES DE LA BIOSPHERE DE CHARLEVOIX, DU LAC SAINT-PIERRE ET DU MONT-SAINT-HILAIRE, DE PARCS RÉGIONAUX, DE CENTRES ÉCOLOGIQUES DIVERS, DE FORÊTS MODÈLES, DES FORÊTS HABITÉES ET DE TERRITOIRES SOUS BAUX OU VENDUS PAR LE MRN.

Certains d'entre eux travaillent en collaboration avec des producteurs et des guides du Québec tandis que d'autres gèrent l'ensemble des prestations et utilisent leurs propres guides – accompagnateurs.

De nombreux produits d'écotourisme dépendent des réelles possibilités d'observer certaines espèces animales ou certains phénomènes naturels, soit de facteurs naturels impondérables et incontrôlables. Il s'agit de produits difficiles à garantir et à promouvoir, d'année en année, selon un calendrier fixe.

Globalement, les **expériences hivernales** d'écotourisme apparaissent comme peu répandues malgré de bons potentiels.

La **composante culturelle** des produits d'écotourisme :

- prend de plus en plus de place parmi les parcs nationaux à travers diverses thématiques historiques et patrimoniales et contenus d'interprétation;
- est omniprésente dans le cas des entreprises autochtones (traditions, artisanat) et surpasse même l'importance accordée aux milieux naturels utilisés;
- apparaît comme sous-évaluée en tant que composante de l'écotourisme et demeure moyennement répandue auprès des producteurs, où on retrouve diverses imitations de produits autochtones (tee-pee);
- peut s'exprimer par des événements (ex. Les Fêtes du Québec Maritime, dont la thématique principale est «Un hommage à la mer»);
- peut se réaliser dans des villages situés à proximité de milieux naturels, ce qui pourrait inclure «les plus beaux villages du Québec» en tant qu'étape d'un circuit d'écotourisme et lieu de services (hébergement et restauration).

Parmi les faiblesses au plan culturel, on remarque la perte d'expertise liée à certaines activités traditionnelles, la dégradation de plusieurs sites culturels ou archéologique et leur manque de protection et mise en valeur.

Enjeux et défis :

- Diversification des produits, raffinement de la composante culturelle liée aux milieux naturels visités et développement de l'écotourisme hivernal et automnal.
- Mise en valeur de la diversité culturelle québécoise, notamment l'identité culturelle autochtone dans une approche misant sur l'authenticité.
- Recours à des programmes d'activités de rechange et / ou des contenus d'interprétation misant sur la diversité des composantes naturelles / culturelles à observer dans le cas des produits dépendant de facteurs naturels impondérables et incontrôlables.
- Adoption d'approches de « marketing responsable » en créant des attentes réalistes auprès des clients (ex. réels potentiels d'observation de la faune) et en fournissant des renseignements justes et véridiques sur les expériences offertes.

Bien que de nombreux milieux naturels propices à l'écotourisme soient facilement accessibles dans le Québec méridional, l'accès aux régions, notamment par avion, demeure contraignant (coût, temps, déplacement hivernaux).

Finalement le profil de l'offre en produits peut être complété au plan des faiblesses par la qualité inégale des produits parmi le réseau de producteurs, la méconnaissance des cultures autochtones et des échanges interculturels et le sous-développement des produits intégrés.

MISE EN PRATIQUE DE L'ÉCOTOURISME

Les **activités d'éducation et de sensibilisation auprès des clientèles** s'intègrent à différents moments du séjour d'un touriste et visent à encourager des comportements responsables avant le départ ou dès l'arrivée à destination. Les pratiques des entreprises privées dans ce domaine demeurent peu ou pas documentées. Selon l'analyse des sites Web des producteurs spécialisés, il s'agirait d'une forme de communication sous-exploitée. À l'opposé, les producteurs à but non-lucratif et ayant une mission de conservation ou scientifique ont, dans la plupart des cas, instauré des codes de conduites pour leurs clientèles. Parmi les initiatives dignes de mention dans ce domaine on retrouve :

- le code de bonne conduite de l'écotouriste proposé par Tourisme Québec;
- les outils d'information des gestionnaires de parcs nationaux ou autres sites naturels visant à sensibiliser les touristes de la réglementation en vigueur (ex. nouvelle réglementation sur l'observation en mer);
- le document la «Politique sur les parcs et les activités et services» stipulant que «l'éducation doit sensibiliser les visiteurs aux pratiques leur permettant de contribuer à la conservation des parcs québécois»;
- le site Web « Baleines en direct »;
- le guide «La découverte de la faune et des habitats en pourvoirie» pouvant être utilisé sur une base individuelle directement par les clientèles ou être mis à profit par les pourvoyeurs dans leurs activités de sensibilisation des clientèles;
- le « projet de norme de qualité du Bureau de la normalisation du Québec (BNQ) sur les produits d'écotourisme » prévoyant des actions précises en matière de sensibilisation et d'éducation des clientèles, ce qui devrait contribuer à répandre ce type de pratique parmi les entreprises.

Les **activités de sensibilisation du milieu hôte** semblent, à partir des informations disponibles, encore très peu développé chez les producteurs. Par contre, cette responsabilité semble être assumée par certains intervenants ayant à gérer des territoires qui réalisent, dans certains cas, des activités de sensibilisation à la protection de l'environnement auprès de la population locale. Le PMSSL dispose d'un « comité de coordination du PMSSL » formé de représentants variés du milieu. De son côté, la Sépaq a mis en place des tables d'harmonisation dans chacun des parcs.

Dans le contexte de l'écotourisme, les **activités d'éducation portant sur les milieux visités** prennent dans la majorité des cas la forme d'activités d'interprétation. Celles-ci favorisent l'apprentissage, aident les clients à développer une meilleure compréhension des milieux visités, font la promotion de comportements appropriés et servent aussi à enrichir l'expérience offerte au client. Les activités d'interprétation prennent des formes multiples et peuvent s'appuyer sur des moyens de communication simples ou élaborés. Les activités d'éducation et d'interprétation sont :

- présentes dans les parcs nationaux, compte tenu de leur mission éducative, et leurs gestionnaires ont développé une expertise reconnue dans ce domaine;
- répandues dans la plupart des réserves fauniques (ex. activités d'interprétation et d'observation de l'original dans la réserve faunique de Matane);
- relativement répandues parmi les producteurs sous la forme d'activités d'observation du milieu naturel, d'aventures et de plein air jumelées à de l'interprétation;
- offertes par certaines pourvoies sous la forme de produits plus spécialisés portant sur les oiseaux de proie, les rivages et marais, la faune aquatique et les mammifères.

Peu d'information est disponible sur la nature, la portée, et la qualité des activités d'interprétation offertes dans les pourvoies ou par les producteurs du secteur. *The International Ecotourism Society (TIES)* considère que l'interprétation constitue au plan de la qualité le maillon faible des activités d'écotourisme offertes par les entreprises d'écotourisme dans le monde. Le « projet de norme de qualité sur les produits d'écotourisme » apporte une grande attention à la rigueur des plans d'interprétation et devrait concourir à améliorer l'offre dans ce domaine.

Dans le contexte québécois, les **avantages économiques pour les communautés hôtes** du tourisme de nature et de l'écotourisme s'appuient sur :

- le fait qu'une majorité de producteurs sont en fait des entrepreneurs locaux ayant leurs racines dans les diverses régions du Québec, y concentrent leurs activités et contribuent à l'économie locale;
- les retombées économiques des pourvoies et de leurs clientèles réalisant des séjours de tourisme de nature dans les différentes régions;
- les retombées économiques liés aux dépenses des touristes, aux investissements, aux emplois et aux achats locaux générés par les parcs nationaux, réserves fauniques et autres milieux naturels.

Les **pratiques environnementales des entreprises** demeurent relativement limitées et consistent à récupérer ou ramener ses déchets et à ne pas piétiner ou faire de prélèvement de plantes ou fruits lors de leurs activités en milieu naturel. Aucune information ne nous permet d'évaluer les pratiques environnementales des entreprises. Plusieurs initiatives visent à outiller les entreprises dans ce domaine :

- programme qualité de Tourisme Québec (norme tourisme de nature et d'aventure, norme pourvoies, etc.) prévoyant l'adoption de pratiques environnementales et incluant une norme spécifique aux produits d'écotourisme;
- code d'éthique environnementale « Leave No Trace » de Aventure Écotourisme Québec;
- code de tourisme en milieu autochtone incluant un volet environnemental (STAQ);
- guide des bonnes pratiques « La découverte de la faune et des habitats des pourvoies » de la FPQ.

Les pratiques durables demeurent peu implantées parmi les services d'hébergement, de restauration et de transport et rendent difficiles la création de forfaits dont toutes les composantes seraient conformes aux valeurs de l'écotourisme. Les **contributions de la part des entreprises à la préservation de l'environnement** prennent des formes diverses :

- implication des associations comme la FPQ dans certaines actions de la stratégie québécoise de la biodiversité et comme Aventure Écotourisme Québec dans la Fondation pour la préservation des rivières du Québec;
- rôle dans la gestion et l'aménagement de la faune de la part des pourvoies à droits exclusifs;
- vocation première de diverses organisations sans but lucratif OSBL ayant pour mission la conservation de l'environnement et / ou la recherche à laquelle s'est juxtaposée une vocation d'écotourisme;
- collaboration et implication à diverses démarches de cueillette d'information, de sensibilisation ou de surveillance portant sur l'environnement, l'écologie ou la faune de la part des OSBL et des entreprises privées (ex. Réseau ObservAction de la Biosphère, Réseau d'observation des mammifères marins du Bas-Saint-Laurent, Attention Fragiles)

Enjeux et défis :

- Adoption généralisée de la part des intervenants du secteur d'approches de développement et de gestion maximisant les retombées locales.
- Approches privilégiant l'implication et la responsabilisation des milieux hôtes dans le développement de l'écotourisme.
- Évaluation des programmes actuels d'interprétation offerts par les entreprises (ampleur, qualité, véracité de l'information).
- Implantation de la norme de certification des produits en tant qu'outil de gestion de la qualité et de support à une offre écotouristique authentique et de calibre international.
- Défi de la création de forfaits jumelant des prestations d'écotourisme de qualité et un ensemble d'entreprises de services ayant des pratiques de tourisme durable.

DEMANDE POUR LES PRODUITS D'ÉCOTOURISME

Plusieurs des études antérieures ont utilisé des définitions de l'écotourisme différentes et dans bien des cas les écotouristes sont confondus parmi le grand segment des touristes de nature. Ces études estimaient que le marché était composé d'un très grand nombre d'écotouristes (15 à 20 % du marché). D'autres études ont aussi permis d'établir qu'il existait différents types d'écotouristes. Les plus récentes études du marché sur les écotouristes (2001-2002) de l'OMT, qui demeurent des profils préliminaires, ont l'avantage de fournir des données récentes et basées sur une définition commune de l'écotourisme pour les principaux pays émetteurs que sont : les États-Unis, le Canada, la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Italie et l'Espagne. Plusieurs de ces marchés sont déjà ciblés par Tourisme Québec et des entreprises du secteur. Les principales caractéristiques des marchés peuvent être résumées ainsi :

- les écotouristes expérimentés effectuant des voyages où l'écotourisme est le principal but de voyage représentent une niche de marché (moins de 5% du marché mondial), mais serait en croissance;
- la plus grande partie de la demande est composée :
 1. d'écotouristes occasionnels : un segment consommant des activités comme l'appréciation de la nature, la visites de parcs nationaux, l'observation de la faune et / ou de la flore dans le cadre d'un voyage, qui dans la majeure partie des cas, n'a pas pour principal but l'écotourisme ou le tourisme de nature;
 2. d'écotouristes potentiels / touristes de nature «à convertir aux valeurs de l'écotourisme» : soit les clients susceptibles de s'intéresser à l'écotourisme compte tenu de leur intérêt pour des voyages axés sur la nature.

L'écotouriste expérimenté correspond à une personne (surtout du sexe féminin) dans la quarantaine ou cinquantaine; gestionnaire ou professionnelle; très scolarisée; voyageur expérimenté et utilisant Internet dans la planification de ses voyages; se déplaçant en couple ou seule; affiliée à des groupes écologiques ou naturalistes; lisant des magazines spécialisés liés à la nature et accordant de l'importance aux aires protégées comme les parcs nationaux; aux composantes culturelles, aux potentiels d'observation de la faune, à la variété des activités à pratiquer, à la qualité des contenus d'interprétation et des guides.

Se référer à la section 3 du rapport principal pour les caractéristiques des principaux marchés géographiques.

Bien que le facteur déterminant dans le choix d'un produit soit encore la qualité de l'environnement naturel à visiter et non les pratiques environnementales des entreprises, les clientèles sont de plus en plus réceptives au système de référence comme la **certification des entreprises ou produits**. Ces clientèles sont de plus en plus conscientisées à la protection de l'environnement; prêtes dans de bonnes proportions à payer plus chers pour un produit respectueux de l'environnement et de plus en plus exposées aux campagnes d'information visant à encourager des comportements responsables de leur part.

Le **réseau de distribution** des voyages a connu des transformations profondes au cours des dernières années (fusions et acquisitions, utilisation de l'Internet de la part des voyageurs) et semble se diriger vers deux principaux types d'intervenants : les gros joueurs intégrés et les spécialistes. C'est ce dernier type de tour opérateur (TO) qui est le plus actif dans l'organisation et la vente de voyages de tourisme de nature et d'écotourisme. Certains de ces TO vont travailler en collaboration avec des producteurs québécois ou avec des réceptifs spécialisés du Québec; plusieurs de ces réceptifs spécialisés sont apparus au cours des dernières années.

De nombreux organismes renommés en conservation (Société Audubon, Sierra Club, ...) ont pris le virage de l'écotourisme. Et plusieurs de ces derniers ont même mis en place leur propre service de voyages ou pris des arrangements avec une agence, afin d'offrir à leurs membres des voyages éducatifs et respectueux de l'environnement. Le réseau régulier des grossistes et agences demeure impliqué compte tenu de l'intégration d'activités de découverte de la nature à des circuits touristiques traditionnels.

On connaît mal le **marché des écotouristes québécois** mais certaines données comme leur participation à des activités d'observation de la faune laissent présager l'existence d'un marché domestique potentiel non négligeable pour des activités d'appréciation de la nature et, par extension, pour des produits d'écotourisme.

Certaines données d'achalandage sur l'observation des baleines, les visites dans les parcs nationaux effectués par des touristes et sur les clientèles des producteurs de tourisme de nature, d'aventure et d'écotourisme démontrent l'importance des marchés internationaux pour ces produits au Québec.

Au plan des **tendances** de marchés, plusieurs de celles-ci se présentent comme des opportunités de développement pour l'écotourisme au Québec :

- croissance prévue du tourisme à l'échelle planétaire; des voyages long-courriers et des voyages à forfait ; du nombre de retraités voulant voyager en dehors des périodes de pointe; du marché du tourisme d'apprentissage et importance stratégique des baby-boomers (nombre, pouvoir d'achat, intérêt pour la nature et l'environnement);
- croissance du segment des voyageurs individuels (FIT); de la demande pour des expériences de nature / aventure / écotourisme ; de l'écotourisme en tant que petit créneau de marché spécialisé;
- croissance prévisible de la demande pour certains produits pouvant être exploités avec succès au Québec : croisières de découverte de la nature avec des embarcations de petites et moyennes capacités; secteur de l'observation des baleines; expériences jumelant nature et culture autochtone;
- vieillissement des clientèles pouvant se traduire par une croissance des segments plus intéressés par l'appréciation et l'observation de la nature — l'écotourisme — que par l'aventure;

- existence de plusieurs marchés de proximité demeurant encore largement sous-exploités par les producteurs (Ontario, états américains limitrophes);
- possibilité de capitaliser sur la réputation internationale bien établie du Canada en tant que destination nature et destination « sécuritaire »;
- contexte de sur- affluence des parcs nationaux américains pouvant se traduire par un intérêt de la part des Américains pour les parcs nationaux du Québec.

Enjeux et défis :

- Efforts devant à la fois viser avec une offre adaptée les « écotouristes convaincus » à la recherche d'expériences authentiques, de qualité, certifiés et spécialisés et les « écotouristes potentiels » à convaincre (touristes de nature) et à sensibiliser à certaines valeurs de l'écotourisme
- Évaluation des potentiels liés au positionnement du Québec comme « nouvelle destination d'écotourisme » auprès d'un marché à la recherche de nouveautés.
- Définition d'approches de mise en marché et de promotion adaptées aux réalités d'intervenants variés, à de nombreux types de clientèles et à la nécessité de promouvoir des comportements responsables auprès des clientèles.
- Défi de positionner l'écotourisme à l'échelle d'une destination - ensemble du Québec ou d'une région touristique – dans un contexte où il faut à la fois positionner d'autres produits pouvant être incompatibles.
- Amélioration des connaissances sur les TO internationaux spécialisés vendant ou susceptibles de vendre les produits du Québec et identification des approches visant à les sensibiliser aux valeurs et aux potentiels de développement de l'écotourisme au Québec.
- Développement et intégration de portions d'écotourisme à des produits plus traditionnels (circuits, séjour de villégiature) pour satisfaire un marché majoritairement composé de touristes jumelant l'écotourisme à d'autres motifs de voyage.
- Adaptation de l'offre à une clientèle qui vieillit, qui recherche des expériences de qualité, qui peut avoir des besoins très spécialisés et qui voyage de plus en plus sur une base individuelle.

CONTEXTE CONCURRENTIEL

Les produits de tourisme de nature et d'écotourisme québécois sont soumis à une forte concurrence internationale et à l'offre de pays bien positionnés par leur exotisme. Les destinations les plus vendues auprès des écotouristes des pays développés correspondent à des pays de l'Afrique, de l'Asie et de l'Amérique Latine. Outre la concurrence provenant des pays en développement, plusieurs destinations européennes constituent aussi des concurrents de taille pour le Québec et peuvent compter sur des composantes culturelles et patrimoniales distinctes et bien développées liées à des milieux naturels, comme par exemple les pays nordiques.

Pour le produit de l'observation des baleines – un produit où le Québec est bien présent –, le nombre de destinations offrant ce type d'expérience n'a cessé de croître (1991 à 1998 : 31 à 87 destinations). Quelques états de la Nouvelle-Angleterre constituent des concurrents sérieux dans ce dernier marché.

Au plan des destinations de l'Amérique du Nord ou de pays nordiques proposées aux membres d'organismes de conservation ou par des sites Web spécialisés en écotourisme, les analyses révèlent :

- que le Québec n'est pas du tout positionné auprès de ces marchés spécialisés;
- que la concurrence vient principalement de pôles bien établis et de produits misant sur des parcs nationaux;
- que l'offre de pays nordiques est très variée : Alaska, Sibérie, Laponie, Islande, Sibérie, Kamtchatka.

Pour le grand marché du tourisme de nature, les États-Unis peuvent notamment compter sur leur réseau reconnu de parcs nationaux. De leur côté, plusieurs juridictions canadiennes rejoignent ou excèdent une superficie d'au moins 8,5 % en aires protégées. L'Ontario a fait des progrès immenses à ce chapitre au cours des dernières années sous l'impulsion du programme « Le Patrimoine vital de l'Ontario ». La Colombie-Britannique, le Manitoba, l'Île-du-Prince-Édouard et la Saskatchewan s'intéresseraient particulièrement à l'écotourisme.

Les concurrents les plus sérieux ont certaines similarités avec le Québec (localisation, climat, milieux naturels, proximité par rapport à certains marchés traditionnels du Québec, types de produits) comme les divers territoires du nord de l'Amérique et les environnements nordiques. D'autre part, les régions du Québec en raison de leur offre seront davantage concernées par certains concurrents et moins par d'autres (ex. le Québec maritime est davantage en concurrence avec des destinations misant sur le littoral; le Nord-du-Québec avec des destinations nordiques).

Enjeux et défis :

- Défi du développement de produits d'écotourisme certifiés, de calibre international et concurrentiels jumelant milieux naturels exceptionnels, activités bien structurées d'apprentissage et d'interprétation et séjours intégrant plusieurs activités.
- Évaluation des potentiels de forfaitisation pour le secteur de l'écotourisme basée sur le recours au réseau existant d'hébergement en forêt ou aux services de tourisme rural et d'agrotourisme, à l'intégration de centres d'interprétation axés sur la nature / culture d'une région, le jumelage de prestations d'écotourisme et d'activités de randonnée diverses et la création d'itinéraires thématiques et de circuits interprovinciaux.
- Évaluation des moyens permettant aux produits d'écotourisme québécois d'être identifiés sur les sites Web majeurs de référence ou sites Web commerciaux de d'écotourisme et ceux des organismes de conservation.

NIVEAU D'ORGANISATION DU SECTEUR

Le développement du secteur dépend et bénéficie de l'implication d'une **grande variété d'intervenants** et peut compter sur une série d'organismes bien structurés et dynamiques.

Prière de se référer au rapport principal pour une liste plus détaillée des organisations. Quelques unes sont ici citées à titre indicatif.

- regroupements d'intervenants : Aventure Écotourisme Québec, Association des croisières - excursions du Québec (ACEQ); la FPQ, la STAQ, et fédérations de plein air;
 - implication et expertise des organisations de conservation dans des dossiers comme les aires protégées : Union québécoise pour la conservation de la nature – UQCN, Fonds mondial pour la nature - WWF - bureau du Québec;
 - implication et expertise d'organismes dans la préservation et la mise en valeur du Saint-Laurent : Saint-Laurent Vision 2000 et ZIP (« zones d'intervention prioritaires »);
 - conseils régionaux de l'environnement (CRÉ) qui contribuent au développement d'une vision régionale de l'environnement et du développement durable;
 - organismes dans les domaines de l'expertise et de la formation :
1. organisations spécialisées (ex. Association québécoise d'interprétation du patrimoine – AQUIP, Association québécoise pour la promotion de l'éducation relative à l'environnement - AQPERE),
 2. institutions collégiales et universitaires offrant des cours spécifiques en écotourisme, tourisme, environnement, écologie ou autre discipline
 3. divers groupes de recherche universitaires impliqués en tourisme, environnement et développement durable,
 4. regroupements d'intervenants et organismes de conservation, fédérations de plein air identifiés précédemment;

Le **cadre législatif et réglementaire** ayant une incidence sur l'écotourisme est relativement complexe. Certains aspects des lois et règlements concernent directement les entreprises tandis que d'autres ont trait à l'environnement, à la faune ainsi qu'aux territoires et espaces naturels. Paradoxalement, les producteurs d'aventure, d'écotourisme et de plein air n'ont pas besoin de permis spécifique, mais doivent dans certains cas satisfaire à des exigences mal adaptées à leur réalité, notamment dans les domaines de la vente de forfaits et du transport.

Au plan du **développement des ressources humaines** le Québec peut compter globalement sur une main-d'œuvre compétente, mais leur recrutement en région demeure problématique. Plusieurs institutions de formation à travers le Québec sont intéressées par le tourisme de nature et l'écotourisme et peuvent contribuer au développement des compétences particulières requises par l'écotourisme (écologie, interprétation, gestion durable, etc.).

Les **efforts actuels de planification** ont trait à divers outils de référence ayant une incidence sur l'écotourisme. Il s'agit en particulier de la stratégie québécoise des aires protégées, la stratégie québécoise sur la biodiversité, la stratégie de marketing touristique 2000-2005 du Québec; les plans régionaux de développement du territoire public (PRDTP) du MRN (choix d'utilisation du territoire public à privilégier et / ou convenus régionalement), les processus de plan de développement régional associé aux ressources fauniques (PDRRF) des régions du Québec de la Société de la faune des parcs du Québec; les plans des conseils régionaux de l'environnement (CRÉ) et ententes de développement entre les régions et le gouvernement (support à l'émergence de projets liant tourisme et environnement) et les stratégies de marketing des ATR. Ce secteur dominé par les petites entreprises artisanales caractérisé par un taux de roulement de l'offre important rend souvent difficile l'accès au financement. L'organisation des producteurs à l'échelle régionale demeure peu ou pas structurée.

Les **efforts actuels de promotion** des produits d'écotourisme en sont à leurs premiers balbutiements. Toutefois des outils promotionnels totalement ou partiellement dédiés à l'écotourisme sont récemment apparus. Globalement l'utilisation explicite du terme écotourisme demeure encore peu répandue sur une base individuelle de la part des entreprises, mais une proportion importante d'entreprises souhaiteraient développer une offre écotouristique ou considèrent offrir des produits d'écotourisme. Finalement, le Québec comme destination est peu présent et les producteurs ayant leur siège social au Québec sont totalement absents des sites Web de référence majeurs (*i-Explore, Specialty Travel Index, Gorp, Green-Travel*). Les efforts de marketing s'avèrent complexes compte tenu du caractère hétérogène du marché.

Enjeux et défis

- Bon niveau d'organisation du secteur sur lequel le Québec peut capitaliser.
- Positionnement des produits d'écotourisme québécois sur les sites Web majeurs de référence.
- Consolidation du réseau des producteurs professionnels ainsi que d'Aventure Écotourisme Québec.
- Amélioration de « l'image d'affaires » du secteur
- Identification des besoins de formation et développement d'une offre de formation adaptée.
- Accès à une main-d'œuvre compétente et à de la formation et du perfectionnement en région.
- Amélioration de l'accès, notamment l'accès aérien, aux régions éloignées et aux sites isolés.
- Soutien au développement des produits (ex. coût souvent élevé en repérage sur le terrain lors de la création de produits).
- Développement d'une meilleure connaissance des marchés.
- Support et mise en marché distinctive des produits d'écotourisme certifiés par le Programme Qualité.