



Les ressources récréotouristiques

[ENTRER](#)

[RETOUR AU MENU](#)



Table des matières

6.	LES RESSOURCES RÉCRÉOTOURISTIQUES ET RÉCRÉATIVES	526
6.1	L'HISTORIQUE DES RESSOURCES RÉCRÉOTOURISTIQUES ET RÉCRÉATIVES	526
6.2	LA DESCRIPTION DES PRINCIPAUX ATTRAITS	527
6.2.1	Les attraits touristiques majeurs	528
6.2.1.1	Le Parc National Forillon	528
6.2.1.2	Le Parc de l'Île Bonaventure et du Rocher Percé.....	529
6.2.1.3	Le Parc de Miguasha	529
6.2.1.4	Le Parc de la Gaspésie.....	530
6.2.1.5	Le Banc de Carleton	530
6.3	L'HÉBERGEMENT ET LA VILLÉGIATURE	530
6.4	LE PATRIMOINE ET LA CULTURE.....	534
6.5	LES ACTIVITÉS DE PLEIN AIR.....	537
6.6	LES ACTIVITÉS AQUATIQUES.....	539
6.7	LE PROFIL DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE.....	539
6.8	LES ORGANISMES ET ENTREPRISES IMPLIQUÉS DANS LA RÉCRÉATION	541
6.8.1	L'Association touristique de la Gaspésie (A.T.R.).....	541
6.8.2	Le groupe Action Tourisme Baie-des-Chaleurs	542
6.8.3	L'Office du tourisme et des congrès de Gaspé.....	542
6.8.4	La Table tourisme Denis-Riverin, secteur Haute Gaspésie	543
6.8.5	L'Office du tourisme de Percé.....	544
6.8.6	L'Unité régionale loisirs et sports Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine.....	545
6.9	LE CONSEIL RÉGIONAL DE CONCERTATION ET DEDÉVELOPPEMENT DE LA GASPÉSIE ET DES ÎLES (CRCD).....	546
6.10	LA CHAMBRE DE COMMERCE DE LA GASPÉSIE ET DES ÎLES-DE-LA- MADELEINE.....	547
6.11	LE POTENTIELRÉCRÉOTOURISTIQUE ET RÉCRÉATIF	548
6.11.1	Le potentiel récréotouristique et récréatif du secteur agroforestier en forêt privée.....	549
6.11.2	L'expérience de la Forêt modèle du Bas Saint-Laurent sur l'affluence possible au niveau touristique.....	550

Table des matières (suite)

6.12 L'ANALYSE DU POTENTIEL TOURISTIQUE PAR MRC	551
6.13 LA PROBLÉMATIQUE	557
6.13.1 La problématique régionale	557
6.14 LES FREINS AU DÉVELOPPEMENT	559

Liste des tableaux

Tableau 1 : Les sites de camping par territoire de MRC (saison 98-99).....	532
Tableau 2 : Les principaux biens culturels et arrondissements naturels sur le territoire gaspésien.....	534
Tableau 3 : La fréquentation par attrait touristique en Gaspésie, étés ⁽¹⁾ 1995 et 1996.....	536
Tableau 4 : Aperçu de l'offre récréotouristique reliée aux principales activités de plein air par territoire de MRC.....	538
Tableau 5 : Les produits actuels et potentiels par saison pour les touristes.....	548
Tableau 6 : L'analyse du potentiel touristique - <i>MRC Avignon</i>	552
Tableau 7 : L'analyse du potentiel touristique - <i>MRC Bonaventure</i>	553
Tableau 8 : L'analyse du potentiel touristique - <i>MRC Rocher-Percé</i>	554
Tableau 9 : L'analyse du potentiel touristique - <i>MRC Côte-de-Gaspé</i>	555
Tableau 10: L'analyse du potentiel touristique - <i>MRC Denis-Riverin</i>	556

Liste des annexes

Annexe 1:	Les cartes touristiques par territoire de <i>MRC</i>	560
Annexe 2:	Les 20 produits touristiques les plus souvent mentionnés de la Gaspésie	566
Annexe 3:	Fréquentation des bureaux d'information touristique (BIT)	568
Bibliographie		573

6. LES RESSOURCES RÉCRÉOTOURISTIQUES ET RÉCRÉATIVES

6.1 L'HISTORIQUE DES RESSOURCES RÉCRÉOTOURISTIQUES ET RÉCRÉATIVES

C'est à partir de 1850 que le tourisme de villégiature prend son essor. Des membres de l'aristocratie britannique et de la haute bourgeoisie canadienne et américaine se rendent annuellement en Gaspésie. De nombreuses villas se sont construites à Carleton, New Carlisle, Percé et Gaspé.

«Les villégiateurs s'embarquaient à Montréal et à Québec sur l'un des navires de la *Quebec & Gulf Ports Steamships Co.* Fonctionnaires royaux, riches américains et hommes politiques y venaient surtout pour chasser et pour pêcher». À cette époque, Carleton était la destination la plus populaire. Ce n'est qu'avec l'arrivée du chemin de fer à Paspébiac, au début du 20^e siècle, que plusieurs hôtels se construiront sur les rives gaspésiennes. Le nombre de touristes augmente encore lorsque le rail se rend jusqu'à Gaspé en 1911. En 1936, on dénombre 36 hôtels sur les rives gaspésiennes en plus de nombreuses maisons de pension et de "cabines"¹.

L'apparition de l'automobile donne accès à un plus grand nombre de visiteurs. On estime que jusqu'à la fin de la guerre, de 20 000 à 50 000 touristes se rendent annuellement en Gaspésie. La publicité du gouvernement provincial y a joué un grand rôle. C'est la région de Percé et de l'Île Bonaventure qui attire le plus de visiteurs.

L'industrie touristique connaît un ralentissement durant la guerre. Avec un circuit unique où le voyageur découvre des paysages sans cesse renouvelés, il n'est donc pas surprenant que la Gaspésie soit envahie après la guerre par un nombre considérable de touristes. La saison touristique dure peu longtemps: de la fin de juin au début septembre. «Mais 80 000 à 100 000 personnes font annuellement le *Tour de la Gaspésie* dans les années 50 et dépensent dans la région quelque quatre millions de dollars (4 000 000.\$)»¹.

¹ BÉLANGER, Jules, Marc DESJARDINS et Yves FRENETTE, *Histoire de la Gaspésie*, Boréal Express/Institut québécois de recherche sur la culture. Pages 610 et 618.

Les touristes qui fréquentaient la Gaspésie à cette période provenaient du Canada et des États-Unis dans une proportion de 52% et 47% respectivement. Les touristes québécois (75%) et ontariens (20%) composaient la clientèle canadienne. Il faut noter que l'intérieur de la péninsule a attiré de nombreux touristes. D'ailleurs, le Parc de la Gaspésie, créé en 1937, est un lieu très fréquenté dans les années cinquante.

Enfin, la création du Parc Forillon en 1971, premier parc fédéral au Québec, a lui aussi participé à attirer de nombreux visiteurs en région. Couplé à l'arrondissement naturel de la région de Percé, ce parc national a permis de faire de la sous-région touristique de *la Pointe* un des endroits les plus visités de la Gaspésie.

6.2 LA DESCRIPTION DES PRINCIPAUX ATTRAITS

La Gaspésie est reconnue comme une destination touristique depuis de nombreuses années. L'intérêt touristique tient d'abord à ses composantes culturelles, à l'originalité et à la beauté de ses paysages ainsi qu'à ses infrastructures d'accueil. Les principaux pôles d'attraction touristiques reconnus sont Percé, Forillon-Gaspé, Carleton et Mont Saint-Pierre entre lesquels se sont ajoutés plusieurs autres sites.

Les attraits naturels offrent entre autres plusieurs rivières reconnues pour la pêche sportive au saumon de l'Atlantique. Les rivières Cap-Chat, Sainte-Anne, York, Dartmouth, Saint-Jean, Grande-Rivière, Bonaventure, Cascapédia, Nouvelle, Matapédia et Restigouche, pour ne nommer que celles-là, constituent une part importante du patrimoine naturel aquatique de la Gaspésie. L'arrière-pays dominé par le milieu forestier est également exploité à des fins récréatives. Des ZEC, des pourvoiries et des réserves fauniques offrent une gamme de services et attirent de nombreux pêcheurs et chasseurs dans la région. On y compte également une foule d'activités originales telles des élevages ou des cultures spécialisés participant à mettre en valeur les secteurs agricole et forestier.

En plus des attraits naturels, il existe de nombreux villages pittoresques alors que les pôles de services tels Sainte-Anne, Percé, New Richmond et Gaspé offrent des facilités de congrès et d'hébergement et des attraits culturels intéressants.

Nous avons classé les activités à caractère touristique en plusieurs thèmes.

- Attraits touristiques majeurs
- Hébergement et villégiature
- Patrimoine et culture
- Plein air
- Activités aquatiques

6.2.1 Les attraits touristiques majeurs

Les descriptions des principaux parcs ou refuges les plus fréquentés sont issues d'un document réalisé par la Zone Intervention Prioritaire (ZIP) en 1997.

6.2.1.1 Le Parc National Forillon

Le *Parc National Forillon* occupe la pointe orientale de la péninsule gaspésienne. Il est administré par Parcs Canada. Il est devenu une destination pour un nombre grandissant de visiteurs. D'une superficie de 244,8 km² essentiellement boisé, le parc comprend aussi 4,4 km² de milieu marin bordant la péninsule (Environnement Canada, 1994c). Son organisation repose donc sur des aménagements semi-intensifs tels que des pôles accessibles liés par un corridor d'accès unique. Les principaux pôles d'activités sont les secteurs de Trait Carré, Cap-des-Rosiers, Cap-Bon-Ami, Penouille, Fort-Péninsule, Petit-Gaspé et Grande-Grave. Ces secteurs présentent une organisation hiérarchisée de l'intensif vers l'extensif afin de respecter la capacité de support du milieu naturel.

Du point de vue récréotouristique, l'intérêt particulier du *Parc National Forillon* se concentre sur la frange littorale de la péninsule. Les activités de randonnée y sont privilégiées pour offrir aux visiteurs un contact avec l'environnement du parc. Des sentiers de randonnée pédestre de courte et moyenne durée, un corridor polyvalent (l'Anse-au-Griffon) réservé à l'usage des piétons, cyclistes, cavaliers et skieurs sont aménagés. Les activités relatives à la découverte du milieu marin telles que la plongée sous-marine et le kayak de mer y sont offertes. Les havres de Cap-des-Rosiers et de Grande-Grave sont considérés comme les lieux d'accès (départ et arrivée) pour les bateaux de croisière.

6.2.1.2 Le Parc de l'Île Bonaventure et du Rocher Percé

Le *Parc Provincial de L'Île Bonaventure et du Rocher Percé* est situé dans le golfe du Saint-Laurent à l'extrémité est de la péninsule gaspésienne. Il est administré par le ministère de l'Environnement et de la Faune du Québec. Le Rocher Percé est localisé à 200 mètres de la côte. Quant à l'Île Bonaventure on la retrouve à quatre (4) kilomètres face au village de Percé.

Au parc, les visiteurs peuvent s'adonner à la randonnée pédestre sur une quinzaine de kilomètres de sentiers qui offrent de nombreux points d'observation. Outre la promenade, les visiteurs peuvent pratiquer des activités spéciales telles que l'interprétation du patrimoine historique (Manoir LeBoutillier) et l'interprétation du milieu naturel (milieu marin et colonies d'oiseaux de mer). Au total, six activités d'interprétation sont offertes au *Parc de l'Île Bonaventure et du Rocher Percé*. Un service de traversier permet d'accéder à l'Île Bonaventure qui est dotée d'un poste d'accueil pour les visiteurs.

6.2.1.3 Le Parc de Miguasha

Le *Parc Provincial de Miguasha* est situé à l'embouchure de la rivière Ristigouche et de la baie des Chaleurs. Il est l'un des plus prestigieux sites fossilifères au monde dû aux poissons à poumon qui y sont fossilisés. Les fossiles qu'on y retrouve datent d'environ 370 millions d'années correspondant à la période géologique dévonienne. L'exploitation du potentiel interprétatif lié à la paléontologie a orienté le développement du parc. Le parc est administré par le ministère de l'Environnement et de la Faune du Québec.

La principale activité du *Parc de Miguasha* est la visite guidée qui propose une tournée du centre d'interprétation, du laboratoire de recherche et des falaises. Le dégagement des fossiles dans la falaise amène les visiteurs à se familiariser avec les instruments utilisés. Des guides-animateurs informent les visiteurs sur les techniques de fouilles et de recherches de fossiles. Un sentier pédestre aménagé sur une distance de 1,9 km comporte des panneaux d'interprétation traitant de l'évolution de la vie sur la planète.

6.2.1.4 Le Parc de la Gaspésie

Le *Parc de la Gaspésie* est situé dans l'arrière-pays à partir de Sainte-Anne-des-Monts entre le fleuve Saint-Laurent et la baie des Chaleurs. C'est un parc de conservation qui fait partie du réseau des parcs québécois. Bien que situé à l'extérieur des limites du secteur d'étude, le *Parc de la Gaspésie* constitue un attrait naturel touristique majeur dans la région. D'une superficie de 802 km², le territoire comprend d'innombrables attraits tels que les plateaux des monts Jacques-Cartier et Albert, des pergélisols et sols polygonaux situés aux sommets de ces monts, des peuplements forestiers dominés par des conifères, une flore arctique alpine constituée de nombreuses espèces rares, le seul troupeau de caribous des bois situé au sud du fleuve Saint-Laurent et une faune diversifiée et abondante. Des sentiers pédestres de courtes et longues randonnées totalisent près de 130 km et offrent aux visiteurs de tout azimut un panorama exceptionnel.

6.2.1.5 Le Banc de Carleton

Localisé dans la région de la Baie-des-Chaleurs, le *Banc de Carleton* est un site récréatif permettant l'observation d'oiseaux aquatiques dont la Sterne pierregarin nichant à l'extrémité sud du banc. Depuis 1995, ce site est désigné Refuge faunique du Barachois-de-Carleton. Toujours à Carleton, on retrouve le *Banc de Larocque* situé à proximité de ce dernier. On y trouve une plage et un camping.

6.3 L'HÉBERGEMENT ET LA VILLÉGIATURE

Cette section traitera de l'hébergement de la région, à l'étude, selon deux aspects: la capacité d'accueil des établissements d'hébergement d'une part et celle des sites de camping et des lieux de villégiature (résidences secondaires et chalets) d'autre part.

Les services d'hébergement se caractérisent par leur diversité dans le type d'établissements répertoriés. On distingue des établissements hôteliers, des gîtes du passant, des camps ou chalets meublés, des campings, etc. On peut constater qu'à elles seules, les municipalités de Percé et de Gaspé réunissent environ 1 600 chambres, soit plus de la moitié de la capacité d'accueil de la région.

La péninsule attire toujours un nombre de campeurs adeptes de l'écotourisme. Pour cette clientèle, le camping est une activité privilégiée. En 1997, on recensait plus de 43 sites de camping dans la péninsule pour une capacité d'accueil d'environ 3 174 emplacements (tableau 1), dont 19 sites se retrouvent sur la rive nord gaspésienne et 24 dans la Baie-des-Chaleurs. Les villes de Sainte-Anne-des-Monts, Gaspé et Carleton offrent les plus grandes possibilités d'accueil. Le camping du Parc National Forillon est l'un des plus importants quant au nombre de campeurs.

Le taux d'occupation de l'hébergement commercial (hôtellerie) en Gaspésie en 1995, se situait à 38.9%, soit une baisse par rapport à 1994 dont le taux était de 41.2%. L'année 1997 montre une légère augmentation avec un taux de 46.8% et une capacité d'hébergement de 4 397 personnes.

En ce qui a trait aux terrains de camping, le taux se situait à 52% pour la saison 1995 comparativement à 45.1% pour la saison 1994.

La taux de fréquentation maximum de la saison touristique démontre que seulement les mois de juillet et d'août semblent dépasser le seuil de 50% d'occupation alors que le but fixé par l'hôtellerie en général est de 60% de moyenne à l'année longue.

Tableau 1 : Les sites de camping par territoire de MRC (saison 98-99)

MRC AVIGNON		
<i>Municipalité</i>	<i>Raison sociale</i>	<i>Emplacement</i>
Carleton	Camping Carleton *	227
Saint-Omer	Camping Aux Flots Bleus *	76
Escuminac	Camping Parc Fleurantide	50
Nouvelle	Camping Anse-aux-Pirates *	16
Nouvelle	Camping Zec de la Rivière Nouvelle	23
Nouvelle	Camping de l'Érablière	28
Pointe-à-la-Croix	Camping du Parc	45
	TOTAL	465

MRC BONAVENTURE		
<i>Municipalité</i>	<i>Raison sociale</i>	<i>Emplacement</i>
New Carlisle	Camping Moulin Rouge	90
New Carlisle	Camping Maison Hamilton	22
Bonaventure	Camping Cime Aventure	30
Bonaventure	Camping Plage Beaubassin	167
Bonaventure	ZEC Aur Rapide Plat	5
Bonaventure	ZEC 1 ^{ère} Est	20
Caplan	Camping Ruisselet	140
New Richmond	Camping ZEC Petite Cascapédia	15
	TOTAL	489

MRC ROCHER-PERCÉ		
<i>Municipalité</i>	<i>Raison sociale</i>	<i>Emplacement</i>
Percé	Camping de l'Auberge Gargantua	22
Percé	Camping Baie de Percé	166
Percé	Camping Le Phare	100
Percé	Camping Hôtel Môtel Vibert	60
Percé	Camping Le Panorama de Percé	80
Percé	Camping Côte Surprise	70
Sainte-Thérèse	Camping Domaine du Sapin Vert	150
Pabos Mills	Camping Du Bourg de Pabos	35
Port-Daniel	Camping Réserve faunique Port-Daniel *	38
	TOTAL	721

* Sites non inscrits au guide de l'ATR 1998-99.

Tableau 1 (suite)

MRC CÔTE-DE-GASPÉ		
<i>Municipalité</i>	<i>Raison sociale</i>	<i>Emplacement</i>
Grande-Vallée	Camping au Soleil Couchant	80
Gaspé	Camping du Parc *	55
Gaspé	Camping Fort Ramsay	42
Gaspé	Camping Gaspé	48
Cap-aux-Os	Camping Baie de Gaspé	100
Parc National Forillon	Camping Bon Ami	42
Parc National Forillon	Camping Des-Rosiers	155
Parc National Forillon	Camping Petit-Gaspé	171
Murdochville	Camping Plein Air Lac York *	75
	TOTAL	768

MRC HAUTE-GASPÉSIE		
<i>Municipalité</i>	<i>Raison sociale</i>	<i>Emplacement</i>
Capucins	Camping de la Baie	40
Cap-Chat	Camping Hôtel Fleur de Lys	24
Cap-Chat	Camping au Bord de la Mer	64
Sainte-Anne-des-Monts	Camping des Monts	150
Mont St-Pierre	Camping du Pont	45
Mont St-Pierre	Camping municipal	163
Anse-Pleureuse	Camping de l'Anse-Pleureuse	18
Parc de la Gaspésie	Camping Lac Cascapédia, de la Rivière, la Galène et Mont-Albert	223
Marsoui	Camping municipal	20
Rivière-Madeleine	Camping Bel Air	15
Rivière-Madeleine	Camping Lac-au-Diable	15
	TOTAL	777
	TOTAL CINQ MRC	3 220

* Sites non inscrits au guide de l'ATR 1998-99.

6.4 LE PATRIMOINE ET LA CULTURE

Le patrimoine concerne le cadre naturel et le cadre bâti en raison des nombreux ensembles qui sont le reflet de l'occupation du territoire et du développement socio-économique de la région.

La colonisation de la péninsule par les pêcheurs a laissé des vestiges aujourd'hui identifiés comme des sites historiques tels le *Banc de Paspébiac*. Le lieu historique de la Bataille de la Ristigouche reconnu par le Patrimoine canadien témoigne quant à lui de la traversée de la flotte de ravitaillement dépêchée au secours de la Nouvelle-France en 1760.

Plusieurs ensembles patrimoniaux sont d'ailleurs reconnus dans les schémas des MRC sans toutefois être visés par la loi sur les biens culturels du Québec.

Tableau 2: Les principaux biens culturels et *arrondissements naturels* sur le territoire gaspésien

LIEU	DESCRIPTION	STATUT
MRC AVIGNON		
Pointe-à-la-Croix	Maison Busteed ou Bordeaux House	Monument historique
Pointe-à-la-Croix	Lieu historique de la Bataille de Ristigouche	Lieu historique national
MRC BONAVENTURE		
Paspébiac	Banc de pêche	Site historique
New Carlisle	Maison René-Lévesque	Monument historique
New Richmond	Magasin général J.A. Gendron	Monument historique
MRC ROCHER-PERCÉ		
Percé	Arrondissement naturel de Percé	Arrondissement naturel
Pabos-Mills	Complexe commercial des pêches de Pabos	Site historique
Port-Daniel	Presbytère du Mont-Carmel	Monument historique
MRC CÔTE-DE-GASPÉ		
Gaspé	Ash Inn	Monument historique
Gaspé	Manoir LeBoutillier	Monument historique
MRC DENIS-RIVERIN		
Sainte-Anne-des-Monts	Maison Lamontagne	Monument historique
Sainte-Anne-des-Monts	Phare Maritime	Monument historique

On peut ajouter à ces sites, plusieurs autres centres d'intérêt dont :

- Le Bioparc de Bonaventure;
- Le Centre d'interprétation de la Culture Micmac de Ristigouche;
- Le Fort Listiguj de Pointe-à-la-Croix ;
- Le Musée acadien de Bonaventure;
- Le Centre Héritage Britannique de New Richmond;
- Les Grottes de Saint-Elzéar;
- Le Centre d'interprétation du cuivre de Murdochville;
- Le Centre d'interprétation de la pêche contemporaine de Rivière-au-Renard;
- Le site Mary Travers (La Bolduc) de Newport;
- L'oratoire du Mont Saint-Joseph de Carleton;
- Le Musée de la Gaspésie de Gaspé;
- Les Crevasses de Percé.

En Gaspésie, peu de sites historiques se retrouvent en forêt privée. Mentionnons cependant le Bourg de Pabos à Pabos-Mills et le Centre d'interprétation archéologique de la Martre.

Ce type d'activités a attiré en 1996 plus de 75 000 personnes soit environ 15% de la clientèle ayant visité les principaux sites. Deux groupes sont ciblés pour la visite de ces lieux à savoir: les personnes âgées (groupes d'Âge d'or) et les groupes scolaires.

Selon un sondage de 1992-1993 effectué par la Firme Léger et Léger, environ 40% des activités réalisées par les touristes sont de type culturel et les activités recherchées sont:

- | | |
|--|-----|
| ▪ La visite de musées et de centres d'interprétation | 55% |
| ▪ La visite de sites historiques | 15% |
| ▪ La visite de sites archéologiques | 15% |
| ▪ L'observation de la faune | 10% |
| ▪ Les cinémas, spectacles et pièces de théâtre | 5% |

Tableau 3: La fréquentation par attrait touristique en Gaspésie, étés ⁽¹⁾ 1995 et 1996

Région touristique	Été 1995 ⁽¹⁾	Été 1996 ⁽²⁾	Variation ⁽³⁾ 96/95 %
	Nombre	Nombre	
Gaspésie	542 536	512 201	-5.59
- Centre Héritage Britannique de la Gaspésie	12 958	10 942	-15.6
- Centre d'interprétation du saumon de l'Atlantique	22 097	18 760	-15.1
- Croisières Carleton-Les Îles	---	---	---
- Les Bateliers de Percé Inc.	26 835	29 992	11.8
- Les Jardins de Métis	---	85 168	---
- Lieu historique de la Bataille de Ristigouche	20 958	16 221	-22.6
- Musée acadien du Québec	15 691	13 836	-11.8
- Musée de la Gaspésie	19 697	21 861	11.0
- Parc de la Gaspésie	140 768	141 718	0.7
- Parc de l'Île Bonaventure et du Rocher Percé	72 398	62 715	-13.4
- Parc Miguasha	33 283	26 258	-21.1
- Parc National Forillon	166 896	159 858	-4.2
- Set Ha (tours guidés)	42 102	---	---
- Site touristique du Banc-de-Paspébiac	10 955	10 040	-8.4
Ensemble du Québec	12 781 148	11 828 985	-7.4%

Sources : Statistiques Québec, Tourisme Québec.

6.5 LES ACTIVITÉS DE PLEIN AIR

En ce qui concerne les activités reliées à l'utilisation des ressources fauniques, il existe quelques pourvoiries de chasse et de pêche qui opèrent sur le territoire particulièrement dans l'arrière-pays forestier. On dénombre 16 pourvoiries dans la région, 12 zones d'exploitation contrôlée (ZEC), 5 piscicultures et 19 étangs de pêche. La répartition de ces infrastructures figure pour chaque MRC au chapitre 4.

Il est à noter que dix des douze ZEC du territoire sont axées uniquement sur la gestion de la ressource du saumon qui représente un impact économique important pour la région.

Pour ce qui est du tourisme d'aventure, il est présentement en pleine expansion en Gaspésie et au Canada. Les activités sont principalement axées sur les produits suivants :

- Le canotage, le kayak et la descente de rapides;
- La randonnée pédestre;
- La randonnée équestre;
- L'observation de la nature et de la faune;
- La randonnée à bicyclette.

Il est à noter que les deux principaux parcs gaspésiens (Parc Forillon et Parc de la Gaspésie) attirent annuellement plus de 300 000 visiteurs. Le tourisme d'aventure d'hiver est concentré sur la motoneige, le ski de randonnée et le traîneau à chiens.

Vous trouverez à la page suivante un aperçu de l'offre touristique des activités de plein air par territoire de MRC de la région.

Tableau 4: Aperçu de l'offre récréotouristique reliée aux principales activités de plein air par territoire de MRC

MRC AVIGNON		
Municipalité	Nom de l'entreprise	Activités
Carleton	Club Mont-Carleton + sentier pédestre Carleton-Maria	Motoneige, marche
Pointe-à-la-Croix	Ski Mont-Restigouche	Ski alpin
Pointe-à-la-Croix	Club sportif Marquis de Malauze inc.	Motoneige
Pointe-à-la-Croix	Lieu historique national de la Bataille-de-Restigouche	Interprétation
Nouvelle	Centre de plein air Pointe-aux-Corbeaux	Activités terrestres et nautiques
Nouvelle	Club Équinoxe	Équitation
Matapédia	Le Petit Chamonix	Ski alpin
MRC BONAVENTURE		
Bonaventure	Ranch du Vallon	Équitation
Bonaventure	Cime Aventure inc.	Canot et kayak de mer
Bonaventure	Club de motoneige Tourbillon inc.	Motoneige
Paspébiac	Club de motoneige Les Aigles Blancs inc.	Motoneige
New Richmond	Centre de ski Pin Rouge	Ski alpin
New Richmond	Club Les Chevaliers de la motoneige inc.	Motoneige
MRC ROCHER-PERCÉ		
Percé	Parc de l'Île Bonaventure et du Rocher-Percé	Activités terrestres et nautiques
Percé	Club nautique de Percé	Plongée sous-marine
Pabos-Mills	Base de plein air de Bellefeuille	Activités terrestres et nautiques
Chandler	Club Les Sentiers Blancs	Motoneige
MRC CÔTE-DE-GASPÉ		
Gaspé	Parc national Forillon	Activités terrestres et nautiques
Gaspé	Base de plongée Forillon	Plongée sous-marine
Gaspé	Centre d'amusement Béchervaise	Ski alpin
Gaspé	Club de motoneige Les Bons Copains inc.	Motoneige
MRC DENIS-RIVERIN		
Mont-Saint-Pierre	Ski-Choc	Ski alpin
Mont-Saint-Pierre	Carre Four Aventure	Ski de randonnée, kayak de mer, vélo
Mont-Saint-Pierre	Centre de renseignements sur le Vol libre et d'accueil touristique	Deltaplane et parapente
Sainte-Anne-des-Monts	Association des motoneigistes du Mont-Logan	Motoneige
Tourelle	Club de motoneige de Tourelle	Motoneige
Sainte-Madeleine-de-la-Rivière-Madeleine	Club de motoneige Les Rapides Blancs inc.	Motoneige
Sainte-Anne-des-Monts	Destination Chic-Choc	Ski de randonnée
Sainte-Anne-des-Monts	Parc de la Gaspésie	Activités terrestres
Capucins	Barachois	Interprétation des oiseaux
Cap-Chat	Parc éolien	Interprétation
Rivière-à-Claude – Marsoui	La Forêt Habitée de la Haute Gaspésie	Randonnée pédestre
Rivière-à-Claude	Ferme forestière Domaine Andante	Randonnée pédestre

6.6 LES ACTIVITÉS AQUATIQUES

La péninsule gaspésienne offre un très bon potentiel pour des activités nautiques. Le territoire est quasi entouré d'eau et abrite plusieurs plages de sable idéales pour la baignade. Le territoire est également sillonné par de nombreuses rivières à saumon et des lacs où on y pratique la pêche des salmonidés.

Des infrastructures nautiques telles que marinas, quais, rampes de mise à l'eau, sont localisées sur le littoral gaspésien. Plusieurs petites entreprises offrent des services de croisières en mer.

Le Parc National Forillon abrite une faune très riche dont des milliers d'oiseaux marins nichant dans les falaises. Le parc de l'Île Bonaventure et du Rocher Percé est aussi un endroit unique pour l'observation de colonies d'oiseaux marins. Également à ces deux endroits, le touriste peut profiter d'excursions d'observation des baleines, des croisières de pêche et de sites exceptionnels pour la pratique de la plongée sous-marine. Dans la Baie-des-Chaleurs, des croisières sont offertes à partir de Carleton.

Quant aux rivières à saumon et aux lacs du territoire, ils sont décrits au chapitre 3 du présent document. Outre ces derniers, les activités nautiques en forêt privée sont relativement peu développées.

6.7 LE PROFIL DE LA CLIENTÈLE TOURISTIQUE

La clientèle touristique fréquentant la péninsule gaspésienne est composée de deux principaux groupes, soit les touristes québécois et les touristes européens, principalement les Français et les touristes américains et canadiens anglais.

En 1997, sur un total de 229 625 visiteurs qui ont fréquenté les bureaux d'information de la région touristique de la Gaspésie, 65% des visiteurs étaient d'origine québécoise et 13% d'origine française.

Une analyse plus poussée des motifs de voyage des touristes et des excursionnistes québécois ayant fréquenté la Gaspésie en 1992 et 1995 indique les motifs suivants:

- Les visites parents-amis: 189 000 (47.7%, 1992) et 233 000 (40.3%, 1995);
- Les visites d'agrément: 127 000 (32.0%, 1992) et 283 000 (48.8%, 1995).

Ces chiffres confirment la progression du tourisme d'agrément comparativement aux visites parents-amis. On a constaté aussi que la clientèle américaine provient principalement de la Nouvelle-Angleterre. L'étude a permis d'analyser les deux principales clientèles et de faire ressortir les points suivants:

La clientèle québécoise

- 93% voyagent en automobile;
- Les groupes sont composés de:
 - 1 personne 31.8%
 - 2 personnes 41.2%
 - 3 personnes 10.6%
- 40% se rendent chez des parents-amis;
- 49% visitent par agrément;
- 28% de Montréalais, 15% de Québécois et 10% de Rimouskois;
- La durée moyenne du voyage est approximativement 5,2 nuitées.

La clientèle étrangère sauf celle des États-Unis

- 46% voyagent en groupe de 1 à 2 personnes;
- 74% viennent de la France;
- 69% des groupes composés d'adultes de 1 à 3 personnes;
- La durée moyenne est de deux nuitées.

Source : ATR Gaspésie, 1997.

6.8 LES ORGANISMES ET ENTREPRISES IMPLIQUÉS DANS LA RÉCRÉATION

On dénombre neuf organismes régionaux ou sous-régionaux qui regroupent les principaux intervenants impliqués dans la récréation et le tourisme.

6.8.1 L'Association Touristique Régionale de la Gaspésie (A.T.R.)

L'Association Touristique Régionale (A.T.R.), en tant que représentant des divers intervenants touristiques de la région, joue un rôle important de concertation et de catalyseur dans son milieu. L'A.T.R. Gaspésie est autonome dans ses actions au plan de sa gestion et de son développement tout en respectant un plan d'ensemble et cela, en concertation avec leur milieu et Tourisme Québec.

Le financement des A.T.R. se fait en grande partie par l'implication financière des intervenants régionaux, par leur membership, leur participation à différents programmes de promotion et de développement de Tourisme Québec. Ce dernier contribue financièrement par des programmes d'aide au fonctionnement et par différents programmes tels la publicité coopérative, la promotion coopérative et pour tout autre programme jugé pertinent. L'A.T.R. Gaspésie œuvre dans quatre secteurs : le développement, la promotion, l'accueil, l'information et les grands Prix du Tourisme.

Adresse: 357, route de la Mer
Sainte-Flavie (Québec) G0J 2L0
Tél: 418-775-2223 ou 1-800-463-0323
Fax: 418-775-2234

La région touristique de la Gaspésie a été divisée en quatre secteurs ayant comme point de départ et d'arrivée Sainte-Flavie.

<i>La Côte:</i>	<i>De Sainte-Flavie à Mont-St-Pierre</i>	<i>223 km</i>
<i>La Pointe:</i>	<i>De l'Anse-Pleureuse à Newport</i>	<i>323 km</i>
<i>La Baie-des-Chaleurs:</i>	<i>De Gascons à Ristigouche</i>	<i>192 km</i>
<i>La Vallée:</i>	<i>De Matapédia à Mont-Joli</i>	<i>147 km</i>

Plus de cent organismes sont membres de cette association qui produit annuellement un guide touristique regroupant les principales activités, les hôtels, les parcs, les campings, les gîtes, etc.

6.8.2 Le groupe Action Tourisme Baie-des-Chaleurs

Ce groupe a été créé en 1997. Il a pour objectif de développer le potentiel touristique de la Baie-des-Chaleurs et des Plateaux de la Matapédia. Il oeuvre sur les territoires des MRC Bonaventure et Avignon. L'organisme a déposé un plan stratégique de développement touristique régional en mai 1998. Cet organisme est géré par 13 administrateurs représentant divers milieux en provenance des deux MRC concernées.

629, boul. Perron
Hôtel de Ville de Carleton
Carleton (Québec) G0C 1J0
Tél.: 418-364-3770

6.8.3 L'Office du tourisme et des congrès de Gaspé

L'Office du Tourisme et des Congrès de Gaspé a été créé en 1997. L'organisme a pour objectif de développer le potentiel touristique de la Ville de Gaspé. Il oeuvre sur le territoire de la MRC Côte-de-Gaspé. L'organisme a déposé un plan stratégique de développement touristique régional en mai 1998. Cet organisme est administré par un conseil d'administration composé de 13 administrateurs représentant divers milieux en provenance de la MRC concernée.

201-15, rue Adams
Gaspé (Québec)
G4X 1E5
Tél.: 418-368-2104 ou 368-8525

6.8.4 La Table Tourisme Denis-Riverin, secteur Haute Gaspésie

460, boul. Sainte-Anne Ouest
Sainte-Anne-des-Monts (Québec)
G0E 2G0

Tél. : 418-763-7791
Fax : 418-763-7737

La Table Tourisme Denis-Riverin, secteur Haute Gaspésie, a été créée en 1997. Quant à la constitution légale de l'organisme, elle s'est réalisée en février 1998.

L'objectif principal de l'organisme est de faciliter le développement de l'industrie touristique dans la région de la MRC Denis Riverin.

L'organisme oeuvre sur le territoire de la MRC Denis-Riverin et travaille en collaboration avec la ville de Murdochville. En 1996 et 1997, l'organisme a déposé deux plans stratégiques de développement touristique régional. Cet organisme est administré par un conseil d'administration composé de 14 administrateurs représentant le secteur touristique et d'autres secteurs de la MRC Denis-Riverin.

Le financement de l'organisme est assuré en partie par la MRC Denis-Riverin, Travail Québec, Développement Économique Canada, Développement des Ressources Humaines Canada ainsi que par les membres de l'industrie touristique cotisant à l'organisme.

6.8.5 L'Office du Tourisme de Percé

9, rue du Quai, 2^{ième} étage
C.P. 243
Percé (Québec)
G0C 2L0

Tél. : 418-782-2258
Fax : 418-782-5565

L'Office du Tourisme de Percé a été créé le 31 mai 1998, treize personnes forment le conseil d'administration.

Territoire: Le Grand Percé

Principaux objectifs de développement:

- Commercialisation de produits touristiques;
- Création d'événements majeurs en vue d'attirer le tourisme;
- Développement de l'offre touristique (formation, accueil de clientèle, système d'information);
- Plan de développement et de mise en marché de forfaits touristiques;
- Développement des activités de congrès.

Le financement de l'Office du Tourisme de Percé est assuré à 75% par la ville de Percé. L'organisme génère également des fonds à l'aide de contrat de gestion et par la tenue de diverses activités.

6.8.6 L'Unité Régionale Loisirs et Sports Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine

51, Notre-Dame
New Carlisle (Québec)
G0C 1Z0

Tél: 418-752-6000

L'Unité Régionale de Loisir et de Sport de la Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine est administrée par un conseil de onze personnes.

Territoire : Gaspésie et les Îles-de-la-Madeleine.

Principaux objectifs:

- Assurer la concertation régionale en loisir et en sport;
- Assurer l'harmonisation des interventions régionales et un rôle de représentation en loisir et en sport;
- Offrir des services conseils et administratifs aux organismes impliqués dans le loisir et le sport;
- Gérer le budget régional en matière de loisir et de sport.

Le financement de cet organisme est assuré par le ministère des Affaires municipales à 65%. L'organisme génère également des fonds par des contrats de gestion.

6.9 LE CONSEIL RÉGIONAL DE CONCERTATION ET DE DÉVELOPPEMENT DE LA GASPÉSIE ET DES ÎLES (CRCD)

153-2, rue de la Reine
Gaspé (Québec)
G4X 1T5
Tél. : 1-800-463-6178

La Table de Concertation en Tourisme

La Table de Concertation en Tourisme est actuellement en complète restructuration (décembre 1998). Elle devrait opérer dans le futur sous l'appellation de la *Commission Sectorielle Tourisme*. Elle serait gérée par un conseil d'administration dont les membres sont à élire. Son financement serait assuré par le CRCD Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine.

Objectifs de la Commission Sectorielle Tourisme:

- Réaliser la planification stratégique sectorielle en matière de tourisme;
- Devenir le lieu de concertation sectorielle en matière de tourisme;
- Agir à titre de comité aviseur et décisionnel;
- Mettre en œuvre son pouvoir décisionnel et politique;
- Préparer des mémoires sur des questions spécifiques.

6.10 LA CHAMBRE DE COMMERCE DE LA GASPÉSIE ET DES ÎLES-DE-LA-MADELEINE

Hôtel de Ville de Carleton
C.P. 1120
Carleton (Québec)
G0C 1J0

Tél. : 418-364-6645
Fax : 418-364-6909

La Chambre de Commerce de la Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine est administrée par un conseil d'administration composé de 10 personnes. Elle couvre la région administrative de la Gaspésie/Îles-de-la-Madeleine.

Principaux objectifs:

- Coordonner les chambres de commerce locales;
- Intervenir et sensibiliser régionalement les diverses instances en matière de tourisme;
- Inciter les pouvoirs publics à investir dans la promotion et le financement de projets collectifs en tourisme;
- Gérer un kiosque d'information touristique régional à Pointe-à-la-Croix.

Le financement de l'organisme est assuré par les Chambres de Commerce locales et les membres gouverneurs (grandes entreprises). L'organisme réalise des activités d'autofinancement avec la tenue d'activités et la gestion d'un kiosque régional d'information touristique.

6.11 LE POTENTIEL RÉCRÉOTOURISTIQUE ET RÉCRÉATIF

La péninsule gaspésienne possède un potentiel annuel relativement élevé et diversifié en terme d'activités récréotouristiques et récréatives. La haute saison touristique demeure toujours la saison estivale, bien que de nombreux efforts ont été déployés ces dernières années afin de prolonger cette saison et développer d'autres activités durant la saison hivernale avec la motoneige. Nous présentons au tableau 5 des produits touristiques actuels et potentiels par saison pour les clientèles touristiques fréquentant la région.

La Gaspésie possède des atouts majeurs avec ses grands espaces, ses paysages, ses parcs et ses nombreuses rivières répondant aux besoins du tourisme d'aventure. Ce type de produit est en expansion au Canada et en Gaspésie. Le tourisme d'aventure attire généralement des clientèles de tous les horizons géographiques dont une bonne proportion en provenance de l'extérieur du pays. Les activités dites d'aventures peuvent se pratiquer sur l'ensemble de l'année permettant ainsi de prolonger la saison touristique estivale.

Tableau 5 : Les produits actuels et potentiels ⁽¹⁾ par saison pour les touristes

HIVER	PRINTEMPS	ÉTÉ	AUTOMNE
Ski alpin et de randonnée, raquette, patinage, hors piste	Pêche à la truite	Visites de sites et lieux touristiques	Pêche au saumon et à la truite
Motoneige (intermédiaire et avancé)	Observation de la faune * ours * orignaux * saumon	Produit aventure/nature Plage/produit balnéaire	Aventure douce Congrès
Pêche blanche	Congrès	Camps de vacances scientifiques, sportifs, etc. * Imagine-Ère * St-Elzéar	Observation faune : * ours * saumon
Aventure douce d'hiver	Aventure douce		
Produit autochtone		Produits autochtones Agro-tourisme	Centres de santé/ thalassothérapie
Traîneau à chien	Centres de santé/ thalassothérapie	Centres de santé/ thalassothérapie Golf Pêche au saumon et à la truite Pouvoirie	Pouvoirie

Source : Plan stratégique de développement touristique de la Baie-des-Chaleurs.

Groupe Action Tourisme Baie-des-Chaleurs

D'autres activités touristiques visant des clientèles spécialisées telles les groupes organisés avec itinéraire précis (personnes âgées et autres classes d'âges) sont à développer. Au Québec, on dénombre plus de 1 000 clubs de l'Âge d'or regroupés au sein d'une fédération. Entre 150 000 et 200 000 membres réalisent plusieurs sorties annuellement dont des visites touristiques dans toutes les régions du Québec et ailleurs.

6.11.1 Le potentiel récréo-touristique et récréatif du secteur agroforestier en forêt privée

Le potentiel agrotouristique et agroforestier en Gaspésie représente des voies d'avenir pour la diversification des activités et des revenus des producteurs agricoles et forestiers.

À l'encontre de ce que l'on pourrait déjà penser, l'agrotourisme et les activités touristiques et récréatives en forêt privée ont fait leur marque autour de la péninsule gaspésienne. En effet, divers types d'entreprises familiales agricoles et forestières offrent à plusieurs types de clientèles (touristique, commission scolaire, locale et autres) une foule d'activités et de produits régionaux. À ce titre, mentionnons des activités axées sur la découverte d'élevages et de cultures spécialisés, des produits du terroir et la pratique de la chasse et de la pêche d'espèces diversifiées sur les terres agricoles et en forêt privée.

Un inventaire récent réalisé par l'UPA Gaspésie a permis d'établir une liste d'entreprises à caractère agrotouristique réparties autour de la péninsule gaspésienne. En effet, on y dénombre 38 entreprises offrant des activités diversifiées susceptibles d'intéresser les clientèles les plus exigeantes. On y dénombre actuellement des activités classées selon les catégories suivantes :

Élevages spécialisés : faisan, autruche, chèvre, cheval, cerf, lapin, agneau et sanglier;

Cultures et productions spécialisées : légumes frais, petits fruits, légumes biologiques, pommes de terre, maïs sucré;

Conserverie : petits fruits et marinades;

Gîtes agrotouristiques et repas champêtres à la ferme;

Étangs de pêche, pisciculture et pourvoirie : truite mouchetée, omble chevalier et saumon;

Produits du terroir : fromage de chèvre, choucroute, pommes de terre, maïs sucré, lapins, etc.;

Exploitation d'érablière;

Ferme éducative, mini zoo et centre d'interprétation;

Centre équestre.

À l'occasion de ces visites, les gens peuvent se procurer chez le producteur des produits du terroir caractéristiques du "*Bon goût frais de la Gaspésie*" et d'une "*Agriculture à l'air salin*".

6.11.2 L'expérience de la Forêt modèle du Bas Saint-Laurent sur l'affluence possible au niveau touristique

Du côté du Bas Saint-Laurent, le Groupement forestier de l'Est du Lac Témiscouata par l'intermédiaire de la Forêt modèle mettait de l'avant en 1997 la mise en place de deux modèles de gestion faunique sur leur territoire, soit un modèle collectif et un modèle individuel. Le projet avait pour objectif principal de vérifier la possibilité pour les propriétaires de boisés privés de tirer des revenus complémentaires des autres ressources de la forêt et en particulier de la ressource faunique.

En gestion collective, les propriétaires confient la gestion de leurs lots au Groupement forestier pour la pratique d'activités telles la chasse, la pêche, le piégeage et l'écotourisme. Le groupement assure de son côté la gestion de l'ensemble des activités se déroulant sur les lots des propriétaires, de l'aménagement forestier et faunique, de la publicité, des réservations et de la surveillance du territoire. En gestion individuelle, c'est le propriétaire qui devient lui-même le promoteur faunique. Dans ce cas, le Groupement forestier assure la publicité et la planification des aménagements forestiers.

La gestion et l'exploitation faunique se sont avérées un concept intéressant à développer en petite forêt privée. Les principaux avantages identifiés ont été la mise en place d'une saine gestion des habitats forestiers et des espèces fauniques sur les territoires visés, la création de revenus complémentaires pour les propriétaires et des retombées économiques indirectes via la clientèle qui a fréquenté la région.

L'expérience révèle qu'il faut accorder une importance particulière aux activités de publicité et de marketing. Il faut également bien cibler les clientèles visées.

Ce type de formule pourrait être mis de l'avant en forêt privée en Gaspésie. La forêt privée aurait avantage à développer l'offre et les produits touristiques dans le but de favoriser des revenus complémentaires pour les propriétaires et indirectement des retombées économiques pour la région.

6.12 L'ANALYSE DU POTENTIEL TOURISTIQUE PAR MRC

L'analyse du potentiel touristique pour chacune des MRC et les pistes d'actions, qui en découlent, ont été inventoriées avec l'aide du logiciel *Avenues* conçu par le Cégep de Matane. Les données sont présentées sous forme synthèse dans les tableaux qui suivent et le lecteur sera en mesure de repérer le potentiel touristique respectif des MRC.

Note: Il est important de mentionner que l'analyse touristique a été réalisée dans tous les secteurs où l'on a noté la présence d'une forêt privée; ce qui explique que nous n'avons pas tenu compte des éléments à caractère maritime.

Tableau 6 : Analyse du potentiel touristique

MRC AVIGNON

MILIEU AGRICOLE			MILIEU AQUATIQUE NON MARITIME			MILIEU NATUREL		
POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES	POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES	POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES
<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variation du relief - Hydrographie - Géologie (Miguasha) <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Végétation indigène - Polyculture <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Haut fait historique (Bataille de Ristigouche) 	<p>* Fort potentiel de Croissance</p> <p>* Capacité d'attraction moyenne</p> <p>* Intérêt marqué pour plusieurs segments de clientèle</p> <p>* Intervenant du milieu bien organisé</p> <p>* Plusieurs éléments sont déjà en place</p> <p>* Dynamisme et fort potentiel d'attraction du site de Miguasha</p>	<p>* Peu de moyens financiers</p> <p>* Faible disponibilité des</p> <p>* Producteurs pour organiser et dispenser des services agrotouristiques</p>	<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rivage et rive - Éléments aquatiques - Climat <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Espèce faunique - Ornithologie <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activité artisanale actuelle et passée d'exploitations des ressources - Activité industrielle actuelle et passée - Art et tradition actuels et passés 	<p>* Bon potentiel de croissance</p> <p>* Capacité d'attraction faible à moyenne</p> <p>* Intervenant du milieu bien organisé (gestionnaire de rivière à saumon)</p> <p>* Rivière avoisinante offrant des produits de forte qualité (concurrence)</p>	<p>* Territoire peu organisé</p> <p>* Accès difficile</p>	<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sommet montagneux - Falaise <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forêt - Espèce végétale - Indigène <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Groupe ethnoculturel - Piste (portage) - Haut fait historique - Représentation et signification 	<p>* Fort potentiel de croissance</p> <p>* Capacité d'attraction faible à moyenne</p> <p>* Mise en valeur qui peut être améliorée</p> <p>* Élément historique Remarquable</p> <p>* Peuple autochtone En place</p> <p>* Présence de communauté autochtone</p>	<p>* Territoire peu organisé</p> <p>* Accès difficile</p> <p>* Aménagement important à entreprendre</p>

Sources : Extraits du Logiciel Avenues, Centre d'expertise et de Consultation en Tourisme (CECT).

Programme de Protection et de Mise en Valeur de la Forêt Privée (PPMVFP) (Syndicat des producteurs de bois de la Gaspésie)

Tableau 7 : Analyse du potentiel touristique

MRC BONAVENTURE

MILIEU AGRICOLE			MILIEU AQUATIQUE NON-MARITIME			MILIEU NATUREL		
POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES	POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES	POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES
<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variation du relief - Hydrographie <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Polyculture - Animaux domestiqués <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activité agricole actuelle et passée - Patrimoine architectural - Art et tradition actuels et passés - Haut fait historique 	<p>* Fort potentiel de croissance</p> <p>* Capacité d'attraction moyenne</p> <p>* Intérêt marqué pour un segment de clientèle</p> <p>* Intervenant du milieu bien organisé</p>	<p>* Peu de moyens financiers</p> <p>* Faible disponibilité des producteurs pour organiser et dispenser des services agrotouristiques</p> <p>* Capacité de communication (langue)</p>	<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rivage et rive (rivières à saumons) - Éléments aquatiques <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faune aquatique <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activité artisanale actuelle et passée - d'exploitations des ressources - Art et tradition actuels et passés - Groupe ethnoculturel vivant 	<p>* Bon potentiel de croissance</p> <p>* Capacité d'attraction faible à moyenne</p> <p>* Intervenant du milieu bien organisé gestionnaire de rivière à saumon)</p>	<p>* Activité trop limitée à la pratique de la pêche au saumon</p> <p>* Accès difficile aux propriétés à fort potentiel</p>	<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falaise <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forêt - Espèce végétale endémique <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Groupe ethnoculturel vivant - Piste (portage) - Représentation et signification 	<p>* Potentiel de croissance</p> <p>* Capacité d'attraction faible à moyenne</p> <p>* Mise en valeur qui peut être améliorée</p> <p>* Élément historique remarquable</p>	<p>* Territoire peu organisé</p> <p>* Accès difficile</p> <p>* Aménagement important à entreprendre</p>

Sources : Extraits du logiciel Avenues, Centre d'expertise et de Consultation en Tourisme (CECT).

Programme de Protection et de Mise en Valeur de la Forêt Privée (PPMVFP) (Syndicat des producteurs de bois de la Gaspésie)

Tableau 8 : Analyse du potentiel touristique

MRC ROCHER-PERCÉ

MILIEU AGRICOLE			MILIEU AQUATIQUE NON-MARITIME			MILIEU NATUREL		
POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES	POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES	POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES
<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variation du relief - Hydrographie - Pédologie (couleur du sol) <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Polyculture <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activité industrielle actuelle et passée (Murdochville) - Patrimoine architectural - Art et tradition actuels et passés - Groupe ethnoculturel vivant - Haut fait historique 	<p>* Fort potentiel de Croissance</p> <p>* Capacité d'attraction Elevée</p> <p>* Intérêt marqué pour plusieurs segments de clientèle</p> <p>* Intervenant du milieu bien organisé</p> <p>* Expérience à partager avec la Ferme Chimo et quelques autres installations</p>	<p>* Peu de moyens financiers</p> <p>* Faible disponibilité des producteurs pour organiser et dispenses des services agrotouristiques</p> <p>* Agriculture limitée à la partie su du territoire</p>	<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rivage et rive (rivières à saumons) - Accident hydrographique <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faune aquatique - Avifaune - Mammifère <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activité industrielle actuelle et passée d'exploitations des ressources - Patrimoine architectural - Art et tradition actuels et passés - Groupe ethnoculturel 	<p>* Bon potentiel de croissance</p> <p>* Capacité d'attraction moyenne à élevée</p> <p>* Intervenant du milieu bien organisé (gestionnaire de rivières à saumons)</p>	<p>* Activité trop limitée à la pratique de la pêche au saumon</p>	<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falaise - Chute et rapide <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forêt - Espèce végétale endémique <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Groupe ethnoculturel vivant - Haut fait historique - Piste (portage) - Représentation et signification - Activité industrielle 	<p>* Potentiel de croissance élevée</p> <p>* Capacité d'attraction faible à moyenne</p> <p>* Mise en valeur qui peut être améliorée</p> <p>* Sentier international des Appalaches</p>	<p>* Territoire peu organisé</p> <p>* Accès difficile</p> <p>* Aménagement important à entreprendre</p>

Sources : Extraits du logiciel Avenues, Centre d'expertise et de Consultation en Tourisme (CECT).

Programme de Protection et de Mise en Valeur de la Forêt Privée (PPMVFP) (Syndicat des producteurs de bois de la Gaspésie)

Tableau 9 : Analyse du potentiel touristique

MRC CÔTE-DE-GASPÉ

MILIEU AGRICOLE			MILIEU AQUATIQUE NON-MARITIME			MILIEU NATUREL		
POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES	POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES	POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES
<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variation du relief - Hydrographie - Pédologie (couleur du sol) <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Polyculture <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activité industrielle actuelle et passée (Murdochville) - Patrimoine architectural - Art et tradition actuels et passés - Groupe ethnoculturel vivant - Haut fait historique 	<p>* Fort potentiel de croissance</p> <p>* Capacité d'attraction élevée</p> <p>* Intérêt marqué pour plusieurs segments de clientèle</p> <p>* Intervenant du milieu bien organisé</p> <p>* Expérience à partager avec la Ferme Chimo et quelques autres Installations</p>	<p>* Peu de moyens financiers</p> <p>* Faible disponibilité des producteurs pour organiser et dispenser des services agrotouristiques</p> <p>* Agriculture limitée à la partie sud du territoire</p>	<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rivage et rive (rivières à saumons) - Accident hydrographique <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faune aquatique - Avifaune - Mammifère <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activité artisanale actuelle et passée d'exploitations des ressources - Patrimoine architectural - Art et tradition actuels et passés - Groupe ethnoculturel vivant 	<p>* Bon potentiel de croissance</p> <p>* Capacité d'attraction moyenne à élevée</p> <p>* Intervenant du milieu bien organisé gestionnaire de rivière à saumon)</p>	<p>* Activité trop limitée à la pratique de la pêche au saumon</p>	<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falaise - Chute et rapide <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forêt - Espèce végétale endémique <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Groupe ethnoculturel vivant - Piste (portage) - Représentation et signification - Haut fait historique - Activité industrielle 	<p>* Potentiel de croissance élevé</p> <p>* Capacité d'attraction moyenne à élevée</p> <p>* Mise en valeur qui peut être améliorée</p> <p>* Sentier international des Appalaches</p>	<p>* Territoire peu organisé</p> <p>* Accès difficile</p> <p>* Aménagement important à entreprendre</p>

Sources : Extraits du logiciel Avenues, Centre d'expertise et de Consultation en Tourisme (CECT).

Programme de Protection et de Mise en Valeur de la Forêt Privée (PPMVFP) (Syndicat des producteurs de bois de la Gaspésie)

Tableau 10: Analyse du potentiel touristique

MRC DENIS-RIVERIN

MILIEU AGRICOLE			MILIEU AQUATIQUE NON MARITIME			MILIEU NATUREL		
POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES	POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES	POTENTIEL	OPPORTUNITÉS	CONTRAINTES
			<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rivage et rive (rivières à saumons) - Accident hydrographique - Éléments aquatiques <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Faune aquatique - Avifaune - Mammifère <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Activité artisanale actuelle et passée d'exploitations des ressources - Art et tradition actuel et passé - Activité industrielle actuelle ou passée 	<p>* Potentiel de croissance de faible à moyen</p> <p>* Capacité d'attraction faible à moyenne</p> <p>* Intervenant du milieu bien organisé (gestionnaire de rivières à saumons)</p>	<p>* Activité trop limitée à la Pratique de la pêche au saumon</p> <p>* Manque de diversification</p> <p>* Manque de ressources financières</p>	<p>* ABIOTIQUE (non-vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Falaise et cascade (eau et glace) - Chute et rapide - Géomorphologie exceptionnelle - Panorama <p>* BIOTIQUE (vivant)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Forêt - Espèce végétale endémique - Faune <p>* CULTUREL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Haut fait historique - Représentation et signification - Activité industrielle 	<p>* Potentiel de croissance de moyen à élevée</p> <p>* Capacité d'attraction moyenne à élevée</p> <p>* Mise en valeur qui peut être améliorée</p> <p>* Laboratoire géomorphologique à ciel ouvert</p>	<p>* Territoire peu organisé</p> <p>* Rendre accessible des portions de sentiers actuellement difficiles</p> <p>* Aménagement important à entreprendre</p> <p>* Manque de ressources financières</p>

Sources : Extraits du logiciel Avenues, Centre d'expertise et de Consultation en Tourisme (CECT).

Programme de Protection et de Mise en Valeur de la Forêt Privée (PPMVFP) (Syndicat des producteurs de bois de la Gaspésie)

6.13 LA PROBLÉMATIQUE

6.13.1 La problématique régionale

Malgré sa notoriété élevée, une force d'appel relativement bonne et des intentions d'achat très élevées, la Gaspésie n'est pas en mesure de générer les nuitées et les fréquentations qui lui reviennent sur son territoire à cause d'un taux de séjour par site anormalement faible.

En effet, si la position de la Gaspésie est forte sur le marché des clientèles d'européens et particulièrement de Français, sa position sur le marché des autres clientèles est beaucoup plus précaire car la part de marché de la Gaspésie, tant à l'intra-Québec que sur le marché des clientèles anglophones, n'a que peu évolué.

Le produit gaspésien dans son ensemble est en adéquation avec le niveau d'attentes des touristes français venant au Québec et voyageant à la recherche de beaux paysages côtiers et de grands espaces à l'état sauvage.

Le Nouveau-Brunswick se positionne agressivement auprès des clientèles familiales du Québec et de l'Ontario avec des budgets publi-promotionnels importants. Il mise sur une stratégie axée sur la destination avec des produits tels plages, activités, etc. Il est à noter que le Nouveau-Brunswick considère le Québec et l'Ontario comme ses marchés touristiques. Aussi, cette province investit annuellement plusieurs milliers de dollars pour attirer les touristes québécois et ontariens. Les statistiques révèlent que cette province va chercher plus de 600 000 touristes en agrément par année sur ces deux marchés.

La Gaspésie est encore trop perçue à l'intra-Québec et ailleurs dans l'Est du Canada comme le produit circuit où la beauté des panoramas et des paysages (carte postale) sont les principaux attraits. Ce dernier positionnement va à l'encontre de deux tendances actuelles majeures retrouvées au sein de l'industrie touristique :

- Le produit circuit projette une marge de durée de séjour plus longue, ce qui va à l'encontre de la recherche de courts séjours.
- Le produit panorama/voiture ne va pas toujours à l'encontre d'un public qui recherche des activités et produits concrets à s'offrir.

Le rapport qualité/prix gaspésien dans l'hébergement et la restauration convient à la clientèle française voyageant principalement en couple et à la recherche des produits de types panorama ou attraits naturels et culturels patrimoniaux. Le produit gaspésien n'est plus en adéquation face aux attentes de clientèles familiales québécoises ou nord-américaines à la recherche de services et d'activités adaptées et planifiées en fonction d'une unité familiale. Le produit convient actuellement surtout à une clientèle d'adultes sans enfants. La présence d'enfants requiert particulièrement un maximum d'activités récréatives ainsi que de la restauration sous bannière.

Les facteurs de succès d'hier dans l'industrie touristique ne sont plus les facteurs de succès de demain et il est important que l'industrie réalise que la Gaspésie doit maintenant travailler avec le niveau d'attentes des clientèles d'aujourd'hui et de demain. Ainsi, selon le plan stratégique de développement touristique de la Baie-des-Chaleurs, la Gaspésie se doit donc de rééquilibrer son positionnement et sa commercialisation sur les marchés intra-Québec et canadien car sinon, elle va se retrouver comme une région de plus en plus désertée par le tourisme familial.

Sur la saison estivale, trois groupes de clientèles sont à retravailler :

- Le tourisme familial;
- Les touristes québécois (stable);
- Les Américains et les Ontariens (stable ou déclin).

Sur la saison hivernale, deux clientèles sont à travailler :

- Les touristes québécois;
- Les Européens et les Américains.

Si le produit ou la force d'appel de la sous-région touristique de la *Pointe* sont bien établis autour de Percé et de Gaspé, de la Côte, de la Baie-des-Chaleurs, de la Vallée et de l'arrière-pays, ceux-ci doivent voir leur produit touristique se renforcer par l'ajout de produits/attraits ou par une envergure accentuée de ceux déjà en place.

La Gaspésie est encore trop perçue et est toujours un produit de type circuit (produit traditionnel) que le touriste parcourt généralement en automobile en arrêtant ici et là. Ce type de produit génère 5.2 nuitées qui sont en fait plutôt quatre nuitées puisque les nuitées en destination et au retour de la région y sont incluses.

6.14 LES FREINS AU DÉVELOPPEMENT

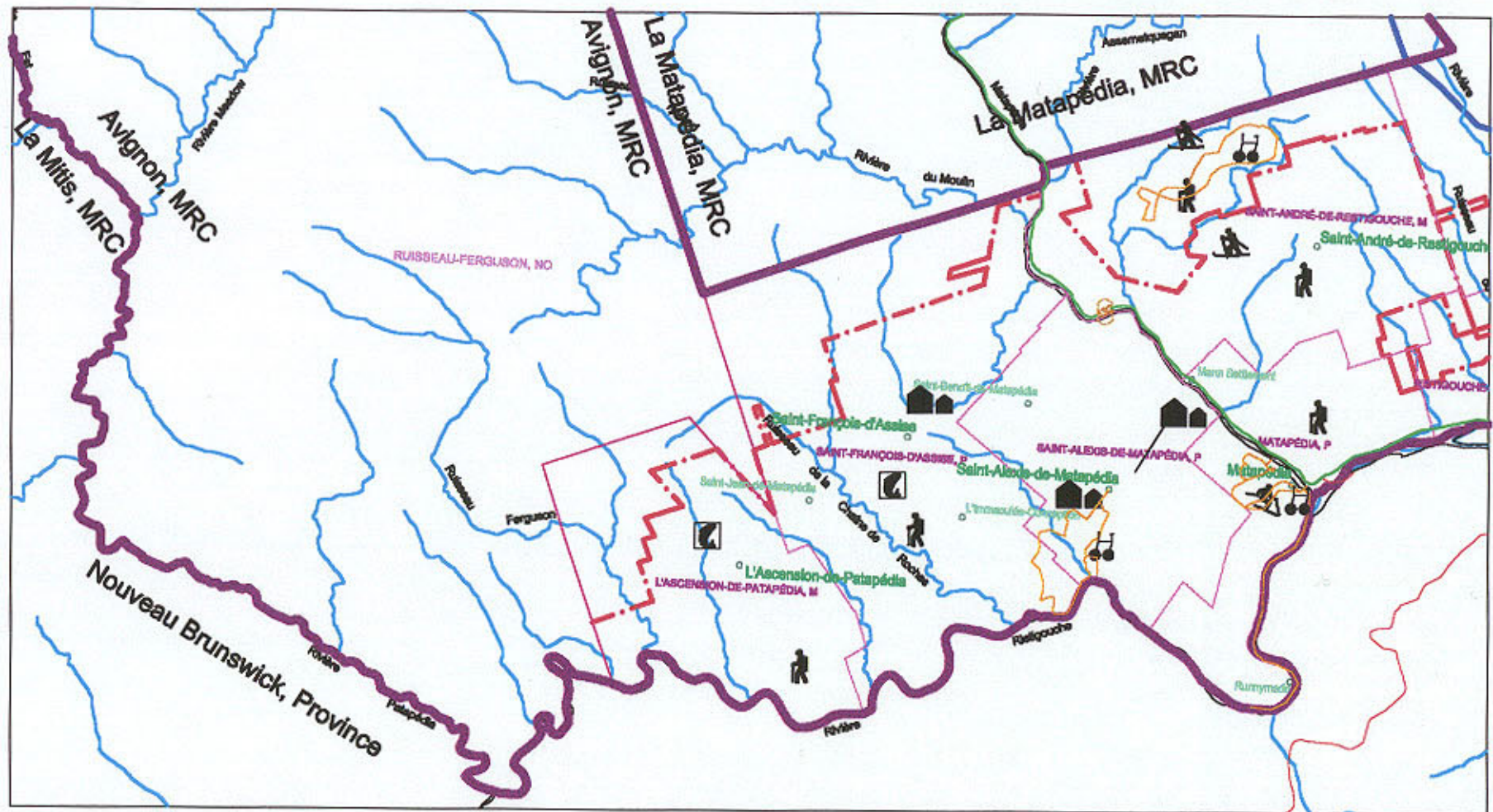
Les freins au développement de l'industrie touristique sont:

- Une saisonnalité trop marquée (été);
- Un séjour trop bref (circuit vacances destination) concentré autour de l'arrondissement naturel de Percé;
- Des préjugés persistants tels la mauvaise température, l'état des routes, les prix élevés;
- La méconnaissance des produits/attraits et donc la persistance de vouloir entreprendre rapidement le circuit gaspésien;
- Le non-développement passé de la Gaspésie en séjours ou forfaits (à thèmes);
- Les contraintes en distribution; à cet effet, mentionnons que les grossistes occupent le milieu de la semaine du début à la fin de saison et ils empêchent les hôteliers bien souvent de pouvoir offrir des séjours prolongés à la clientèle intra-Québec.

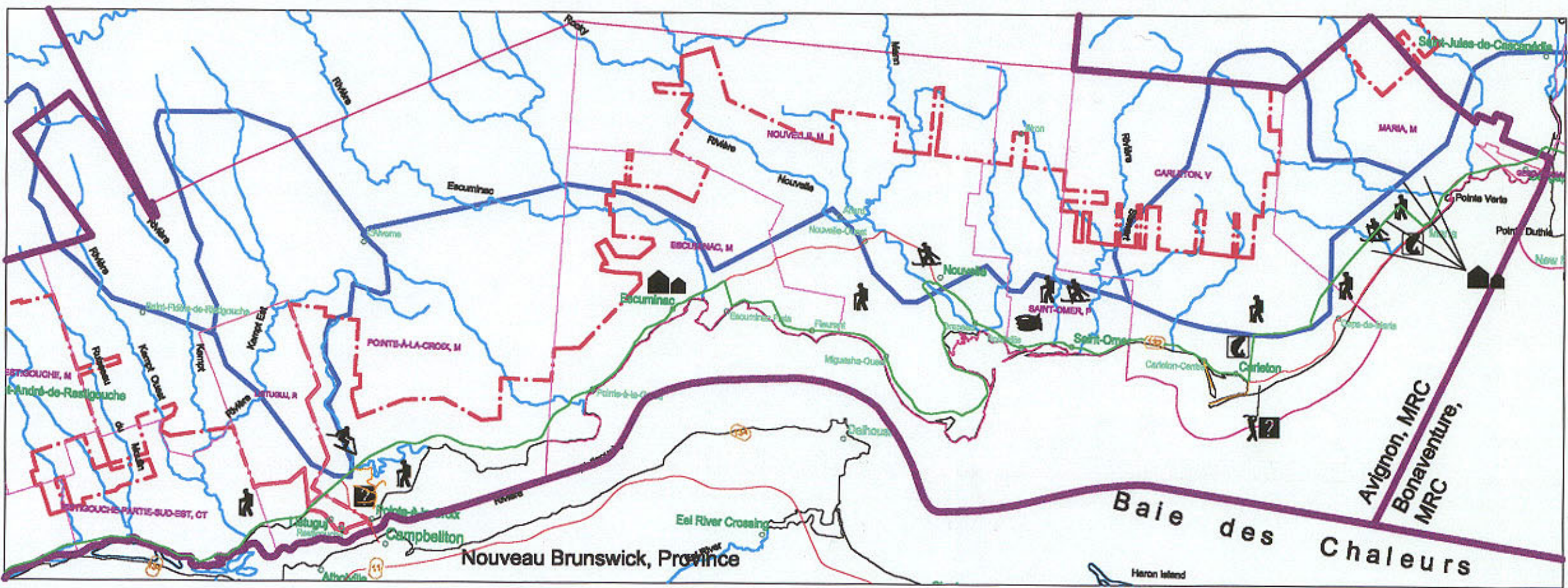
Source : Groupe Action Tourisme Baie-des-Chaleurs.

Annexe 1

Les cartes touristiques par territoire de MRC



Voir Continuation 'A'



Continuation 'A'

AFOGIM

MRC : **AVIGNON**

Tourisme

- Centre d'interprétation en milieu forestier privé
- Pisciculture
- Étang de pêche
- Agritourisme
- Sentier pédestre
- Ski de randonnée
- Ski alpin
- Golf
- Kiosque d'information touristique
- Vélo de montagne
- Route Verte
- Mini-circuit cycliste
- Sentier de moto-neige (tracé approximatif)
- Route 132
- Limite du territoire privé

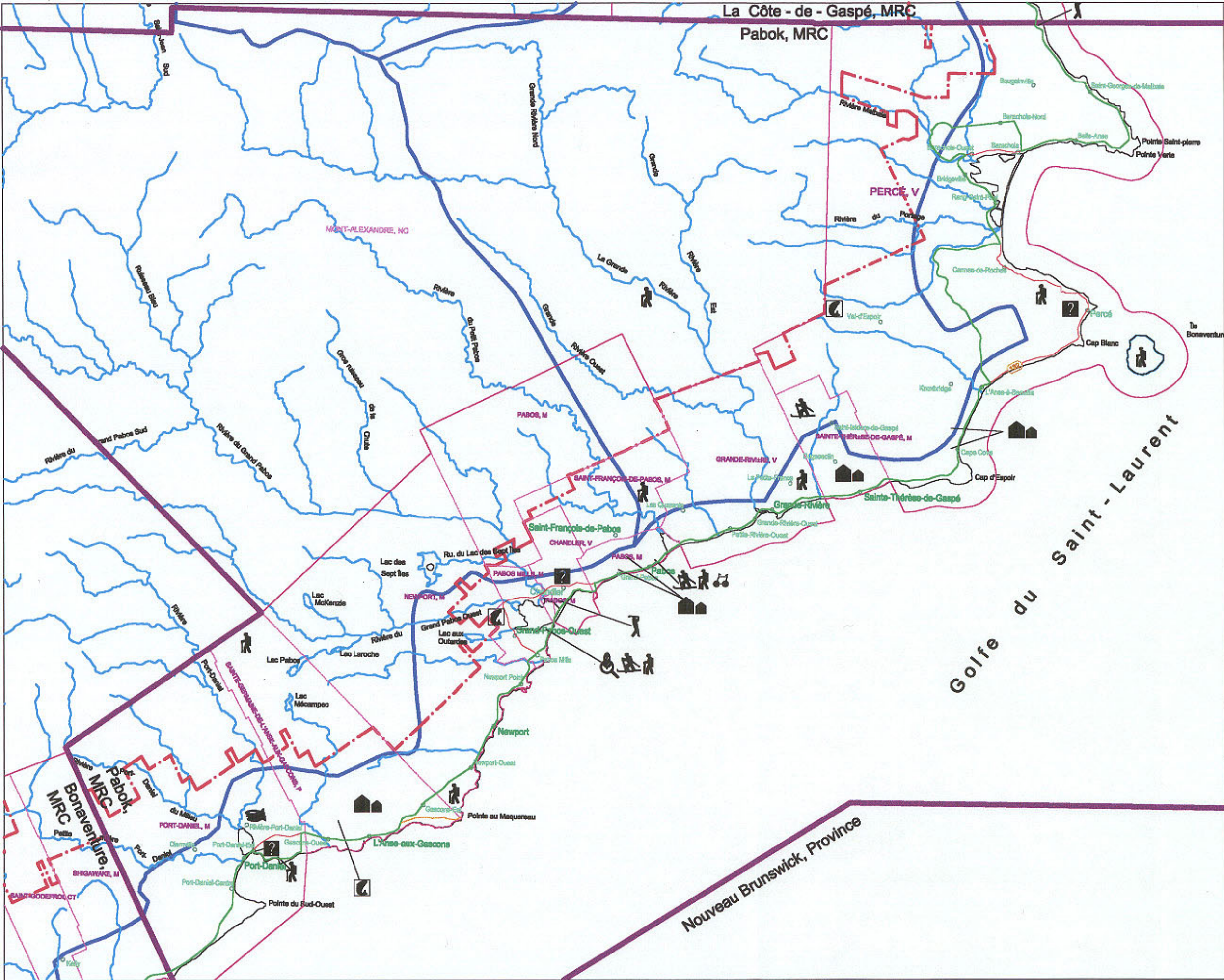


Projection cartographique UTM 20, NAD83
Jean-Pierre Noël, Directeur de projet

Gilles Bernier et Eric Lavola, Chargé de projet-géomatique

LOGIGEST INC.

484, rue de l'Hôtel de Ville, 2^e étage,
C.P. 185, Chandler (Québec) G0C 1K0
Téléphone : (418) 689-5521/5527
Télécopieur : (418) 689-5530
E-Mail: logigest@globetrotter.qc.ca
Version Finale Produite le 8 Nov. 1999



AFOGÎM

MRC : **PABOK**

Tourisme

- Centre d'interprétation en milieu forestier privé
- Pisciculture
- Étang de pêche
- Agritourisme
- Sentier pédestre
- Ski de randonnée
- Ski alpin
- Golf
- Kiosque d'information touristique
- Vélo de montagne
- Route Verte
- Mini-circuit cycliste
- Sentier de moto-neige (tracé approximatif)
- Route 132
- Limite du territoire privé



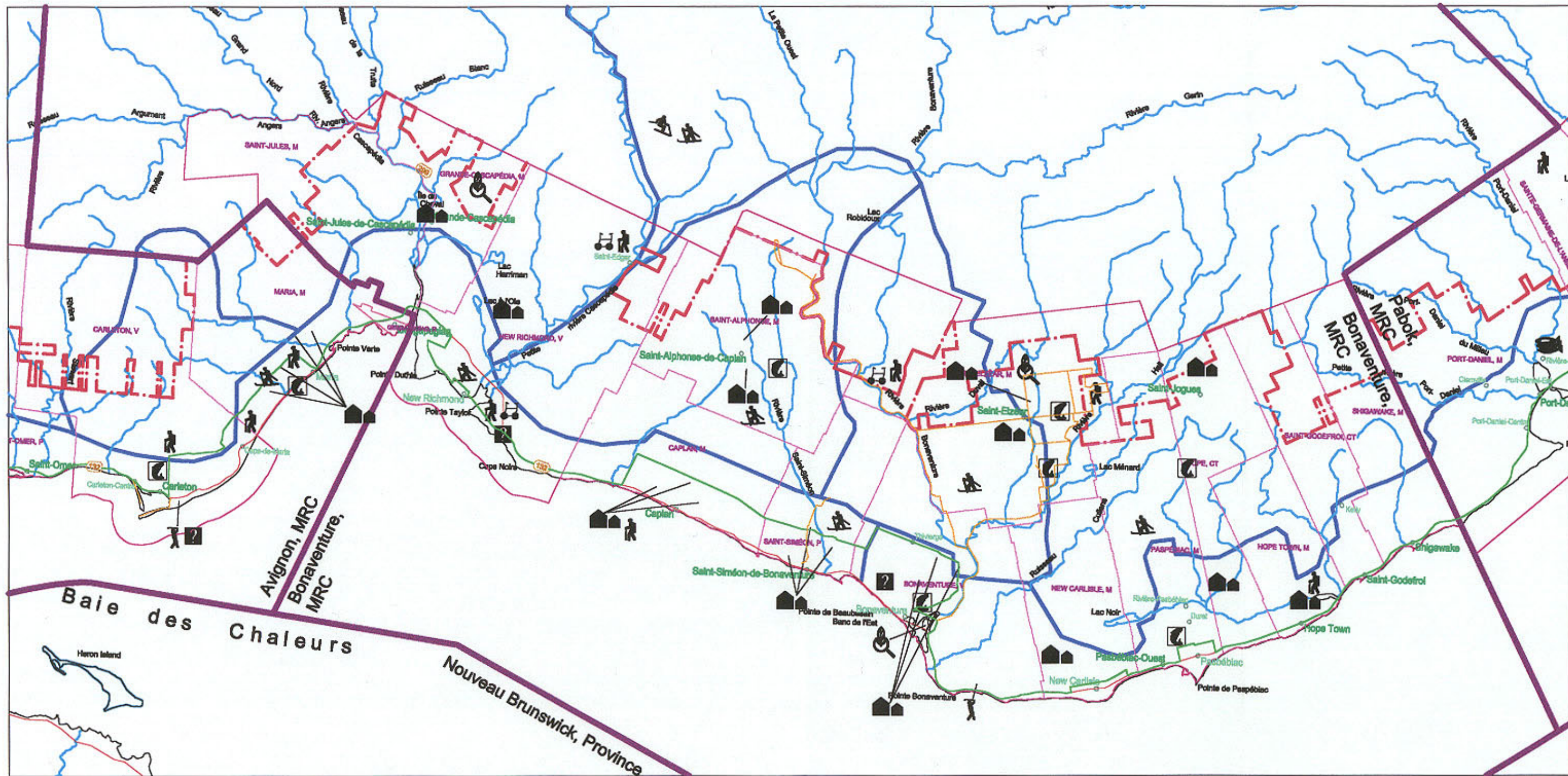
Projection cartographique UTM 20, NAD83
Jean-Pierre Noël, Directeur de projet

Gilles Bernier et Eric Lavole, Chargé de projet-géomatique

LOGIGEST inc.

484, rue de l'Hôtel de Ville, 2^e étage,
C.P. 185, Chandler (Québec) G0C 1K0
Téléphone : (418) 689-5521/5527
Télécopieur : (418) 689-5530
E-Mail: logigest@globetrotter.qc.ca
Version Finale Produite le 8 Nov. 1999

Nouveau Brunswick, Province



Centre d'interprétation en milieu forestier privé



Agritourisme



Golf

Route verte



Pisciculture



Sentier pédestre



Kiosque d'information touristique

Mini-circuit cycliste



Étang de pêche



Ski de randonnée



Vélo de montagne

Sentier de moto-neige (tracé approximatif)

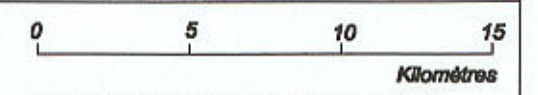
Route 132

Limite du territoire privé

AFOGÍM

MRC :
BONAVENTURE

Tourisme



Projection cartographique UTM 20, NAD83
Jean-Pierre Noël, Directeur de projet

Gilles Bernier et Eric Laviole, Chargé de projet-géomatique

LOGIGEST inc.

484, rue de l'Hôtel de Ville, 2^e étage,
C.P. 185, Chandler (Québec) G0C 1K0
Téléphone : (418) 889-5521/5527
Télécopieur : (418) 889-5530
E-Mail : logigest@globetrotter.qc.ca
Version Finale Produite le 8 Nov.1999

**LES 20 PRODUITS TOURISTIQUES LES PLUS SOUVENT
MENTIONNÉS DE LA GASPÉSIE**

Produit touristique	Nombre de mentions sur 7 possibilités	Zone touristique
Le village de Percé	7	Pointe
Le Parc de la Gaspésie	7	Côte
Le Parc National Forillon	7	Pointe
Les Jardins de Métis (Grand-Métis)	7	Côte
Le Musée de la Gaspésie	7	Pointe
L'Île Bonaventure (Percé)	6	Pointe
Le Centre d'interprétation de l'Héritage Britannique de la Gaspésie (New Richmond)	6	Baie-des-Chaleurs
Le Lieu historique national de la Bataille de Ristigouche (Pointe-à-la-Croix)	6	Baie-des-Chaleurs
Le Festival du Vol libre - Deltaplane (Mont Saint-Pierre)	5	Côte
Le Gîte du Mont-Albert (Parc de la Gaspésie)	5	Côte
Le Barrage Mathieu-D'Amours - passe migratoire (Matane)	5	Côte
Le Parc Provincial de Miguasha	5	Baie-des-Chaleurs
Le Musée acadien du Québec (Bonaventure)	5	Baie-des-Chaleurs
Le village de Sainte-Anne-des-Monts	5	Denis-Riverin
Le Centre d'interprétation du Saumon de l'Atlantique (Sainte-Flavie)	4	Côte
Le Festival de la Crevette (Matane)	4	Côte
La Cathédrale du Christ-Roi (Gaspé)	4	Pointe
Le Phare de Cap-des-Rosiers (Parc National Forillon)	4	Pointe
Le Banc de Paspébiac (Paspébiac)	4	Baie-des-Chaleurs
Le Mont Saint-Joseph (Carleton)	4	Baie-des-Chaleurs
Le Festival en Chanson (Petite-Vallée)		Côte-de-Gaspé

Fréquentation des bureaux d'information touristique (BIT) – Huit dernières années

BIT	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Maison régionale	39 963	41 022	33 859	27 251	47 446	44 872	43 078	50 513
Matane	18863	15 092	19 212	23 909	27 164	20 432	21 867	23 203
Sainte-Anne-des-Monts	11 156	7 577	7 578	9 773	10 394	12 913	11 763	9 612
Murdochville	5 984	5 754	6 084	7 713	9 838	10 820	10 123	10 578
Rivière-au-Renard		7 050	8 413		8 474	7 027	6 749	3 209
Gaspé	12 236	11 527	10 630	11 338	16 608	16 488	12 867	15 677
Percé	23 307	25 142	25 533	37 207	47 755	51 423	38 118	49 880
Chandler	5 757	5 276	3 881	2 650	5 158	4 471	3 292	1 263
Port-Daniel		4 253	3 612		5 510	5 732	5 499	3 163
Bonaventure	9 189	13 490	7 723	5 407	7 944	10 617	8 289	4 838
New Richmond	3 909	3 720	3 279	1 108	5 414	4 713	5 349	2 869
Carleton	12 992	13 200	9 121		13 090	8 554	10 050	13 981
Pointe-à-la-Croix	18 517	19 563	16 825	21 402	16 129	30 165	21 006	17 866
Causapschal	11 553	11 110	10 419	10 030	3 962	14 222	12 847	12 795
Amqui	7 244	8 564	7 015	10 739	10 801	10 049	9 879	10 178
TOTAL	180 670	192 340	173 184	168 527	235 687	252 498	220 776	229 625

Saison touristique de juin à août.

Source : A.T.R Gaspésie, 1997.

ASSOCIATION TOURISTIQUE DE LA GASPÉSIE
Provenance des visiteurs (1997)

PAYS	Carleton	Causapschal	Amqui	Port-Daniel	Total par origines
Canada					
Québec	10 795	8 673	7 612	1 918	149 047
Ontario	479	763	631	176	12 932
Nouveau-Brunswick	442	374	296	115	5 952
Autres, Maritimes	121	81	91	32	1 905
Provinces de l'Ouest	78	97	117	33	2 517
Total Canada	11 915	9 988	8 747	2 274	172 353
États-Unis					
Total États-Unis	440	357	203	295	13 283
Amérique					
Mexique	4	0	5	0	69
Amérique centrale	0	20	0	0	107
Amérique du Sud	0	6	2	4	208
Total Amériques	4	26	7	4	384
Europe					
France	1 217	1 866	872	427	29 892
Grande-Bretagne	41	11	10	8	519
Allemagne	100	63	47	10	2 685
Italie	36	85	94	11	1 675
Suisse	84	102	90	35	3 546
Belgique	49	55	37	7	2 171
Autres Pays d'Europe	62	196	18	20	1 873
Total Europe	1 589	2 378	1 168	518	42 361
Autres continents					
Japon	17	11	1	6	359
Autres Pays d'Asie	9	20	23	65	437
Afrique	5	4	5	1	144
Océanie	2	11	24	0	304
Total autres continents	33	46	53	72	1 244
GRANDS TOTAUX	13 981	12 795	10 178	3 163	229 625

ASSOCIATION TOURISTIQUE DE LA GASPÉSIE
Provenance des visiteurs (1997)

PAYS	Murdochville	Rivière-au-Renard	Gaspé	Chandler	Bonaventure	New Richmond
Canada						
Québec	6 761	1 770	10 611	908	3 179	1 893
Ontario	273	260	1 132	62	225	179
Nouveau-Brunswick	204	69	409	59	117	134
Autres, Maritimes	35	24	121	12	34	47
Provinces de l'Ouest	60	53	182	22	32	40
Total Canada	7 333	2 176	12 455	1 063	3 587	2 293
États-Unis						
Total États-Unis	936	163	870	69	211	186
Amérique						
Mexique	5	4	2	0	3	0
Amérique centrale	5	4	13	0	4	0
Amérique du Sud	4	4	9	0	1	0
Total Amériques	14	12	24	0	8	0
Europe						
France	1 433	569	1 373	100	769	257
Grande-Bretagne	40	8	26	0	6	2
Allemagne	340	40	184	2		23
Italie	46	39	99	0	66	46
Suisse	245	57	240	20	71	25
Belgique	132	22	95	2	74	13
Autres Pays d'Europe	57	84	137	2	16	18
Total Europe	2 293	819	2 154	126	1 002	384
Autres continents						
Japon	0	10	76	0	1	1
Autres Pays d'Asie	0	11	64	0	2	4
Afrique	0	16	11	0	2	0
Océanie	2	2	23	5	2	1
Total autres continents	2	39	174	5	7	6
GRANDS TOTAUX	10 578	3 209	15 677	1 263	4 815	2 869

ASSOCIATION TOURISTIQUE DE LA GASPÉSIE
Provenance des visiteurs (1997)

PAYS	Maison Régionale	Matane	Pointe-à-la- Croix	Percé	Sainte-Anne-des- Monts
Canada					
Québec	35 404	16 325	10 262	26 843	6 093
Ontario	3 243	997	1 495	2 538	479
Nouveau-Brunswick	549	318	1 789	965	112
Autres, Maritimes	261	208	584	234	20
Provinces de l'Ouest	744	236	265	498	60
Total Canada	40 201	18 084	14 395	31 078	6 764
Etats-Unis					
Total Etats-Unis	2 152	919	1 518	4 544	420
Amérique					
Mexique	2	0	8	25	11
Amérique centrale	22	2	6	19	12
Amérique du Sud	62	50	0	59	7
Total Amériques	86	52	14	103	30
Europe					
France	5 205	2 675	1 286	10 081	1 762
Grande-Bretagne	98	111	3	136	19
Allemagne	581	311	188	648	125
Italie	314	205	101	465	68
Suisse	837	392	124	1 057	167
Belgique	347	226	89	900	123
Autres Pays d'Europe	484	128	70	476	105
Total Europe	7 866	4 048	1 861	13 763	2 369
Autres continents					
Japon	22	17	17	180	0
Autres Pays d'Asie	66	21	37	100	15
Afrique	33	13	0	47	7
Océanie	87	49	24	65	7
Total autres continents	208	100	78	392	29
GRANDS TOTAUX	50 513	23 203	17 866	49 880	9 612

Bibliographie

ASSOCIATION TOURISTIQUE DE LA GASPÉSIE, *Guide touristique*, 1998-1999

ASSOCIATION TOURISTIQUE DE LA GASPÉSIE, *Cartes des sentiers de motoneiges*,
Tourisme Québec, 1995-1996.

BIBEAULT, J.-F., N. GRATTON et P. DIONNE, 1997. *Synthèse des connaissances sur les aspects socio-économiques du secteur d'étude Golfe du Saint-Laurent - Baie des-Chaleurs*, Rapport technique, Zone d'intervention prioritaire 19, 20 et 21, Centre Saint-Laurent, Environnement Canada - Région du Québec, 233 p.

CENTRE D'EXPERTISE ET DE CONSULTANTS EN TOURISME (C.E.C.T.), *Logiciel Avenues*, 1998.

CHAINÉ, S., F. DUPUIS et K. ROBERTS, *Plan de développement des ressources du milieu forestier*, MRC Côte de Gaspé, 1998, version préliminaire.

CONSEIL DES LOISIRS GASPÉSIE-ÎLES-DE-LA-MADELEINE, 1997. *Les circuits cyclotouristiques gaspésiens*, guide technique des mini-circuits, 27 p.

CÔTÉ, Isabelle, *Le bon goût frais de la Gaspésie*, Inventaire des entreprises agro-touristiques, section commercialisation, étude en cours UPA Gaspésie, 1998.

GIONEST, M. et C. FRANCOEUR, *Le plan de développement des ressources du milieu forestier*, MRC Rocher-Percé, 1998, 237 p.

GUERTIN, C.-É., *Plan de développement multiressource de la table de concertation*, Habitafor, Projet témoin de forêt habitée, 1997, 142 p.

GUITÉ, Gaétan, *Plan de développement des ressources du milieu forestier*, MRC d'Avignon, 123 p.

Histoire de la Gaspésie, page 3

JANODY, R., *Plan stratégique de développement touristique de la Gaspésie*, Coopers & Librind, Firme conseil, 1997.

MARCHESSEAU, J. et R. GIGUÈRE, *Mise en place de 2 modèles*, 1998.

Bibliographie (suite)

MARIN, M. et R. MERCIER, *Plan de développement de la forêt habitée* de la MRC Denis-Riverin, 1998, 77 p.

MIOUSSE, G., *Plan de développement des ressources du milieu forestier* de la MRC Bonaventure, 1997, 148 p.

MORNEAU, B., *Le tourisme en milieu régional à la lumière des tendances internationales*, Firme Tansram (C.E.C.T.), 1997.