

# Aménagement du parc écotouristique de la 11<sup>e</sup> chute de la rivière Mistassini et évaluation des impacts associés

## Rapport économique

Présenté à :

Société de l'énergie communautaire du Lac-Saint-Jean  
(SECLSJ)

Préparé par :



825, rue Raoul-Jobin  
Québec (Québec) G1N 1S6

Décembre 2014



## ÉQUIPE DE TRAVAIL

### DEL DEGAN, MASSÉ ET ASSOCIÉS :

DIRECTEUR DE PROJET : Louis-Mathieu Fréchette, M.ATDR

RÉDACTION : Louis-Mathieu Fréchette, M.ATDR

Alexandre Larouche, économiste

PROFESSIONNEL DE RECHERCHE : Alexandre Larouche, économiste

Noémie Deshaies, M. ATDR

### SOCIÉTÉ DE L'ÉNERGIE COMMUNAUTAIRE DU LAC-SAINT-JEAN:

RESPONSABLE DU SUIVI : Luc Tardif, Coordonateur du projet

### ENTREPRISES ET ORGANISMES CONSULTÉS (EN ORDRE ALPHABÉTIQUE):

ATTRACTIONS BORÉALES : Tony Paré, Propriétaire

AVENTURAIID : Gilles Granal, Propriétaire

CCC INC. : David Lecointre, Consultant

FERME FORESTIÈRE OUASIEMSCA : Marion Fournier

LA MAISON DU PÈRE NOËL : Michel Perreault, Propriétaire

PARC RÉGIONAL DES GRANDES RIVIÈRES : Dominique Gobeil, Directeur général

VÉLOROUTE DES BLEUETS : Nicolas Lacroix, Directeur général

VILLE DE GIRARDVILLE : Michel Perreault, Maire

RÉSERVE FAUNIQUE ASHUAPMUSHUAN

SOCIÉTÉ DES ÉTABLISSEMENTS DE PLEIN AIR DU QUÉBEC (SÉPAQ)

### **Référence à citer :**

GROUPE DDM, 2014. *Aménagement du parc écotouristique de la 11<sup>e</sup> chute de la rivière Mistassini et évaluation des impacts associés – Rapport économique*. Rapport présenté à la Société de l'énergie communautaire du Lac-Saint-Jean, 18 p. et annexe. *Référence interne : 14-1113*.





## TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION .....	1
1. Portrait des entreprises touristique .....	1
1.1 Portrait global.....	1
1.1.1 État du tourisme au Saguenay-Lac-Saint-Jean .....	1
1.1.2 Structures touristiques existantes.....	3
1.2 Portrait des entreprises touristiques locales .....	5
1.2.1 Aventuraid .....	5
1.2.2 Maison du Père Noël .....	6
1.2.3 Attractions Boréales .....	7
1.2.4 Ferme forestière Ouasiemsca.....	8
1.2.5 Chevauchée du Nord .....	8
1.3 Synthèse .....	8
2. VALEUR ÉCONOMIQUE DU PROJET .....	9
2.1 Définitions et méthodologie .....	9
2.2 Analyse des retombées .....	11
2.2.1 Valeur économique actuelle.....	11
2.2.2 Valeur économique après le projet.....	13
2.3 Synthèse .....	17
CONCLUSION .....	18

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Valeur économique actuelle générée par les entreprises touristiques de Girardville .....	12
Tableau 2	Comparaison des effets multiplicateurs .....	13
Tableau 3	Valeur économique générée par les entreprises touristiques de Girardville après le projet.....	15
Tableau 4	Niveau de dépenses selon le type de visiteur .....	16
Tableau 5	Valeur économique générée par le parc écotouristique une fois l'aménagement complété .....	17

## LISTE DES FIGURES

Figure 1	Fréquentation hébergements touristiques et attractions touristiques .....	2
Figure 2	Provenance des visiteurs .....	2
Figure 3	Schéma de l'effet multiplicateur .....	10

## ANNEXE

Grille utilisée lors des entrevues téléphoniques

# INTRODUCTION

Le projet de minicentral sur le site de la 11<sup>e</sup> chute amènera d'importantes retombées économiques pour la communauté de Girardville. Le premier élément généralement évalué correspond aux retombées qui découlent de la construction de la centrale et des opérations qui se poursuivent une fois que celle-ci entre en activité. L'objectif de ce rapport est tout autre, il vise à documenter l'impact que l'aménagement proposé aura sur les entreprises touristiques gravitant autour du site ainsi que la valeur du nouveau parc écotouristique. La première section du document dresse le portrait des entreprises touristiques alors que la seconde établit la valeur économique associée au projet.

## 1. PORTRAIT DES ENTREPRISES TOURISTIQUE

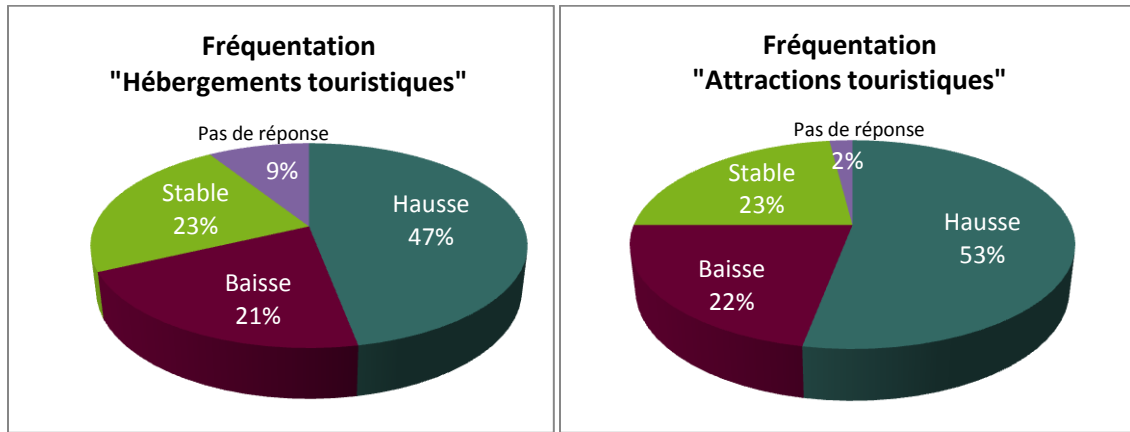
Avant de procéder à l'analyse détaillée des impacts économiques du parc écotouristique, il convient tout d'abord de dresser le portrait des entreprises touristiques locales et de l'environnement dans lequel elles évoluent. La première partie du portrait présente quelques statistiques générales sur le tourisme de la région et s'attarde ensuite aux structures touristiques importantes qui influencent indirectement les entreprises locales. La seconde partie porte une attention particulière aux entreprises utilisant directement le site de la 11<sup>e</sup> chute ou se trouvant à proximité. Pour chacune de ces entreprises, les activités proposées, leur ampleur en termes d'emplois ainsi que le profil de leur clientèle sont présentés.

### 1.1 Portrait global

#### 1.1.1 État du tourisme au Saguenay-Lac-Saint-Jean

##### Été de fréquentation record

Selon un communiqué publié le 17 novembre 2014 par Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean (TSLSJ), la période estivale 2014 a été une saison touristique record. Entre les mois de juin et de septembre, plusieurs indicateurs touristiques ont démontré une hausse d'achalandage significative depuis les dernières années. C'est avec l'analyse de nombreuses données, associées aux résultats d'un sondage auprès des membres de Tourisme-Lac-Saint-Jean que les statistiques suivantes ont pu être produites.



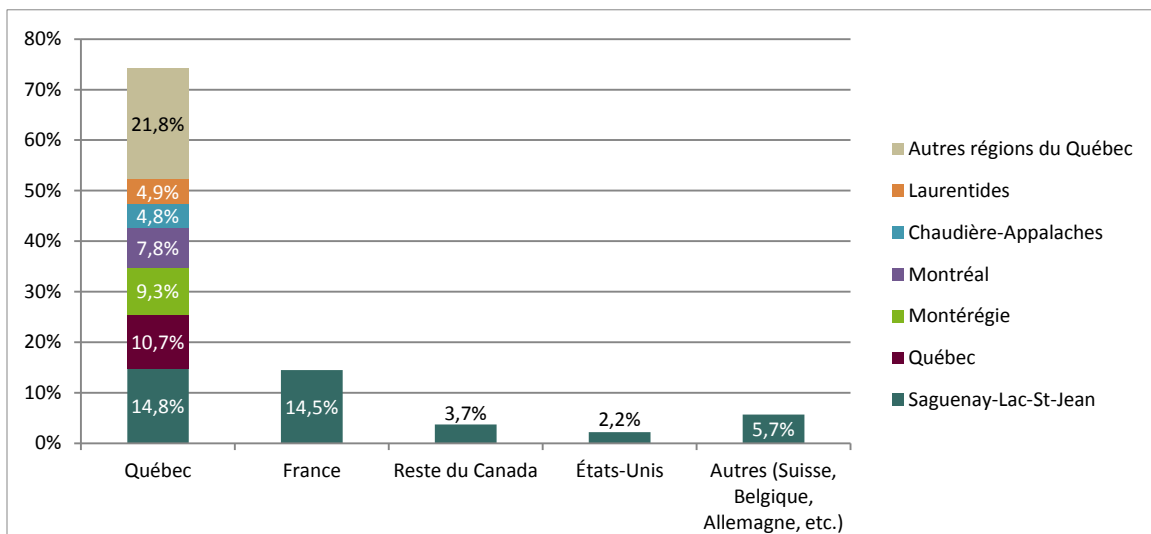
Source : Communiqué Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean, 17 novembre 2014

Figure 1 **Fréquentation hébergements touristiques et attractions touristiques**

Selon la directrice générale de TSLSJ, ce résultat est dû entre autres à une offre touristique de grande qualité et une promotion « misant sur la proposition du bon produit, au bon client, au bon moment ».

### Clientèle

Les statistiques démontrent que les visiteurs de passage dans la région y séjournent en moyenne trois jours et proviennent majoritairement (74 %) du Québec, dont 15 % du Saguenay-Lac-Saint-Jean. La clientèle internationale reste stable et a été présente tout au long de l'été, contrairement aux années précédentes qui voyaient l'achalandage international se concentrer en automne. Ce phénomène a été confirmé par les commentaires des entreprises membres de TSLSJ.



Source : Communiqué Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean, 17 novembre 2014

Figure 2 **Provenance des visiteurs**



## Stratégie de communication

C'est grâce à un travail important sur le plan des stratégies de communication que l'augmentation de la fréquentation a été stimulée. En plus d'être fortement actives sur les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter et YouTube, des initiatives locales comme #BlogTripSagLac ont rejoint plus de 24 000 personnes. Le site internet [www.saguenaylacsaintjean.ca](http://www.saguenaylacsaintjean.ca) s'est positionné comme un outil de référence majeur avec 263 672 visites pour la saison estivale. Plus localement, la municipalité de Girardville se dote actuellement d'un site Web (Destination Boréale) qui vise à donner un accès rapide à l'information touristique spécifique.

Un article intitulé « Blueberry fueled biking on Quebec's Route Verte » s'est vu largement publié à l'international, si bien que « selon Influence Communication, qui surveille et analyse le contenu média à travers le monde, le Saguenay-Lac-Saint-Jean est devenu au cours de l'été l'une des régions touristiques québécoises les plus médiatisées à l'étranger, derrière Montréal, Québec et la Gaspésie<sup>1</sup> ».

## Créneau ACCORD

La région du Saguenay-Lac-Saint-Jean a su développer au fil des ans un créneau d'excellence touchant le tourisme d'aventure et l'écotourisme. Si la première partie du créneau vise les activités de plein air se déroulant dans un milieu naturel particulier (ex. côté sauvage), la seconde a pour objectif de permettre la découverte d'un milieu naturel sans en affecter l'intégrité. Le créneau repose sur le potentiel exceptionnel qu'offre la nature de la région, notamment dans le cas de Girardville, d'une rivière d'envergure alimentant le Lac Saint-Jean.

L'un des objectifs du créneau consiste à faire vivre à la clientèle internationale des expériences uniques. Pour atteindre cet objectif, l'équilibre entre l'accessibilité (sentiers balisés) et le caractère sauvage de l'endroit demeure un enjeu majeur.

### 1.1.2 Structures touristiques existantes

#### Parc régional des Grandes-Rivières (PRGR)

Lorsque tous les secteurs du Parc régional des Grandes-Rivières seront aménagés (13 territoires), sa superficie totale dépassera les 540 km<sup>2</sup>, dont la majeure partie sera située en territoire public. Les composantes du PRGR se déclinent en deux volets : le créneau Tourisme d'aventure et écotourisme de calibre national et international, et celui de récréation et conservation de calibre régional et local.

Le parc comporte six corridors fluviaux d'envergure nationale et internationale formant un attribut touristique très important relié à des activités ou des services structurants. Ceci inclut un sentier de quad et motoneige de calibre international, périphérique au territoire du parc. Ce sentier agit comme un lien entre les villages du sud et les territoires forestiers du nord. Sept circuits nordiques ont été conçus pour les véhicules motorisés légers leur permettant de rejoindre le sentier périphérique mentionné précédemment, ce qui formalise l'accès au territoire nordique du parc.

---

<sup>1</sup> Tourisme Saguenay-Lac-Saint-Jean, communiqué, une saison touristique record, 17 novembre 2014.

Le PRGR contient également des sites dont la vocation dominante est la conservation et la récréation qui possèdent un potentiel touristique local et régional important dans la MRC de Maria-Chapdelaine. Certains sites, faisant partie du réseau du PRGR mais non formellement intégrés dans l'organisation, permettent d'uniformiser les aménagements, les méthodes d'entretien et de commercialisation sur tout le territoire, tout en reconnaissant leur gestion autonome. Parmi ces sites, on retrouve six sites récréatifs et de conservation, particulièrement prisés des populations locales. Quelques autres sites ont également été identifiés pour être associés au réseau du parc.

À proximité de la municipalité de Girardville, on retrouve les secteurs suivants : Association des sportifs, neuvième chute (Albanel), neuvième chute (Saint-Eugène), dixième chute (Girardville) et dixième chute (Notre-Dame-de-Lorette). Les principaux attraits tournent autour de la rivière Mistassini, de la présence des 8<sup>e</sup>, 9<sup>e</sup> et 10<sup>e</sup> chutes et du ruisseau de la Grande-Savane et de ses milieux humides. En termes d'infrastructure, l'offre se résume ainsi :

- 34 km de sentiers de ski de fond (incluant un centre de ski de fond);
- 11 km de sentiers de raquettes;
- 14 km de sentiers pédestres/2 km de marche hivernale;
- 34 km de pistes de vélo (circuit Au fil des rivières, relié à la véloroute des Bleuets);
- Plusieurs refuges chauffés et abris non chauffés;
- Panneaux d'interprétation, sentiers balisés, aires de pique-nique, toilettes, stationnement, etc.

La clientèle qui visite le PRGR provient en grande majorité de la MRC Maria-Chapdelaine, du Lac-Saint-Jean et du Saguenay. La clientèle internationale reste marginale. L'objectif poursuivi par le PRGR consiste à élargir sa clientèle sans pour autant délaisser la clientèle locale. Pour ce faire, la promotion du Lac-Saint-Jean devra évoluer pour mettre davantage de l'avant « le tour du lac » plutôt que seulement le lac.

Le projet de parc écotouristique sur le site de la 11<sup>e</sup> chute viendra, à terme, se greffer au PRGR. Par conséquent, il ne représente pas un nouvel attrait comme tel, mais vient plutôt bonifier l'offre déjà présente. Cette complémentarité offre un certain avantage, puisque le pouvoir d'attraction du PRGR dans son ensemble se veut assurément plus important que le site de la 11<sup>e</sup> chute à lui seul. Ainsi, une fois le site aménagé, une partie des visiteurs du parc régional devrait converger vers Girardville. En ce sens, la présence du PRGR se veut donc un atout.

### **Véloroute des Bleuets**

Ouverte aux cyclistes depuis l'an 2000, d'une longueur de 256 km, la véloroute des Bleuets est associée au parc régional des Grandes-Rivière et génère à ce jour des retombées économiques de 9,5 M\$ dans la région. La véloroute traverse 21 municipalités du Saguenay-Lac-Saint-Jean et fait la promotion de 35 établissements d'hébergement tous types confondus, 17 commerces d'alimentation et de restauration, 23 activités touristiques et 6 commerces de services reliés au vélo.

La véloroute des Bleuets passe au nord du Lac-Saint-Jean par la municipalité d'Albanel. C'est à cette hauteur que le réseau cyclable associé « Au Fil des Rivières » rejoint la véloroute des Bleuets. Cette boucle de 45 km, construite en collaboration avec la municipalité d'Albanel, donne accès aux 9<sup>e</sup>, 10<sup>e</sup> et 11<sup>e</sup> Chutes de la rivière Mistassini et à la municipalité de Girardville.

Cette infrastructure touristique de première importance assure un flot continu de visiteurs. Le parc écotouristique de la 11<sup>e</sup> chute se présente encore une fois comme un complément intéressant. Comme il se trouve environ à la moitié de la boucle de 45 km, il devient un arrêt stratégique pour les cyclotouristes qui veulent prendre le temps de visiter le secteur, ce qui n'est pas nécessairement le cas actuellement. Indirectement, les entreprises locales de services et de tourisme s'en trouvent donc gagnantes.

## 1.2 Portrait des entreprises touristiques locales

Cinq entreprises – Aventuraid, La Maison du père Noël, La Chevauchée du Nord, Attractions Boréales, La Ferme forestière Ouasiemsca – ont été ciblées par la Société de l'énergie communautaire du Lac-Saint-Jean pour faire partie du portrait économique. Toutes les entreprises ont d'abord été contactées pour connaître leurs disponibilités afin de procéder à une entrevue téléphonique. Les entrevues se sont déroulées à la fin novembre et au début décembre 2014. Elles ont été réalisées à l'aide d'un questionnaire (joint en annexe) et elles ont duré en moyenne 30 minutes chacune. Toutes les questions ont été posées, incluant celles sur le chiffre d'affaires, pour lesquelles la confidentialité a été garantie aux propriétaires des entreprises<sup>2</sup>.

Seule l'entreprise La Chevauchée du Nord n'a pu être contactée. Pour compléter le portrait de cette entreprise les ressources internet disponibles, dont la page dédiée aux services de madame Dallaire sur le site de la municipalité de Girardville, ont été consultées.

### 1.2.1 Aventuraid

Aventuraid est une entreprise de tourisme d'aventure fondée par monsieur Gilles Granal et madame Marie-Christine Debail en 1994. Aventuraid offre des activités tout au long de l'année et emploie 4 travailleurs de façon permanente et 3 travailleurs à temps partiel lors de la saison hivernale, soit 5 emplois équivalent temps plein (ETP)<sup>3</sup>. La période d'achalandage la plus importante pour l'entreprise se situe entre la mi-juin et la mi-octobre. Le déroulement des visites est majoritairement basé sur un forfait déterminé à l'avance par le client, et varie entre des séjours de courte durée (1 nuit) et des séjours de longue durée (de 7 à 8 nuits).

#### Activités offertes

Aventuraid offre une gamme d'activités et de forfait adaptés aux changements saisonniers. L'observation des loups dans leur habitat naturel est une activité disponible toute l'année dans le parc d'observation et d'interprétation situé sur la rive ouest de la rivière Mistassini, à proximité de la 11<sup>e</sup> chute. En hiver, l'entreprise offre des activités d'excursion en raquettes, en traîneau à chiens et en motoneige. L'été, la clientèle peut profiter des excursions pédestres ou en canot/kayak.

Aventuraid offre des excursions d'une à plusieurs nuits grâce à l'utilisation d'un gîte et de quatre écolonges. À noter qu'en 2014, l'entreprise a remporté le lauréat national (bronze) des grands prix du tourisme québécois pour l'innovation que représente la construction d'écolodges dans leur parc

---

<sup>2</sup> Seul le chiffre d'affaire global de l'ensemble des entreprises est révélé.

<sup>3</sup> Nombre total d'heures travaillées annuellement, divisé par la moyenne annuelle des heures travaillées dans un emploi à temps plein.

animalier (Mahikan). Lors des excursions, la nourriture maison est fournie par l'entreprise. Pour sa clientèle internationale, la compagnie offre le service de navette à partir de la ville de Québec.

### **Profil de la clientèle**

Annuellement, l'entreprise reçoit environ 1 000 clients. Ceux-ci sont majoritairement d'origine européenne (60 %), alors que les autres proviennent du Québec<sup>4</sup> (40 %). Parmi cette clientèle, les Européens forment la plus grande partie du chiffre d'affaires (près de 90 %) puisqu'ils choisissent les séjours longs de 7 à 8 nuitées, alors que les Québécois font généralement un séjour court d'une seule nuitée. L'entreprise fait peu de publicité au Québec et affirme profiter de plus de publicité en Europe pour attirer leur clientèle cible.

En moyenne, un visiteur de long séjour déboursa 1 500 \$ pour son forfait. Toutefois, ceci n'inclut pas les dépenses locales lors d'achat dans la municipalité. Au-delà de fournir l'essentiel de la nourriture maison, les propriétaires d'Aventuraïd ont pour politique d'encourager l'achat local et invitent leurs clients à privilégier leurs dépenses en souvenirs, alcool et restauration dans la municipalité de Girardville.

### **Utilisation du site de la 11<sup>e</sup> chute de la rivière Mistassini**

La maison mère de la compagnie se trouvant à environ 1 km de la 11<sup>e</sup> chute, 100 % des clients d'Aventuraïd visitent, d'une façon ou d'une autre, le site lors de leur séjour. L'immersion en nature sauvage constitue le principal élément recherché par la clientèle. En ce sens, le projet de minicentrale ne renforce pas cet aspect de l'offre touristique. Pour cette raison, l'arrivée du parc est davantage vue comme un moindre mal palliant la présence de la minicentrale plutôt qu'un atout. La baisse du niveau de l'eau aura un impact non négligeable sur les activités de canots d'eau vive normalement pratiquées en aval de la chute (période d'initiation). Quant au nouvel accès à l'île et ses sentiers, les propriétaires d'Aventuraïd n'y voient pas de grands changements dans leur offre, puisqu'il considère le parc de trop petite taille pour réellement faire une différence dans leurs activités de randonnées.

## **1.2.2 Maison du Père Noël**

La Maison du Père Noël entame sa 13<sup>e</sup> année d'activités en 2014. Elle est ouverte au public pendant environ 25 à 30 jours en décembre, selon le calendrier du temps des fêtes de chaque année. Elle compte en décembre 9 employés à temps plein pendant les heures d'ouvertures du site (environ 5 heures chaque soir à partir de 17 h), soit un peu plus de 0,6 emploi ETP.

### **Activités offertes**

La Maison est un site qui se distingue par son décor composé d'ornements lumineux sur le rang Lapointe. En plus de la présence du père et de la Mère Noël dans la maison principale, l'entreprise offre un trajet de train, des trottinettes des neiges, des tours de calèches, des glissades sur tubes et un parc d'observation des chevreuils (rennes du père Noël). Le temps nécessaire pour une visite complète est d'environ 1 h 30.

---

<sup>4</sup> Principalement Québec, Montréal et Gatineau

La Maison du Père Noël est aussi un partenaire d'Aventuraid. Sur le site de La Maison, la réservation pour l'observation du parc à chiens de traîneaux de l'entreprise Aventuraid est offerte.

### **Profil de la clientèle**

L'entreprise reçoit en moyenne 8 000 visiteurs durant le seul mois où elle opère. Cette clientèle vient majoritairement du Lac-Saint-Jean (60 %), et du Saguenay (40 %). La clientèle est très familiale. Les dépenses par visiteurs tournent autour de 10 \$ par personne incluant l'achat de galettes cuites sur place et les tarifs pour les promenades en train et en calèche. Étant donné que le site de la Maison ouvre ses portes à 17 h, le propriétaire de l'entreprise indique qu'une grande partie de la clientèle fait aussi des dépenses de restauration et d'essence dans la municipalité ou dans les municipalités voisines.

### **Utilisation du site de la 11<sup>e</sup> chute de la rivière Mistassini**

La Maison du père Noël n'est pas une utilisatrice directe du site du parc écotouristique. Toutefois, l'arrivée du parc pourrait présenter une activité supplémentaire pour les visiteurs qui font parfois jusqu'à 2 heures de route pour venir visiter le site. Cette bonification de l'offre de services est donc bien accueillie et pourrait même contribuer à augmenter l'achalandage. Toutefois, cela nécessite que l'aménagement se montre conforme aux attentes de la population locale.

## **1.2.3 Attractions Boréales**

Attractions Boréales offrent depuis plusieurs années une multitude d'activités reposant sur la nature environnante et la beauté sauvage du Grand Nord québécois. L'entreprise se distingue notamment par ses expéditions en traîneau à chien et son caractère résolument familial. Avec ses 4 guides et le soutien du personnel responsable de la partie hébergement et cuisine, l'équipe offre des forfaits été comme hiver. L'hiver demeure toutefois la période la plus active. En tout, cela correspond à près de 2,5 emplois ETP.

Le propriétaire, monsieur Tony Paré, s'occupe également du centre de plein air camping Lac-des-Coudes. Ce dernier propose 28 emplacements estivaux et se situe à environ 8 km au nord de Girardville. Notons que, pour l'ensemble de ces activités, l'entreprise suit une politique d'achat local et contribue donc grandement à l'économie de la municipalité.

### **Activités offertes**

En hiver, les activités se concentrent sur les expéditions en traîneau à chien. Différents forfaits sont possibles, allant d'un à deux jours d'immersion, jusqu'au circuit extrême qui dure plus de 2 semaines. Les expéditions sont « clés en main » et comprennent des repas faits maison, la possibilité d'être accueilli directement à Québec ou Chicoutimi, et un départ est même offert depuis Paris. En été, les expéditions sont essentiellement offertes en formule canot-camping. En ce qui a trait à l'hébergement, l'entreprise offre 3 chalets en bois et un chalet en bois rond, ouverts en toutes saisons.

### **Profil de la clientèle**

La clientèle provient presque exclusivement de l'internationale (pays francophones). Les clients québécois demeurent marginaux et optent surtout pour les forfaits à la journée. Comme les forfaits à la

semaine englobent tous les aspects de l'aventure (transport, logement, nourriture, etc.), les dépenses des visiteurs se limitent à quelques souvenirs et produits de fabrication locale.

### **Utilisation du site de la 11<sup>e</sup> chute de la rivière Mistassini**

Le camp d'Attractions Boréales se situe dans la municipalité de Saint-Edmond-les-Plaines, soit à 5 km au sud de Girardville. L'entreprise n'utilise pas directement le site de la 11<sup>e</sup> chute, mais la visite à l'occasion au cours de l'été. L'effet du nouveau parc écotouristique se veut donc essentiellement positif dans la mesure où il permet de bonifier l'offre actuelle. Toutefois, cela se veut conditionnel à la qualité de l'aménagement retenu.

#### **1.2.4 Ferme forestière Ouasiemsca**

L'entreprise de la Ferme forestière Ouasiemsca est encore au stade de la planification. Elle devrait ouvrir ses portes au cours de l'année 2015 et offrir deux volets d'activités. Le premier volet se centre autour des activités de la ferme forestière. L'exploitation de plusieurs types de cultures, la cueillette et la transformation de produits forestiers non ligneux se basent sur un thème « une forêt pour vivre ». La ferme offrira des services d'interprétation sur les différentes vertus des produits forestiers ainsi que la vente de produits transformés. Le deuxième volet consiste en des activités sportives quatre saisons sur des sentiers en terres publiques. L'hiver, la ferme offrira, entre autres, la location de trottinette des neiges et de raquettes. En été, elle proposera la location de vélos de montagne. La propriétaire souhaite être en mesure d'ouvrir deux résidences de tourisme pour des séjours prolongés d'ici l'automne 2015.

L'entreprise vise surtout une clientèle familiale locale et régionale pour son offre d'activités sportives en sentiers. Avec l'ajout de résidences de tourisme, elle souhaite desservir les besoins de vacanciers recherchant des séjours centrés autour du développement durable ainsi que des entreprises et gens d'affaires pour des séjours corporatifs. L'entreprise voit aussi le potentiel de compléter l'offre touristique des acteurs principaux proposant des séjours dans la région.

Pour l'instant, le secteur de la 11<sup>e</sup> chute ne fait pas partie des endroits ciblés par les activités de la ferme. Toutefois, l'entreprise voit l'arrivée du parc comme une valeur ajoutée, qui démocratisera également l'accès à la minicentrale hydroélectrique.

#### **1.2.5 Chevauchée du Nord**

La Chevauchée du Nord s'avère la dernière entreprise locale identifiée par les intervenants du milieu. Peu d'information est disponible, mais l'entreprise offre essentiellement des tours en carrioles et des cours d'équitation. Elle n'utilise donc pas directement le site de la 11<sup>e</sup> chute.

### **1.3 Synthèse**

L'activité touristique au Saguenay-Lac-Saint-Jean se trouve en plein essor et se distingue par le caractère sauvage de ses paysages et par la proximité de la nature. Dans les environs de Girardville, 2 structures touristiques importantes contribuent à fournir un afflux régulier de visiteurs. Localement, les entreprises se démarquent par leur capacité à attirer une clientèle internationale en offrant des expériences hors du commun dans un environnement 100 % naturel. Pour la plupart des acteurs touristiques, le parc écotouristique se veut donc positif, dans la mesure où il bonifie l'offre touristique. Par contre, il

constitue un enjeu majeur pour l'entreprise Aventuraid, dont tous les services offerts touchent d'une façon ou d'une autre le site de la 11<sup>e</sup> chute. Au total, les entreprises touristiques gravitant autour du site de la 11<sup>e</sup> chute représentent un peu plus d'une vingtaine d'emplois à temps plein ou à temps partiel, pour un équivalent temps plein d'environ 9 emplois. En termes de chiffres d'affaires, cela représente tout près de 0,7 M\$. À l'échelle d'une petite municipalité comme Girardville, on parle ici de retombées importantes pour l'économie locale, d'autant plus que la majorité des entreprises sondées ont manifesté un intérêt marqué pour l'achat local. La section suivante met en lumière ces retombées et porte un regard sur l'effet qu'aura le projet sur celles-ci.

## 2. VALEUR ÉCONOMIQUE DU PROJET

La section 2 se veut le cœur de l'analyse, qui présente certaines estimations en ce qui a trait aux retombées du site de la 11<sup>e</sup> chute et se divise en 3 parties. La première définit les concepts ayant servi aux calculs et la méthodologie utilisée. La seconde présente les résultats, en identifiant d'abord la valeur économique actuelle, puis celle anticipée après le projet, en spécifiant la valeur de l'extension du PRGR et la valeur du lien interrives. Enfin, la dernière partie synthétise les résultats obtenus et identifie les principaux risques associés.

### 2.1 Définitions et méthodologie

En ce qui concerne les retombées économiques, la présence d'un montant initial stimulant l'économie est nécessaire. Dans le cadre de ce mandat, ce montant correspond aux chiffres d'affaires des entreprises touristiques de Girardville auxquels on ajoute un niveau moyen de dépense par visiteur. À partir de ces sommes, il devient possible d'estimer trois types de retombées : les effets directs, indirects et induits.

Le premier type d'effet, le plus facile à identifier, correspond à l'augmentation directe de l'activité commerciale qu'entraînent les touristes. Par exemple, un client d'Aventuraid déboursant 1 500 \$ pour un forfait entraîne des frais d'exploitation directs (hébergement, nourriture, etc.).

Le deuxième type de retombées est celui des impacts indirects, c'est-à-dire, les changements dans la production ou l'emploi d'autres entreprises qui fournissent des biens ou services aux entreprises touristiques (impact chez les fournisseurs). Par exemple, lorsqu'Attraction boréale fait appel à un vétérinaire pour s'occuper de ses chiens, cela représente un revenu pour ce dernier qui se trouve indirectement lié au tourisme.

Le dernier type de retombées est plus diffus. Il correspond aux dépenses qui découlent des salaires versés aux travailleurs directs ou indirects. On parle alors de retombées induites. Par exemple, lorsqu'un employé de La Maison du Père Noël va dans un restaurant de Girardville, il dépense une partie de son salaire qui, lui, provient de l'activité touristique.

Bref, un dollar dépensé par un visiteur circule et recircule dans l'économie de Girardville, se multipliant au passage. Les ramifications du tourisme dépassent donc le secteur touristique pour s'étendre à l'ensemble des secteurs de l'économie de la municipalité. Ce phénomène est plus communément connu sous le terme « effet multiplicateur ». Il s'exprime sous la forme d'un ratio en divisant l'ensemble des

retombées par la somme des effets directs. Par définition le ratio est supérieur à 1 et oscille bien souvent autour de 1,5. L'ampleur de l'effet multiplicateur dépend de la structure des dépenses. Si la majeure partie des dépenses va dans l'achat de bien en provenance d'un autre pays, l'effet sur l'économie locale sera moindre. Si au contraire les dépenses sont concentrées localement, comme dans le cas des entreprises touristiques de Girardville, l'effet multiplicateur sera plus important.

Malheureusement, les modèles utilisés pour simuler l'effet multiplicateur ne permettent pas de distinguer précisément les retombées à l'échelle locale, les impacts estimés se calculant à l'échelle provinciale. Néanmoins, compte tenu de la politique d'achat local qui ressort du portrait des entreprises touristiques de Girardville, on peut supposer que la majeure partie des retombées touche directement la municipalité.

La figure 3 présente de façon schématique le fonctionnement de l'effet multiplicateur. Essentiellement, les dépenses initiales produisent un effet direct sur les entreprises touristiques. Par la nature de leurs activités, celles-ci dégagent une importante valeur ajoutée. La valeur ajoutée correspond à la valeur du service (ou du bien) duquel est soustraite la valeur de la consommation intermédiaire. En d'autres termes, cela équivaut à la somme des salaires et profits de l'entreprise. La demande qui découle de la consommation intermédiaire se propage par la suite dans le reste de l'économie en vagues successives. Dans le cadre du projet, les taxes ne sont pas considérées comme des retombées du point de vue de l'économie locale puisqu'elles partent vers les paliers gouvernementaux. Les importations sont également exclues. Idéalement, il serait intéressant d'exclure tout bien et service (B&S) en provenance de l'extérieur du SLSJ. Or, ce niveau de précision n'est pas disponible dans le cadre de cette étude.

Essentiellement, les retombées totales pour Girardville découlent de l'ensemble des dépenses en biens et services (directs et indirects) et des effets induits. Ces derniers sont estimés à partir de la propension des salariés à consommer et d'une proportion des profits dégagés par les divers secteurs. Les résultats sont présentés en termes d'impact sur le PIB (somme des valeurs ajoutées) et sur l'emploi, ainsi que d'effet sur les taxes liées à la municipalité.

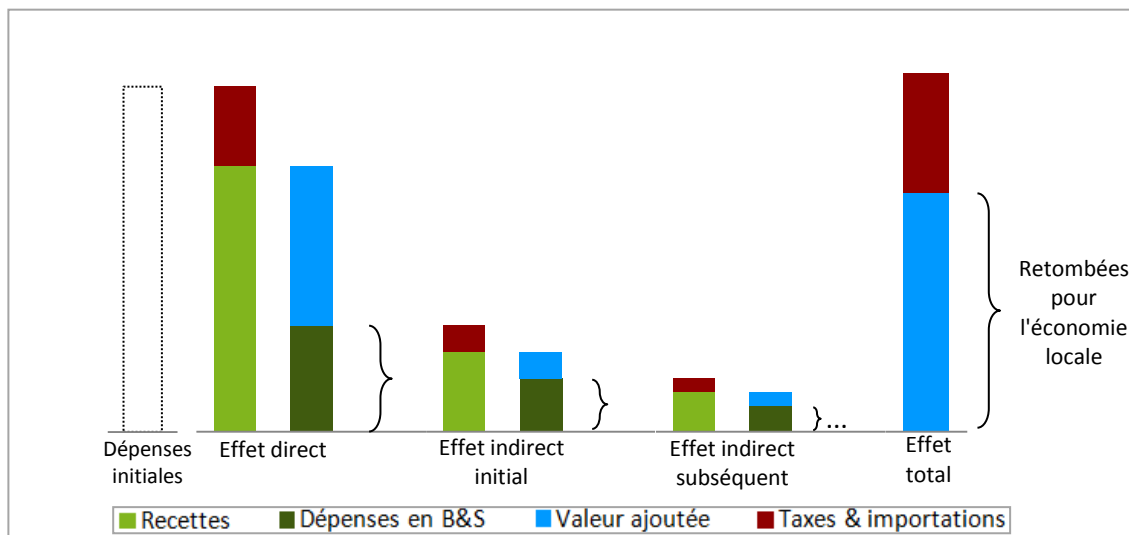


Figure 3 Schéma de l'effet multiplicateur



## Outils de calcul des retombées

Le gouvernement canadien a développé un outil qui vise précisément à estimer les retombées économiques des dépenses effectuées dans le cadre d'activités liées à un parc récréotouristique : le modèle d'impact économique des parcs (MIEP). En ajustant certains paramètres, il est possible d'utiliser cet outil pour estimer, d'une part, les retombées associées aux entreprises touristiques et, d'autre part, les retombées attendues du nouveau parc écotouristique de la 11<sup>e</sup> chute. Il convient de préciser que l'outil ne présente pas le niveau de raffinement optimal pour évaluer de façon spécifique un projet tel que celui de la 11<sup>e</sup> chute. Toutefois, il a l'avantage de produire des résultats qui découlent d'une méthodologie reconnue, facilitant ainsi la comparaison avec d'autres études du même genre.

L'outil utilise des données propres au projet. Plus les données se montrent précises et justes, plus les résultats le sont également. Dans cette optique une grille ajustée aux besoins du projet a été transmise aux acteurs clés du secteur, afin de dégager un portrait spécifique de la situation de Girardville. Celle-ci tentait d'identifier de quelles façons les dépenses d'exploitation sont réparties. Bien que l'information soit parfois issue d'estimations, elle demeure un meilleur intrant comparativement à l'utilisation de moyennes provinciales moins adaptées aux particularités du projet.

Les informations additionnelles nécessaires aux calculs proviennent des entrevues réalisées avec les entreprises du milieu et d'hypothèses formulées sur la base de l'expertise du Groupe DDM. Enfin, les résultats des simulations sont confrontés à certaines valeurs identifiées dans des projets comparables, afin de s'assurer que les conclusions restent dans un intervalle crédible.

## 2.2 Analyse des retombées

Cette section présente les résultats des simulations effectuées. Elle se divise en 2 parties. Tout d'abord, la valeur économique actuelle des entreprises touristiques gravitant autour du site de la 11<sup>e</sup> chute est identifiée. Puis, un nouveau calcul présente l'évolution anticipée suite au projet de minicentral et à l'aménagement du parc écotouristique.

### 2.2.1 Valeur économique actuelle

La 11<sup>e</sup> chute représente un attrait unique pour la municipalité de Girardville. Toutefois, à l'heure actuelle, le site à lui seul ne constitue pas un attrait suffisamment fort pour s'établir comme la motivation principale d'un nombre significatif de visiteurs. En ce sens, le site s'inscrit comme un complément à la visite de touristes attirés par autre chose. Le véritable moteur de l'industrie touristique de Girardville passe donc par ses entreprises touristiques, qui, par l'expérience qu'elles offrent, motivent les touristes à se déplacer. Pour cette raison la valeur économique actuelle s'estime à partir des activités de l'ensemble des entreprises décrites à la section 1.2. À noter que pour l'instant La Ferme forestière Ouasiemscá n'a pas encore commencé ses activités. Néanmoins, son apport est inclus dans les simulations, puisqu'elle devrait ouvrir sous peu.

Selon le portrait, le chiffre d'affaires de l'ensemble des entreprises représente tout près de 0,7 M\$. À cela s'ajoutent les dépenses que les visiteurs effectuent en dehors des entreprises visitées (essence, dépanneur, restaurant, etc.). À partir de l'information obtenue lors des entrevues, on estime ce montant à près de 75 000 \$ annuellement. Ce niveau de dépenses peut paraître relativement faible. Toutefois, il s'explique de deux façons. Premièrement, autant Aventuraid qu'Attractions Boréales se spécialisent

dans des forfaits de type « tout inclus ». L'hébergement, la nourriture et le transport, qui génèrent habituellement des dépenses importantes pour un touriste, sont inclus au forfait<sup>5</sup>. Deuxièmement, les autres entreprises proposent des activités de courte durée à une clientèle plutôt locale, ce qui limite les dépenses généralement faites par les touristes.

Le tableau 1 présente les résultats des simulations. Deux scénarios ont été simulés afin d'obtenir une borne inférieure et une supérieure. Le premier se veut plus conservateur, alors que le second est plus optimiste. Dans chaque cas, on indique l'impact des dépenses initiales sur le PIB, sur l'emploi et sur les taxes municipales.

**Tableau 1 Valeur économique actuelle générée par les entreprises touristiques de Girardville**

Type d'effet	Scénario conservateur			Scénario optimiste		
	PIB (milliers \$)	Emploi (ETP)	Taxes mun. (milliers \$)	PIB (milliers \$)	Emploi (ETP)	Taxes mun. (milliers \$)
Effet direct	414,7	10,7	-	490,7	12,7	-
Effet indirect	107,3	1,4	-	129,0	1,7	-
Effet induit	175,6	2,2	-	207,6	2,6	-
<b>TOTAL</b>	<b>697,6</b>	<b>14,4</b>	<b>17,2</b>	<b>827,2</b>	<b>17,0</b>	<b>20,4</b>
<i>Multiplicateur</i>	<i>1,68</i>	<i>1,34</i>	-	<i>1,68</i>	<i>1,34</i>	-

Premier constat, les dépenses initiales (chiffre d'affaires + autres dépenses) génèrent des retombées économiques directes oscillant entre 415 000 \$ et 490 000 \$. Ainsi, pour chaque dollar découlant des activités des entreprises touristiques, la valeur ajoutée se chiffre à 0,58<sup>6</sup>. À titre comparatif, en 2014, les dépenses personnelles en services des Québécois produisent un ratio de 0,56, alors que le secteur de l'hébergement et de la restauration (toujours pour l'ensemble du Québec) montre un ratio de 0,50. Ainsi, le ratio obtenu apparaît légèrement supérieur à ce que des secteurs comparables génèrent. Ce résultat montre une certaine logique dans la mesure où les entreprises créent beaucoup de valeur ajoutée. En effet, l'un des plus gros intrants dans la production d'une expédition sur plusieurs jours en nature demeure l'expérience des guides et la connaissance du territoire. Ces deux éléments correspondent directement à la définition de valeur ajoutée.

Deuxième constat, le multiplicateur des effets directs se chiffre à 1,68, ce qui fait augmenter les retombées économiques finales à près de 760 000 \$ (moyenne des 2 scénarios), soit pratiquement l'équivalent des dépenses initiales. Le tableau suivant présente différents multiplicateurs estimés lors d'études comparables. Il ressort que le multiplicateur estimé se situe légèrement au-dessus de la médiane. Encore là, la valeur paraît appropriée dans la mesure où l'achat local est au cœur des priorités des entreprises.

<sup>5</sup> Le MIEP requière de ramener ces dépenses à l'endroit approprié. Ainsi, une partie du chiffre d'affaires des entreprises est comptabilisée comme une dépense des visiteurs. Cela s'avère nécessaire pour que les retombées soient estimées de la bonne façon.

<sup>6</sup> La valeur est toujours inférieure à 1 puisqu'une partie du chiffre d'affaires et des dépenses contribue à payer les taxes et autres produits importés de l'extérieur du Québec (voir figure 3).

**Tableau 2 Comparaison des effets multiplicateurs<sup>7</sup>**

Éléments étudiés	Multiplicateur
Hébergement et restauration (Québec, 2014)	1,46
Dépenses personnelles en services (Québec, 2014)	1,32
Dépenses des campeurs (Québec, 2012)	1,56
Dépenses de visiteurs (Nouveau-Brunswick, 2008)	2,37
Dépenses liées au tourisme d'aventure (Québec, 2014)	2,18
Entreprises touristiques de Girardville	1,68

En résumé, les dépenses initiales liées aux entreprises touristiques évoluant à proximité du site de la 11<sup>e</sup> chute se chiffrent à près de 0,77 M\$. Elles génèrent des retombées économiques (en termes de valeur ajoutée) d'environ 0,45 M\$. La circulation et la recirculation des dépenses initiales font fructifier les retombées dans l'ensemble de l'économie (spécifiquement celle de Girardville), pour des retombées finales de 0,76 M\$. Cette recirculation permet d'alimenter 3,7 emplois ETP supplémentaires et génère des recettes fiscales de près de 20 000 \$ pour les municipalités avoisinantes.

### Part associée à la présence de la 11<sup>e</sup> chute

Comme mentionné dans le portrait des entreprises touristiques, la majorité n'utilise pas directement le site de la 11<sup>e</sup> chute. En fait, seul Aventuraïd mentionne une utilisation directe pour l'initiation en eaux vives et indirecte en complément à ses autres activités. Toutefois, l'ensemble des entreprises locales mise sur le cadre naturel qui les entoure. Le site de la 11<sup>e</sup> chute fait partie intégrante de ce cadre. Pour cette raison, il s'avère plutôt hasardeux d'indiquer une fraction précise des retombées qui peut être attachée au site.

## 2.2.2 Valeur économique après le projet

La valeur économique entourant le site de la 11<sup>e</sup> chute va changer de deux façons une fois que le projet de minicentral et de parc écotouristique sera complété. Tout d'abord, l'aménagement touchera les entreprises touristiques qui gravitent autour du site. Si certaines profiteront d'un attrait complémentaire pour augmenter leur nombre de nouveaux visiteurs, une en particulier (Aventuraïd) pourrait potentiellement voir sa clientèle se montrer plus réticente. Dans une autre optique, la création du parc écotouristique attirera à coup sûr de nouveaux visiteurs. Cette section présente les variations anticipées en termes de valeur économique pour chacun de ces aspects.

À noter que cette partie de l'analyse se fait de façon *ex ante*, c'est-à-dire, prévisionnelle. Conséquemment, plusieurs hypothèses doivent être formulées, augmentant ainsi l'intervalle de confiance.

<sup>7</sup> Il faut noter que les multiplicateurs associés aux dépenses des visiteurs du Nouveau-Brunswick et aux dépenses en tourisme d'aventure sont plus élevés, en partie parce que leurs effets directs se trouvent relativement faibles.

## Valeur pour les entreprises touristiques

La principale question pour les entreprises touristiques consiste à savoir comment les aménagements affectent le potentiel d'attractivité. Pour répondre à cette question, il faut séparer les entreprises en trois groupes :

- Groupe A : Maison du Père Noël, Ferme forestière Ouasiemsca et Chevauchée Nordique
- Groupe B : Attractions Boréales
- Groupe C : Aventuraid

Pour le groupe A, il ne fait aucun doute que l'impact se veut, au mieux, positif, au pire, nul. Le nombre de visiteurs pourrait potentiellement augmenter, dépendamment du pouvoir d'attraction du parc écotouristique sur la clientèle locale. Par exemple, une personne de Chicoutimi, qui hésite à se rendre visiter La Maison du Père Noël, pourrait se décider finalement s'il peut également faire de la raquette à proximité. Ce genre d'effet est très difficile à prévoir. Pour le groupe A, l'hypothèse retenue dans le scénario optimiste prévoit une augmentation de l'achalandage de 5 % contre 0 % dans le scénario conservateur.

Dans le cas d'Attractions Boréales, l'hypothèse retenue, dans un scénario comme dans l'autre, suppose que le nombre de visiteurs restera inchangé. La clientèle qui visite l'entreprise vient de loin (Europe) et opte pour des forfaits de longue durée. La décision de visiter les environs de Girardville ne repose pas sur la présence ou non d'un parc écotouristique, mais bien sur l'expérience offerte (traîneau à chiens dans un décor sauvage). Le faible pouvoir d'attraction du parc écotouristique n'entre pas en ligne de compte dans la décision de cette clientèle.

Le cas d'Aventuraid ressemble à celui d'Attractions Boréales, à la différence que l'entreprise est située beaucoup plus près du site et en fait une utilisation directe. Assurément, l'aménagement entourant le projet de minicentrale ainsi que celui du parc écotouristique altèrent significativement le paysage avoisinant l'entreprise et atténuent le caractère sauvage de la rivière. Néanmoins, l'expérience offerte par Aventuraid déborde largement du site de la 11<sup>e</sup> chute et la réputation de l'entreprise (nombreuses mentions en tourisme) devrait grandement contribuer à limiter les impacts négatifs. Il faut également rappeler que le projet prévoit réserver un niveau minimum de débit, et ce, autant pour des considérations écologiques (préservation d'habitats et d'un site de fraie) qu'esthétiques (qualité visuelle de certaines composantes de la chute). De plus, selon les données de la Société de l'énergie communautaire du Lac-Saint-Jean, le site accueillera un important débit excédentaire de la mi-avril à la mi-juin. Bref, plusieurs efforts visent à limiter les effets indésirables.

Le plus grand risque qui persiste pour l'entreprise touche davantage l'acceptation sociale. En effet, une controverse autour du projet ferait une très mauvaise publicité, notamment auprès des kayakistes et canoéistes qui font partie de la clientèle d'Aventuraid. Afin de documenter de tels effets, un scénario plus pessimiste présente l'impact sur les retombées économiques d'une réduction de la clientèle de 30 % pour Aventuraid, soit l'équivalent d'une diminution importante des activités en eaux vives. Malgré tout, cette possibilité reste peu probable, et les acteurs responsables du projet doivent poursuivre leur étroite collaboration avec la communauté. D'ailleurs, pour atténuer les impacts négatifs au niveau des activités en eaux vives, certains aménagements au niveau de la rivière pourraient être réalisés en même temps que les travaux de construction afin de s'assurer que les activités de canot et de kayak puissent perdurer.

Le tableau suivant présente les résultats pour les divers scénarios. Le scénario conservateur équivaut au statu quo et reprend les estimations de la situation actuelle (moyenne). Le scénario optimiste présente les retombées supplémentaires potentielles advenant une hausse de l'achalandage dans le groupe A, alors que le scénario pessimiste tient compte d'une réduction des retombées économiques advenant une réduction considérable des activités d'Aventuraid.

**Tableau 3 Valeur économique générée par les entreprises touristiques de Girardville après le projet**

Type d'effet	Scénario optimiste		Scénario conservateur		Scénario très pessimiste	
	PIB (milliers \$)	Emploi (ETP)	PIB (milliers \$)	Emploi (ETP)	PIB (milliers \$)	Emploi (ETP)
Effet direct	+ 7,5	+ 0,1	450	11,7	(66,2)	(1,8)
Effet indirect	0,0	0,0	120	1,6	(19,3)	(0,3)
Effet induit	+ 3,6	+ 0,1	190	2,4	(27,6)	(0,3)
<b>TOTAL</b>	<b>+ 11,1</b>	<b>+ 0,2</b>	<b>760</b>	<b>15,7</b>	<b>(113,2)</b>	<b>(2,4)</b>

Il ressort que les avantages pour les entreprises touristiques de Girardville apparaissent somme toute assez modestes, même avec le scénario plus optimiste. Celles-ci dégagent des retombées supplémentaires d'un peu plus de 10 000 \$ et l'équivalent de 0,2 emploi ETP. À l'opposé, advenant une forte réaction du côté de la clientèle d'Aventuraid, l'effet sur les retombées dépasserait les 100 000 \$ et affecterait 2,4 emplois ETP. Rappelons cependant, encore une fois, que la probabilité d'un tel scénario apparaît très mince.

### Valeur du parc écotouristique

L'aménagement d'un parc sur le site de la 11<sup>e</sup> chute apporte une toute nouvelle infrastructure touristique à la municipalité de Girardville. Les principaux vecteurs qui attireront des visiteurs sur le site sont la boucle « Au fil des rivières », reliée à la véloroute des Bleuets, et le parc régional des Grandes Rivières. Les cyclotouristes qui passeront par Girardville pourront désormais y faire une halte stratégique et visiter le parc écotouristique. Ce faisant, ils passeront plus de temps à Girardville, augmentant du même coup les dépenses qu'ils y feront.

En ce qui a trait au PRGR, le nouveau point de service qu'offre le parc écotouristique s'ajoute naturellement à l'expérience proposée par les différents territoires du PRGR. Avec son site de camping rustique pouvant accueillir au plus une dizaine de campeurs, le parc écotouristique saura offrir une expérience qui se démarque. L'altération du paysage occasionné par les passerelles qui mènent à l'île ne constitue pas une perte du caractère sauvage de l'endroit. En effet, les parcs naturels sont depuis longtemps décomplexés par rapport à l'aménagement, le gain significatif en termes d'accessibilité se voulant davantage positif. Sans conteste, le pouvoir d'attractivité du PRGR, qui tend à augmenter avec le temps, saura rediriger une part non négligeable des visiteurs vers le parc écotouristique.

Certains intervenants ont mentionné qu'il était déjà possible d'apercevoir la chute en été. Toutefois, les nouveaux points de vue ainsi que la possibilité de faire une brève randonnée rehaussent sans conteste l'expérience entourant la 11<sup>e</sup> chute. Dans cette optique, plusieurs intervenants ont fait valoir que le parc ne devait pas se limiter à de simples panneaux d'interprétation. Des initiatives permettant de rehausser

l'expérience devront être développées pour assurer son succès. L'histoire forestière de la municipalité et la traite des fourrures pourraient être des thèmes à développer en plus de faire certains liens avec les activités des entreprises touristiques gravitant autour de la municipalité.

La grande question entourant le parc écotouristique demeure combien de personnes visiteront le site au cours d'une année et quel sera leur niveau moyen de dépenses. Malheureusement, il n'existe aucune statistique disponible en ce qui a trait à l'achalandage du PRGR. Parmi les parcs à proximité, il y a celui de la Pointe-Taillon, qui reçoit annuellement plus de 50 000 visiteurs. Il ne s'agit pas nécessairement d'un bon comparable puisque la taille et l'importance du parc écotouristique apparaissent 20 à 25 fois plus petites<sup>8</sup>. On retrouve également à proximité la réserve faunique Ashuapmushuan. Comme pour le PRGR, il n'existe pas de statistiques sur les randonneurs puisqu'aucun contrôle (aucun frais) ne s'applique. Il ressort tout de même qu'environ 1 500 à 2 000 jours-activités sont enregistrés en ce qui a trait au canot et au kayak. De façon plus pragmatique, le parc écotouristique offrira 10 sites de camping. En posant pour hypothèse un taux d'occupation de 70 % sur une période de près de 100 jours (mi-juin à mi-septembre) et une moyenne de 5 visiteurs par jour (excursionniste), on obtient un chiffre avoisinant les 2 500 visiteurs. Mises en commun, ces informations partielles tendent d'une certaine façon vers un achalandage situé quelque part entre 1 500 et 3 000 visiteurs annuellement. Une étude plus approfondie permettrait de documenter davantage ce point. Pour l'instant, les hypothèses retenues sont une fréquentation de 1 200 visiteurs dans le cadre du scénario pessimiste, 2 000 pour le scénario médian et 3 000 pour le scénario optimiste.

En ce qui concerne les dépenses, le tableau 4 présente les niveaux généralement attribués à certains types de visiteurs. Les visiteurs du parc écotouristique risquent fort probablement d'avoir un profil plus similaire à celui du campeur et du cyclotouriste vacancier, soit un niveau de dépenses avoisinant les 30 \$. Ce montant reste le même dans les trois scénarios.

**Tableau 4 Niveau de dépenses selon le type de visiteur**

Type de visiteur	Dépense
Touriste québécois – une nuit ou plus (Québec, 2012)	162 \$
Excursionniste québécois – aller-retour (Québec, 2012)	64 \$
Campeur (Québec, 2012)	30 \$
Cyclotouriste vacancier québécois (Québec, 2004)	25 \$

Le tableau suivant présente les résultats pour les divers scénarios. La valeur économique, en termes de retombées économiques du parc écotouristique, devrait se situer entre 25 000 et 60 000 \$ annuellement et générer un peu moins d'un emploi ETP.

<sup>8</sup> Estimation sommaire sur la base des caractéristiques et les activités proposées par les deux parcs.

**Tableau 5 Valeur économique générée par le parc écotouristique une fois l'aménagement complété**

Type d'effet	Scénario optimiste		Scénario médian		Scénario pessimiste	
	PIB (milliers \$)	Emploi (ETP)	PIB (milliers \$)	Emploi (ETP)	PIB (milliers \$)	Emploi (ETP)
Effet direct	29,9	0,6	20,0	0,4	12,0	0,3
Effet indirect	15,4	0,2	10,3	0,1	6,2	0,1
Effet induit	12,0	0,2	8,0	0,1	4,8	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>57,3</b>	<b>1,0</b>	<b>38,3</b>	<b>0,7</b>	<b>23,0</b>	<b>0,4</b>

### Lien interrives

Le dernier élément qui découle du projet consiste en un lien qui relie les rives nord et sud de la rivière Mistassini. Il paraît assez difficile d'associer une valeur économique à ce lien. Bien que tous reconnaissent qu'il s'agit d'un ajout intéressant, il n'a pas la capacité à lui seul de générer de véritables retombées. Cela s'avère d'autant plus avec l'arrivée imminente d'un véritable pont pouvant accueillir des véhicules motorisés légèrement au nord du site de la 11<sup>e</sup> chute.

Néanmoins, le lien interrives se veut une structure touristique supplémentaire ayant un intérêt indéniable pour la communauté. Le fait qu'il soit réservé à des véhicules non motorisés apparaît pour plusieurs comme un élément important permettant de préserver en partie le caractère naturel du site de la 11<sup>e</sup> chute. Il joue également un rôle majeur en ce qui concerne l'accès, alors que le site est actuellement ceinturé de propriétés privées. Enfin, ce lien permettrait, une fois pour toutes, au PRGR de créer un rapprochement entre les deux sections du parc situées de part et d'autre de la rivière. De plus, ce nouveau lien permettra de développer une randonnée de longue durée, incluant un camp de base au niveau de l'île.

## 2.3 Synthèse

La première partie de l'analyse se consacre à l'étude des retombées relatives aux entreprises touristiques gravitant autour du site de la 11<sup>e</sup> chute. À partir des résultats obtenus, certains scénarios ont été élaborés pour estimer de quelle façon les retombées évolueront une fois les aménagements complétés. Cette deuxième partie se veut, par définition, plus difficile à cadrer, étant donné son caractère prévisionnel.

Les résultats obtenus se résument ainsi :

- Les dépenses initiales qu'occasionnent les entreprises touristiques créent des retombées de près de 450 000 \$.
- En considérant l'effet multiplicateur qu'elles ont sur l'ensemble de l'économie, les retombées grimpent à 760 000 \$ et génèrent au total un peu plus de 15 emplois ETP.
- Ces valeurs s'expriment à l'échelle de la province, mais la grande majorité des retombées se répercutent sur Girardville et les municipalités voisines.

- Le projet de parc écotouristique a le potentiel de faire augmenter légèrement les retombées que généreront les entreprises touristiques dans une ampleur de 0 \$ à 10 000 \$.
- Le parc lui-même devrait dégager des retombées situées entre 25 000 \$ et 60 000 \$.
- Le projet dans son ensemble augmente donc les retombées de près de 50 000 \$ et crée environ l'équivalent d'un emploi à temps plein sur une base annuelle.

Le bilan se veut donc résolument positif, bien que d'une ampleur modeste. Tous les intervenants du milieu appuient le projet, mais posent la même condition : l'aménagement doit s'harmoniser à l'environnement et recevoir l'appui de la communauté. Bien que très peu probable, il demeure un certain risque pour l'une des entreprises phares du milieu. Ce risque peut être significativement amenuisé si, lors de la phase de construction, certaines améliorations sont apportées au lit de la rivière, permettant de maintenir les activités en eaux vives qui s'exercent actuellement.

## CONCLUSION

Le portrait des entreprises touristiques qui gravitent autour du site de la 11<sup>e</sup> chute a permis de mettre de l'avant un secteur fermement ancré dans le tourisme d'aventure et l'écotourisme. Comme l'indique leur analyse, les retombées ont un impact majeur sur la municipalité de Girardville. Le projet de minicentrale et d'aménagement d'un parc écotouristique ne devrait pas nuire aux activités des entreprises touristiques déjà établies et pourrait même légèrement bonifier le nombre de visiteurs. En termes de structures touristiques, l'aménagement du parc sur le site de la 11<sup>e</sup> chute vient bonifier une offre régionale déjà intéressante (PRGR, boucle « Au fil des rivières »). Au final, les aspects positifs du projet surplombent amplement les éléments négatifs.



# ANNEXE

**Grille utilisée lors des entretiens téléphoniques**



## LISTE NON EXHAUSTIVE DES SUJETS ABORDÉS LORS DE L'ENTREVUE TÉLÉPHONIQUE

- Description générale de l'entreprise :
  - Depuis combien d'années elle existe
  - Taille (nombre d'employés)
  - Période d'activité (quels mois, intensité, etc.)
  - Distance du site de la 11<sup>e</sup> chute
  - **Chiffre d'affaires \*\*\*confidentiel\*\*\***
  
- Activités offertes
  - Attrait que représente la 11<sup>ième</sup> chute pour l'entreprise
  - % utilisant directement le site de la 11<sup>ième</sup> chute
  - % utilisant indirectement le site de la 11<sup>ième</sup> chute
  - Impact de l'amélioration de l'accès
  - Impact de l'altération du paysage (perte du caractère sauvage (vs) nouveau point de vue)
  - Attrait que représente le parc écotouristique, bonification de l'offre ?
  - Impact du lien interrives
  - BILAN : positif ou négatif
  
- Profil de la clientèle
  - Nombre de visiteurs annuel
  - Dépenses par visiteur
  - Provenance (% SLSJ, % Québec, % CAN/US, % Europe, etc.)
  - Marché ciblé
  
- Synthèse
  - Opinion générale
  - Particularité du site de la 11<sup>ième</sup> chute
  - Offre de service avant/après
  - Autres sujets...