



Projet de parc éolien Nicolas-Riou dans
les MRC des Basques et de Rimouski-
Neigette 6211-24-085



Rivière-du-Loup, le 23 octobre 2015

Maxandre Guay-Lachance
Coordonnateur du secrétariat de la commission
Bureau d'audiences publiques sur l'environnement
575, rue Saint-Amable, bureau 2.10
Québec (Québec) G1R 6A6

**Objet : Mémoire sur le projet d'aménagement du parc éolien Nicolas-Riou dans les
MRC des Basques et de Rimouski-Neigette**

Monsieur,

À la suite de la première partie des audiences publiques concernant le projet d'aménagement du parc éolien Nicolas-Riou, nous vous faisons parvenir un mémoire situant notre position concernant la réalisation d'un tel projet.

Nous ne sommes pas sans savoir que les impacts reliés à la réalisation d'un parc éolien ne sont pas négligeables pour les paysages et l'industrie touristique de ce secteur. C'est pourquoi nous vous soumettons notre point de vue tout en espérant que celui-ci sera pris en considération.

Espérant le tout conforme, nous vous prions de recevoir, Monsieur, nos salutations distinguées.

A handwritten signature in black ink that reads "Pierre Laplante". The signature is written in a cursive style.

Pierre Laplante,
directeur général

Bureau d'audiences publiques
sur l'environnement

Mémoire sur
Projet d'aménagement du parc éolien Nicolas-
Riou dans les MRC des Basques et
Rimouski-Neigette

Présenté par
L'Association touristique régionale
du Bas-Saint-Laurent



Pierre Laplante
Directeur général

Octobre 2015

1. L'ATR du Bas-Saint-Laurent

L'Association touristique régionale du Bas-Saint-Laurent (ATR) est un organisme à but non lucratif dédié à l'accueil, la promotion et au développement de l'industrie touristique.

L'ATR est reconnue par le ministère du Tourisme du Québec comme partenaire privilégié afin d'établir les grandes orientations et les actions stratégiques qui assureront le développement du tourisme au Bas-Saint-Laurent.

L'ATR dessert ses membres sur le territoire délimité au nord par le fleuve Saint-Laurent de La Pocatière à Sainte-Luce et au sud jusqu'aux frontières du Maine et du Nouveau-Brunswick.

2. Le tourisme au Bas-Saint-Laurent

En plus d'être une destination touristique, le Bas-Saint-Laurent reçoit les touristes se rendant en Gaspésie et dans les provinces maritimes. En 2012, la région a reçu 983 000 visiteurs, ce qui a procuré des retombées de 178 M\$. Le taux d'occupation moyen dans l'hébergement est de près de 50 %, soit le plus haut des régions du Québec (hors des grands centres urbains).

L'industrie touristique est au cœur du développement économique du Bas-Saint-Laurent. On dénombre 859 entreprises associées au secteur touristique qui génèrent plus de 7 000 emplois.

Pour plus de détails sur l'organisation et l'industrie touristique, voir le document « Portrait touristique au Bas-Saint-Laurent 2015 », annexé à ce mémoire.

3. Intérêt de l'ATR

L'ATR du Bas-Saint-Laurent est un organisme voué au développement touristique régional et, de ce fait, s'intéresse à tout projet ayant des répercussions sur le développement économique, la création et le maintien d'emplois de qualité dans le Bas-Saint-Laurent.

En tant que représentant de 423 membres provenant du secteur touristique, elle mise sur la concertation régionale et l'harmonisation des différents secteurs de développement tout en prenant en compte les attentes des entreprises touristiques.

4. Mise en contexte

L'ATR du Bas-Saint-Laurent possède une expertise en matière d'accueil, de promotion et de développement touristique. Notre mémoire portera sur les questions touchant ces volets. Nous croyons que d'autres questionnements spécifiques tels que les impacts sur les communautés environnantes seront défendus par d'autres organisations spécialisées dans ces domaines.

Concernant la question environnementale, nous sommes d'avis que les processus d'évaluation en place tant au niveau du Québec que du Canada permettront d'assurer un cadre d'intervention garantissant la sauvegarde et la protection des sites naturels et des espèces présents autour du site d'exploitation à différentes périodes de l'année. Ce n'est qu'à ces conditions que le gouvernement du Québec devrait recommander la réalisation du projet.

Également, nous souhaitons que le travail du BAPE lui-même permette de s'assurer des mesures d'atténuation afin de minimiser les impacts du projet sur son environnement immédiat.

5. Le projet

Situé dans les MRC des Basques et de Rimouski-Neigette, le projet compte 68 éoliennes Vestas, modèle V117, d'une puissance de 3.3 MW chacune. Il représente un investissement d'environ 500 millions de dollars et pourrait créer 400 emplois dans sa phase de construction.

Ce projet est un partenariat entre EDF Canada Inc., Énergie Éolienne Bas-Saint-Laurent, société détenue par les MRC du Bas-Saint-Laurent et la Première Nation Malécite de Viger, ainsi que la Régie intermunicipale de l'Énergie – Gaspésie – Îles-de-la-Madeleine, composée des MRC de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine à 50 % (EDF) et 50 % (MRC).

Celui-ci représente le plus gros projet Éolien communautaire en partenariat égalitaire au Québec et permettra la création d'un Fonds de développement pour les MRC impliquées.

CARACTÉRISTIQUES DU PROJET :

Localisation	MRC des Basques et de Rimouski-Neigette
Puissance installée	224.4 MW
Manufacturier / Modèle	68 Vestas Wind Systems V117 – 3.3 MW
Nombre de foyers desservis	Environ 35 000
Client	Hydro-Québec Distribution
Construction	Printemps 2016 – automne 2017
Mise en service	Décembre 2017
Nombre de travailleurs	Jusqu'à environ 400 emplois au moment le plus fort de sa construction

6. Le produit touristique du secteur

Le secteur visé est au centre de la région touristique du Bas-Saint-Laurent et près de certaines infrastructures touristiques. La proximité du lac Saint-Mathieu, de la Réserve Duchénier, de la Seigneurie Nicolas-Riou, du Canyon des Portes de l'Enfer et de réseaux de sentiers récréotouristiques, entre autres amène des contraintes et une tentative de minimiser les impacts sur ces utilisateurs du territoire.

7. Les impacts des projets éoliens sur l'industrie touristique

Aucune analyse des impacts des parcs éoliens n'est disponible concernant les effets de cette production sur l'industrie touristique du Québec et du Bas-Saint-Laurent. Une recherche du ministère du Tourisme a identifié certaines études réalisées au niveau mondial.

Résultats de sondages effectués auprès de touristes

Certaines enquêtes et sondages ont été effectués auprès des touristes sur la question des éoliennes à plusieurs endroits dans le monde. Voici ce qui se dégage des études réalisées au pays de Galles, en Écosse, aux États-Unis, en France et en Espagne.

- Les touristes ont généralement une opinion positive du développement de l'énergie éolienne à cause de sa nature propre et renouvelable.
- Une bonne partie des touristes se dit intéressée à visiter un centre d'interprétation sur l'énergie éolienne.

- Par contre, la majorité des touristes dit que les parcs éoliens peuvent nuire à la beauté des paysages. Seule une minorité de touristes croit que les parcs éoliens peuvent ajouter à l'attrait des paysages. Ils préfèrent qu'ils soient localisés à des endroits qui ne nuisent pas à la beauté des paysages naturels.
- La majorité des touristes ne croit pas que le développement de parcs éoliens apportera un attrait additionnel aux régions touristiques.
- Une majorité des touristes semble prête à accepter un certain contact avec les parcs éoliens si ces derniers ne sont pas trop proches des lieux d'intérêts (parcs nationaux, plages, lieux historiques, etc.).
- Selon certaines études, une minorité de touristes (11 % à 28 %) se dit prête à éviter des zones avec des parcs éoliens ou même à changer leur destination (2 % à 5 %) à cause de leur présence.

Les parcs éoliens comme attraction touristique

L'infrastructure nécessaire à la production de l'énergie éolienne est impressionnante et suscite la curiosité d'une certaine proportion des touristes qui sont invités à visiter des centres d'interprétation sur l'énergie éolienne. Voici quelques exemples à ce sujet :

- En Angleterre, à Swalffham, les touristes peuvent monter dans une tour éolienne donnant un panorama spectaculaire, tandis qu'à Cornwall, un centre a été ouvert au public et a reçu 50 000 visiteurs dès la première année (2001).
- À Palm Springs en Californie, des tours en autobus d'un parc de 3 500 éoliennes attirent de 10 000 à 12 000 visiteurs annuellement.
- Les éoliennes attirent beaucoup les touristes en Allemagne, pays où la population est très intéressée par les développements technologiques et les questions environnementales.
- En France, certains parcs éoliens ont établi des concours afin d'édifier ces parcs sur des bases esthétiques et même artistiques.

Il se dégage une constante dans ces études : les éoliennes présentent un potentiel touristique lorsqu'elles sont regroupées à l'intérieur de gros parcs (plus de 1 000 unités) et accompagnées de centres d'interprétation. Une multiplicité de petits parcs ou un étalement sur une grande distance des éoliennes semble susciter peu d'intérêt.

Par ailleurs, dans l'ensemble, l'aménagement de parcs éoliens dans une région touristique reconnue pour la beauté de ses paysages **représente un facteur d'attraction négatif du point de vue des touristes**. Il est possible de faire coexister le tourisme et les parcs éoliens, mais il faut établir judicieusement leur localisation et les réaliser selon un cadre impliquant, entre autres des éléments topographiques, architecturaux, paysagers et, éventuellement artistiques.

8. Les impacts du projet sur les entreprises touristiques

Les paysages : éléments créateurs d'émotions chez les touristes

Le touriste est avant tout attiré par des paysages harmonieux offrant des sensations multiples causées par des panoramas contrastés et variés. Sur ce plan, les produits touristiques centrés sur l'observation du paysage (croisières, circuits, villégiature, randonnées sous toutes ses formes, etc.) sont tous vulnérables si les parcs éoliens ne tiennent pas compte de leur présence.

Plusieurs sondages réalisés démontrent que la volonté de découvrir une région et ses paysages est la première motivation de visite.

La banalisation des paysages

À ce niveau, on peut résumer la problématique liée à l'industrie touristique de la façon suivante : les parcs éoliens, particulièrement ceux construits sur une base linéaire, peuvent entraîner une certaine banalisation des paysages et contribuer ainsi à diminuer leur caractère attractif. Ajoutons que les lignes de transmission issues de la construction des éoliennes contribuent également à cette banalisation des différents paysages. Le fait qu'on installe dans un milieu le plus souvent naturel une série de structures industrielles similaires risque d'affadir le paysage et de diminuer la qualité de l'expérience touristique.

Nécessité d'une vision d'ensemble et d'un cadre de protection des paysages dans l'implantation de l'énergie éolienne

Le territoire touristique du Bas-Saint-Laurent (La Pocatière à Sainte-Luce-sur-Mer) est « petit » (190 kilomètres de littoral) et on projette plusieurs parcs éoliens. On peut donc s'inquiéter de l'implantation de plusieurs centaines d'éoliennes sur ce territoire.

La base même de l'industrie touristique nécessite que la question des paysages, dans la construction de l'ensemble des parcs éoliens, soit sérieusement considérée afin d'éviter une destruction d'une autre partie du patrimoine naturel régional, ce qui aurait des effets néfastes sur l'industrie touristique. Si les installations projetées actuellement et celles à venir ne sont pas établies selon un cadre soigneusement planifié, on risque de se retrouver avec une destination privée d'une de ses ressources les plus importantes : des paysages qui attirent des touristes du monde entier. La voie à suivre est donc d'avoir une vision d'ensemble des parcs à construire et d'établir un cadre d'implantation basé sur la protection et l'aménagement des paysages et non sur l'exploitation pure et simple de l'énergie éolienne. Il serait essentiel de développer une planification régionale incluant des schémas éoliens par MRC.

9. Constats et pistes d'action en vue d'harmoniser les parcs éoliens avec l'industrie touristique au Bas-Saint-Laurent

L'énergie éolienne, une production d'énergie qui doit se faire dans le respect des paysages et des communautés

Les parcs éoliens obligent l'introduction d'équipement industriel sophistiqué. Cette introduction doit se faire en respectant l'esprit d'un lieu, d'une société, d'une culture et en tenant compte des valeurs fondamentales du milieu dans lequel l'équipement est implanté. Elle doit obligatoirement prendre en compte, dès la planification initiale, de l'intégration harmonieuse des structures de supports nécessaires à la production de cette énergie dans les paysages.

Des mesures de protection des paysages

L'industrie touristique repose avant tout sur la qualité des paysages. Les mesures de protection du paysage assurent qu'un minimum d'éoliennes sera visible, sur une distance donnée, à partir d'un élément d'intérêt majeur, ce qui n'implique pas l'absence d'éoliennes dans le secteur visé. La géographie du Bas-Saint-Laurent, formée en terrasses, représente un défi en ce sens. Voici des éléments à considérer dans un tel cadre, dépendamment de la topographie et de la juxtaposition des terres à proximité :

- Les règles à établir devraient s'appliquer autant sur les terres publiques que sur les terres privées, puisque la question des paysages est indépendante de la propriété du fond de terrain.
- Dans la mesure où la protection des paysages est reconnue comme un enjeu régional majeur, l'adhésion des partenaires responsables de la planification du développement des terres publiques comme des terres privées est donc un incontournable.

- Le plan d'implantation des éoliennes devrait respecter les Règlements de contrôle intérimaire des MRC.
- Une planification régionale incluant des schémas éoliens par MRC devrait être réalisée.

Une approche d'aménagement des paysages plutôt que de protection des paysages

Il faut planifier les projets d'éoliennes sous l'angle des opportunités paysagères qu'ils présentent, plutôt que sous l'angle d'évitement des impacts négatifs. Cela nécessite que l'on manifeste une ouverture et une préoccupation afin d'explorer les différentes facettes de l'implantation dans un paysage donné.

L'objectif visé est d'inscrire le développement des parcs éoliens dans un « projet de paysage » respectueux des enjeux du développement durable. Dans un tel contexte, on pourrait convenir, entre autres de pistes d'action comme les suivantes :

- Proposer de nouvelles visions du territoire, génératrices de perspectives de développement correspondant aux attentes de la diversité des communautés qui profitent de ce territoire;
- Utiliser les projets éoliens pour mettre en valeur la spécificité des lieux, tout en supportant le développement de projets locaux et les aspirations de développement du milieu;
- Établir les éoliennes en fonction de critères architecturaux, paysagers et, pourquoi pas, artistiques en vue de créer de l'émotion et de s'en servir comme attrait touristique;
- Proposer une approche qui respecte les valeurs de la communauté, en acceptant de participer à un processus permanent de validation du développement du projet selon les besoins exprimés par le milieu.

10. Les parcs éoliens comme attrait touristique?

L'implantation du projet dans le respect des critères environnementaux et socio-économiques représente un potentiel pour l'industrie touristique. Les parcs d'éoliennes ont une valeur d'interprétation et l'industrie touristique pourrait se positionner par l'implantation d'un centre d'interprétation sur l'énergie éolienne et/ou les énergies renouvelables. Un tel centre d'interprétation pourrait attirer entre 10 000 et 13 000 visiteurs et, de ce fait, ajouter un attrait important dans le secteur.

Par contre, il n'est pas évident que le parc éolien seul ait le pouvoir d'attirer ces clientèles touristiques et de générer des dépenses touristiques importantes. Il s'agirait plutôt d'un produit de soutien à l'offre actuelle. De plus, dans le cas où on multiplierait les parcs éoliens dans le Bas-Saint-Laurent et la Gaspésie, l'effet attractif serait diminué d'autant et on pourrait se questionner sur le ratio des effets positifs versus les effets négatifs envers les autres produits touristiques.

11. Conclusion et recommandations

L'Association touristique régionale du Bas-Saint-Laurent tient à préciser qu'elle ne s'inscrit pas en faux face au développement de l'industrie éolienne sur le territoire touristique du Bas-Saint-Laurent. Elle tient à souligner les risques encourus par de multiples déploiements de plantations linéaires ou en grappes semées aléatoirement tant sur les terres publiques que privées. Nous comprenons que ces déploiements peuvent susciter chez de nombreux propriétaires de terrain des possibilités d'améliorer le revenu familial ou de retraite. Il en va de même pour les municipalités du territoire qui profiteraient de redevances de l'implantation d'éoliennes pour supporter des projets de développement et améliorer leur milieu et les conditions de vie de leurs citoyens. Même notre industrie, le tourisme, pourrait profiter de retombées reliées à l'éolien par la création d'un Fonds de développement régional.

Toutefois, il importe de protéger notre patrimoine tant naturel que culturel, incluant nos paysages, car ils sont représentatifs de la présence humaine et des usages dans le Bas-Saint-Laurent. Ce territoire est une destination touristique reconnue et notre milieu de vie. C'est pour cette raison que nous devons chercher à en protéger son intégrité et sa plus grande beauté tout en permettant un développement économique durable.

S'il y a un secteur du développement économique du Bas-Saint-Laurent qu'il est impératif de protéger, c'est bien celui du tourisme. D'aussi loin que l'on peut regarder, c'est une industrie qui relève de notre capacité collective de nous développer. Faisons attention de ne pas compromettre notre richesse naturelle « durable » que représentent les paysages humanisés et culturels de notre belle région.

Recommandations

Considérant que :

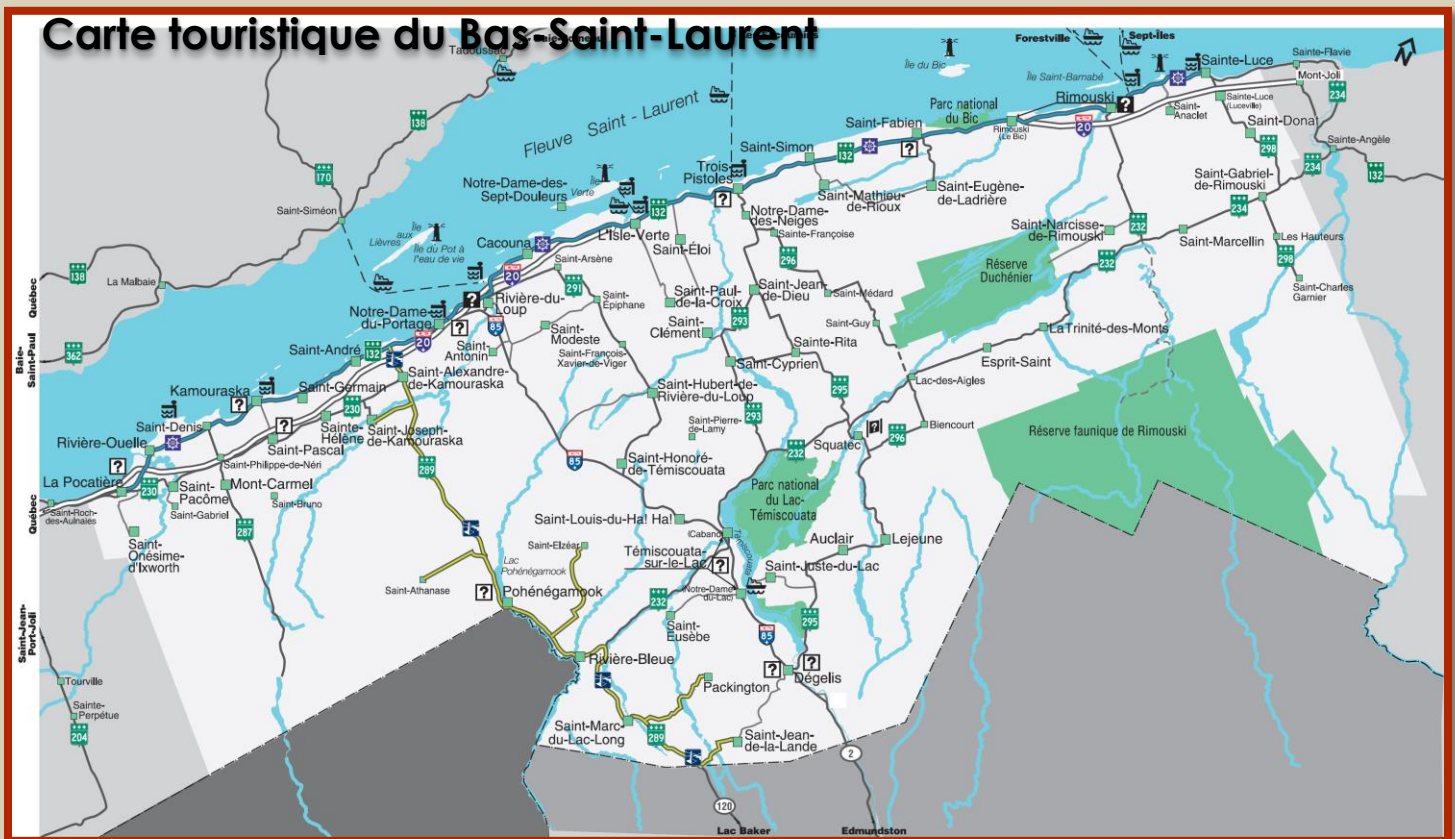
- Le présent projet représente le plus grand parc éolien communautaire en partenariat avec le milieu et a fait l'objet de plusieurs rencontres avec les municipalités et citoyens touchés par son implantation, ainsi que la tenue d'audiences publiques qui permettra à tous de s'exprimer sur le projet. En ce sens, il s'est mérité l'acceptabilité sociale du milieu et des partenaires locaux et régionaux.
- Les revenus futurs (50 %) de l'implantation des éoliennes seront redistribués localement (MRC et Malécites), ce qui permettra le développement régional du territoire du Bas-Saint-Laurent.
- Le projet permettra la création de nombreux emplois (400) dans sa phase de construction et quelques autres pour son fonctionnement.
- Que le site choisi est en dehors des routes touristiques reconnues, dont la route des Navigateurs sur le littoral du fleuve Saint-Laurent.

L'ATR du Bas-Saint-Laurent ne s'oppose pas à cette implantation et soutien l'actuelle démarche des organisations régionales et locales dans ce dossier, mais selon les recommandations suivantes :

- La nécessité de développer une vision d'ensemble des parcs à construire au Bas-Saint-Laurent et l'établissement d'un cadre d'implantation basé sur la protection et l'aménagement des paysages et non sur l'exploitation pure et simple de l'énergie éolienne.
- La réalisation d'une étude d'impact sur les paysages pour l'implantation de l'ensemble des projets éoliens prévus sur le territoire du Bas-Saint-Laurent.
- La réalisation de maximiser les retombées économiques et la création d'emplois reliés au projet dans la région du Bas-Saint-Laurent.
- L'assurance que le mode de démantèlement doit être prévu et clairement identifié (promoteur ou autre entreprise locale intéressée).

PORTRAIT TOURISTIQUE DU BAS-SAINT-LAURENT 2015

1. LE BAS-SAINT-LAURENT EN BREF...



Source : Tourisme Bas-Saint-Laurent, 2015

Le Bas-Saint-Laurent touristique

Population : 147 826 habitants

Superficie : 18 424 Km²

Structure territoriale :

6 municipalités régionales de comté (MRC) :

- Kamouraska
- Rivière-du-Loup
- Les Basques
- Rimouski-Neigette
- Témiscouata
- La Mitis (5 municipalités)

Structure territoriale suite :

- 8 villes
- 66 municipalités
- 5 territoires non organisés (TNO)

Accessibilité du territoire

La région touristique du Bas-Saint-Laurent couvre le territoire délimité au nord par le fleuve Saint-Laurent et au sud par les frontières du Nouveau-Brunswick et du Maine. Le territoire s'étend d'ouest en est de La Pocatière, aux limites de la région de Chaudière-Appalaches, jusqu'à Sainte-Luce, aux portes de la Gaspésie. La région touristique du Bas-Saint-Laurent couvre un territoire de 18 424 km².

Il est à noter que la région touristique du Bas-Saint-Laurent ne couvre pas totalement le territoire de la région administrative, dont une partie est incluse dans la région touristique de la Gaspésie, soit les MRC de Matane, de la Matapédia et une partie de La Mitis.

Le réseau routier comprend trois axes majeurs : l'autoroute 20, ainsi que les routes 132 et 185. D'abord, il y a l'autoroute 20, qui traverse la région d'ouest en est jusqu'à L'Isle-Verte, pour reprendre à la ville de Rimouski, jusqu'à celle de Sainte-Luce; ensuite, il y a la route 132, appelée aussi la route des Navigateurs, qui longe tout le littoral et qui a une vocation fonctionnelle, panoramique et touristique, en plus d'assurer la liaison avec les régions de Chaudières-Appalaches et de la Gaspésie.

Enfin, un troisième axe majeur permet aussi l'accès au Nouveau-Brunswick, soit la route 185 (avec des tronçons de l'autoroute 85) qui, à partir de Rivière-du-Loup, traverse la MRC du Témiscouata. D'autres artères telles que les routes 230, 232, 289 et 293 sont des voies secondaires à circulation moyenne traversant les municipalités. La route 232 traverse le Bas-Saint-Laurent d'est en ouest à partir de Rivière-Bleue en direction sud vers Rimouski, la route 230 fait la liaison d'est en ouest de La Pocatière jusqu'à Saint-Alexandre-de-Kamouraska (route 289), soit jusqu'à La route des Frontières. Cette dernière traverse la région du nord au sud de Saint-André jusqu'à la frontière du Nouveau-Brunswick.

Le transport ferroviaire, utilisé surtout pour la marchandise, offre également aux personnes une liaison avec les grands centres. Le transport par autobus avec Orléans Express assure au public une liaison à l'intérieur de la région et avec les autres régions. Rimouski et Rivière-du-Loup sont les deux carrefours régionaux. Le transport aérien comprend un aéroport régional localisé à la limite du territoire du Bas-Saint-Laurent touristique (Mont-Joli). Les municipalités de Rimouski et de Rivière-du-Loup opèrent des aéroports municipaux.

Le transport maritime représente un volume d'activité important pour la région touristique du Bas-Saint-Laurent, qui est reliée à la rive nord par trois traversiers. On y retrouve les traverses Rivière-du-loup/ Saint-Siméon, Trois-Pistoles/ Les Escoumins, ainsi que Rimouski/ Forestville. Outre ces traverses, le traversier le Peter Fraser et le bateau-taxi offrent la liaison entre les municipalités de Notre-Dame-des-Sept-Douleurs (île Verte) et de L'Isle-Verte. De plus, sur le lac Témiscouata, le traversier le Corégone offre la liaison entre Témiscouata-sur-le-Lac (secteur) Notre-Dame-du-lac et Saint-Juste-du-lac.

Les routes touristiques

La route des Navigateurs

Tracé de la route 132, celle-ci traverse la région du Bas-Saint-Laurent en longeant le fleuve Saint-Laurent sur 190 kilomètres. De La Pocatière à Sainte-Luce, elle met en vedette le fleuve et la vie qu'il y inspire depuis trois siècles. De plus, cette route nationale rejoint les régions de la Chaudière-Appalaches et du Centre-du-Québec pour totaliser un trajet de 470 kilomètres entre Baie-du-Febvre et Sainte-Luce.

La route des Frontières

Au fil de ses 95 kilomètres, sur le tracé de la route 289, la route des Frontières vous mènera de Saint-André, près du fleuve, au village de Saint-Jean-de-la-Lande, près de la frontière du Nouveau-Brunswick. La route touristique tient son nom de sa contiguïté aux frontières du Québec, du Nouveau-Brunswick et de l'état du Maine aux États-Unis. Le territoire est d'ailleurs semé de symboles rappelant cette géographie politique : postes douaniers, bornes frontalières et pont international, en plus de la frontière naturelle formée par la rivière Saint-François.

La route des Monts-Notre-Dame

La route des Monts Notre-Dame proposera, dès l'été 2016, une expérience nature accessible et authentique dans un territoire habité par une population fière et accueillante. Le trajet sillonne les Monts-Notre-Dame, cette chaîne de montagnes vieille de plus de 200 millions d'années qui abrite la célèbre voie navigable utilisée par les Amérindiens pour circuler entre les fleuves Saint-Laurent et Saint-Jean.

Pour l'itinéraire d'ouest en est, la route des Monts-Notre-Dame débute à l'extrémité sud de la route des Frontières à Saint-Jean-de-la-Lande, près de la frontière du Nouveau-Brunswick. Elle traverse ensuite Dégelis et emprunte la route 295 en direction de Squatec. De là, le tracé suit la route 232 qui mène dans le Haut-Pays de la Neigette, jusqu'à la jonction avec la route 234. L'itinéraire emprunte cette route vers Saint-Marcellin puis Saint-Gabriel-de-Rimouski, où il descend par la route 298 vers le fleuve pour rejoindre la route des Navigateurs et ainsi compléter la boucle du Bas-Saint-Laurent.

Données sur la population et l'emploi

Bas-Saint-Laurent administratif					
	2010	2011	2012	2013	Variation 2010-2013
Population totale	201 322	201 184	201 053	201 091	- 3 205
Population active	99 300	97 900	102 300	96 600	- 1 500
Emplois totaux	89 400	90 200	93 900	87 100	- 100
Taux de chômage	10,0 %	8,0 %	8,1 %	9,8 %	- 1,3 %

Source : Emploi-Québec, Bas-Saint-Laurent 2015

2. TOURISME BAS-SAINT-LAURENT EN BREF

Association touristique régionale (ATR)

Président : Hugues Massey

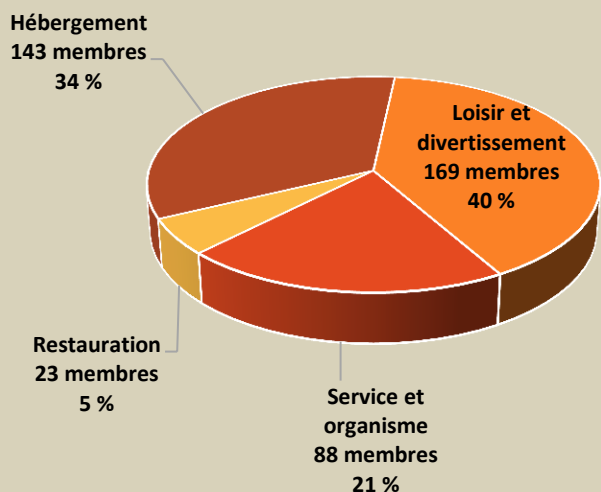
Directeur général : Pierre Laplante

L'ATR c'est :

- L'Association touristique régionale est la seule organisation en région dont l'unique mandat est le tourisme.
- Depuis 1978, par décret gouvernemental, l'ATR favorise le développement de l'industrie touristique au Bas-Saint-Laurent.
- L'ATR fait la promotion des produits touristiques de la région par le regroupement, la concertation, le soutien et la représentation des acteurs et entreprises touristiques.
- L'ATR regroupe plus de 423 membres, dont 143 du secteur de l'hébergement

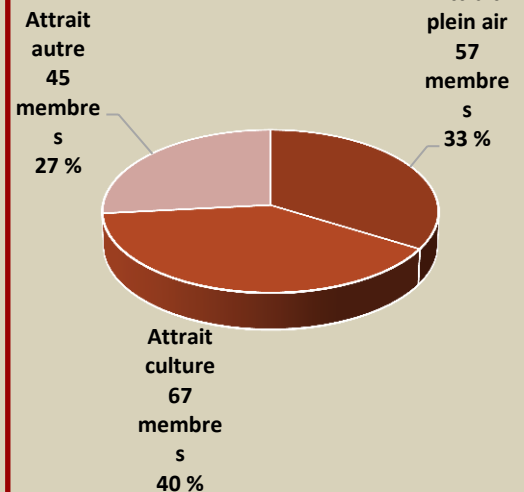
Source : Tourisme Bas-Saint-Laurent, 2015

Répartition des 423 membres selon les secteurs de l'industrie

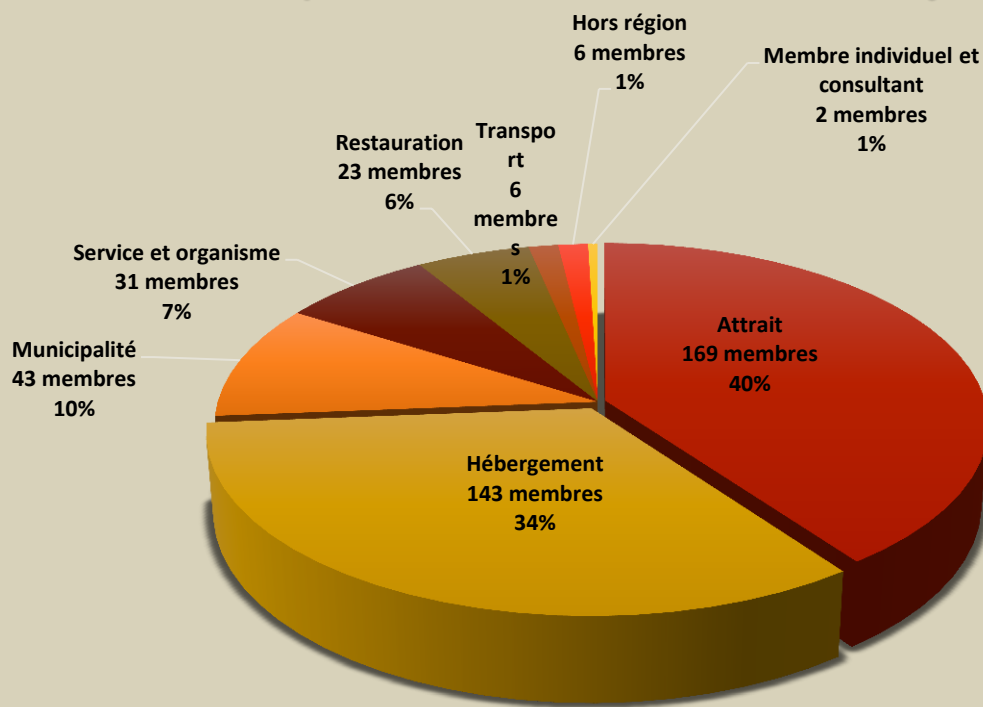


Source : Tourisme Bas-Saint-Laurent, 2015

169 membres du secteur Loisir et divertissement



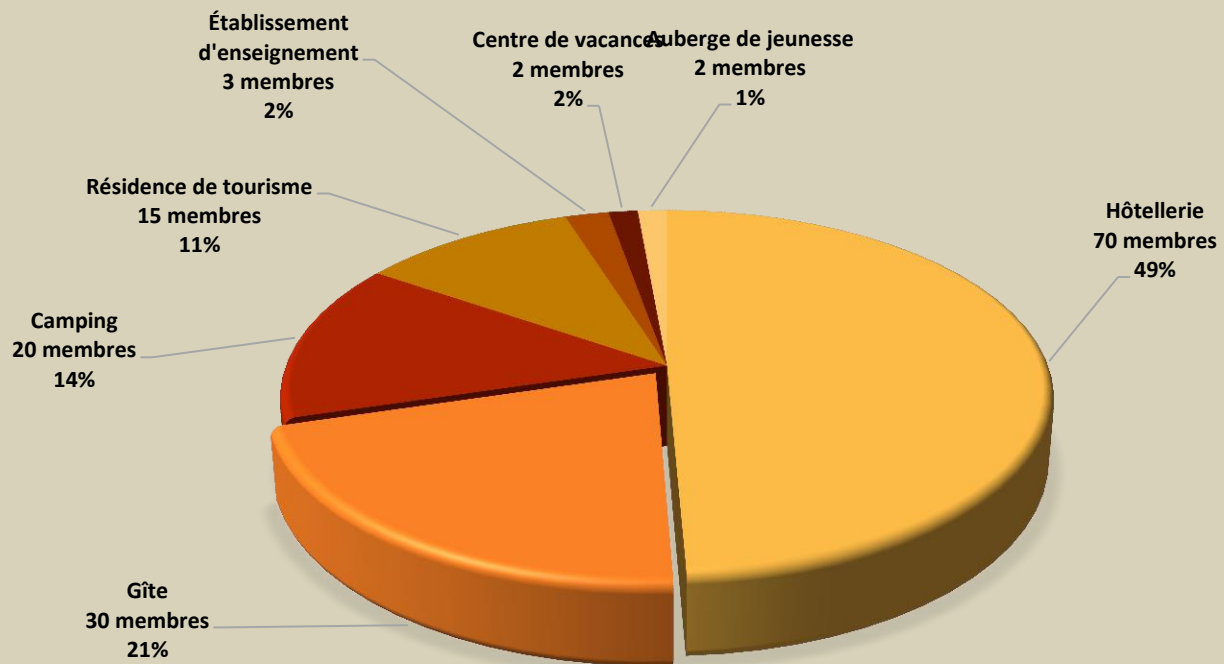
Répartition selon les secteurs majeurs



Source : Tourisme Bas-Saint-Laurent, 2015

Secteur de l'hébergement

Répartition des 142 établissements classifiés



Source: Tourisme Bas-Saint-Laurent, 2015

Statistiques sur la fréquentation des touristes dans les bureaux d'accueil et d'information touristique du Bas-Saint-Laurent

Fréquentation des touristes dans les bureaux d'accueil et d'information touristique du Bas-Saint-Laurent

	2011	2012	2013	2014	2015	Variation 2014-2013
Janvier	246	294	262	239		-8,78 %
Février	292	400	353	220		-37,68 %
Mars	412	544	469	336		28,36 %
Avril	478	563	498	420		-15,66 %
Mai	1383	1876	1758	1422		-19,11 %
Juin	8 137	8 906	8 691	9 024		3,83 %
Juillet	32 291	32 732	31 201	31 930		2,34 %
Août	27 835	37 344	31 269	35 564		7,34 %
Septembre	7 704	6 559	6 519	6 357		-2,49 %
Octobre	1 984	1 776	2 211	2 058		-6,92 %
Novembre	588	538	207	306		47,83 %
Décembre	210	203	162	240		48,15 %
TOTAL	81 560	81 735	83 735	86 116		3,01 %

Source : Tourisme Bas-Saint-Laurent, 2014

Total d'achalandage de tous les bureaux ouverts pour chaque mois (8 bureaux saisonniers et 2 ouverts à l'année)

Provenance de la clientèle dans les bureaux d'information touristique du Bas-Saint-Laurent

Marché	2011	2012	2013	2014	2015	Variation 2014-2013
Le Québec maritime	10,92 %	11,44 %	11,13 %	8,66 %		-2,47 %
Région de Québec	16,04 %	16,25 %	16,19 %	18,66 %		2,47 %
Charlevoix	0,21 %	0,27 %	0,28 %	0,26 %		-0,02 %
Le Centre du Québec	10,19 %	10,68 %	9,69 %	10,23 %		0,54 %
Région de Montréal	34,22 %	34,42 %	18,18 %	32,17 %		13,99 %
L'ouest du Québec	2,57 %	2,45 %	2,68 %	2,20 %		-0,48 %
Saguenay/ Lac St-Jean	1,44 %	1,66 %	1,52	1,42 %		-0,1 %
Baie-James/ Nunavik	0,11 %	0,10 %	0,10 %	0,12 %		0,02 %
Autres provinces du Canada	11,88 %	9,62 %	10,92 %	13,30 %		2,38 %
États-Unis	2,35 %	2,46 %	2,71 %	2,90 %		0,19 %
France	5,92 %	6,30 %	6,26 %	5,69 %		-0,57 %
Europe	2,74 %	2,67 %	2,55 %	2,58 %		0,03 %
Autres	1,41 %	1,68 %	3,48 %	1,80 %		-1,68 %

Source : Tourisme Bas-Saint-Laurent, 2014

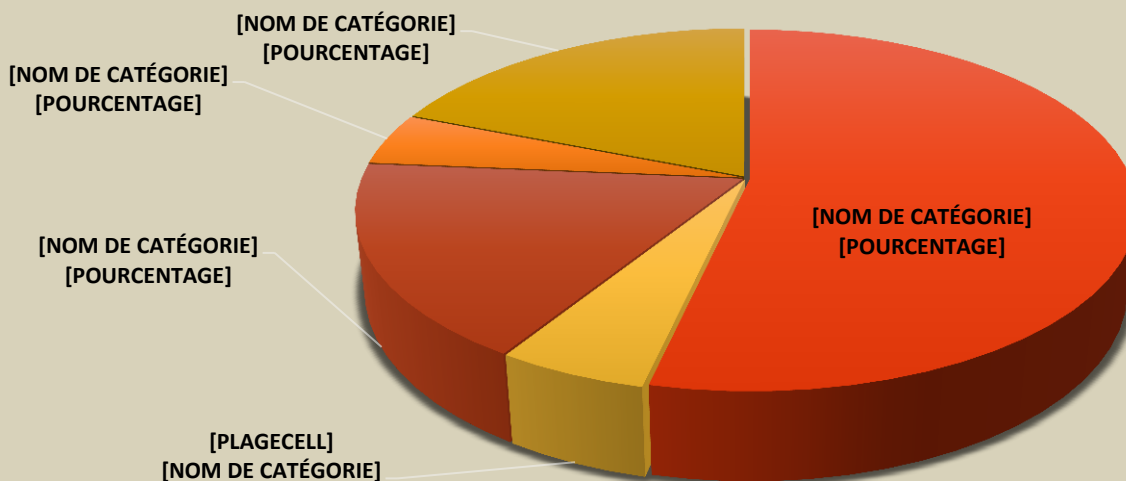
Le Québec maritime : Îles de la Madeleine, Bas-Saint-Laurent, Gaspésie, Manicouagan, Duplessis; **Grande région de Québec** : Québec, Mauricie, Centre-du-Québec; **Région de Montréal** : Montréal, Laval, Montérégie, Lanaudière, Laurentides; **L'ouest du Québec** : Abitibi, Outaouais

*Basés sur l'achalandage des 10 lieux d'accueil du réseau du Bas-Saint-Laurent

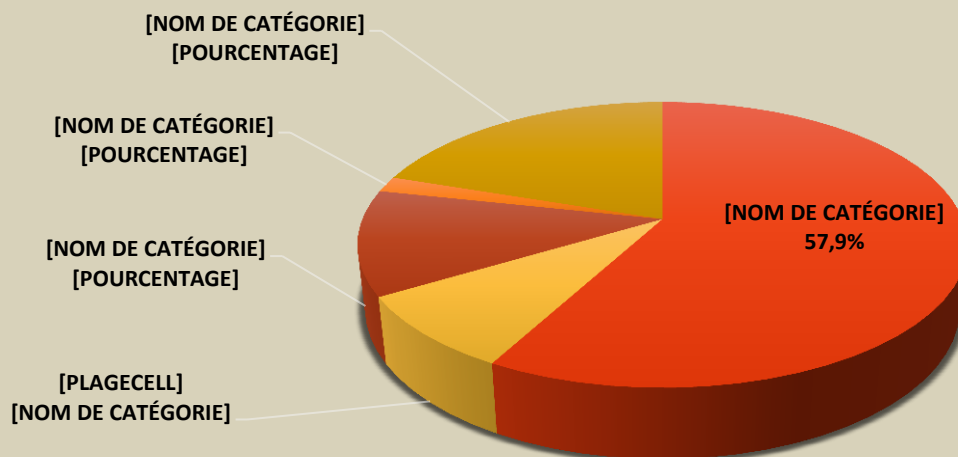
3. L'INDUSTRIE TOURISTIQUE AU BAS-SAINT-LAURENT EN CHIFFRES

- 859 entreprises, ce qui représente 9 % de l'emploi total, soit 7 880 emplois.
- 983 000 touristes, dont 91,1 % proviennent du Québec; 3,76 % du Canada; 1,32 % des États-Unis.
- 178 M\$ de retombées économiques au Bas-Saint-Laurent.

Répartition des entreprises touristiques par secteur

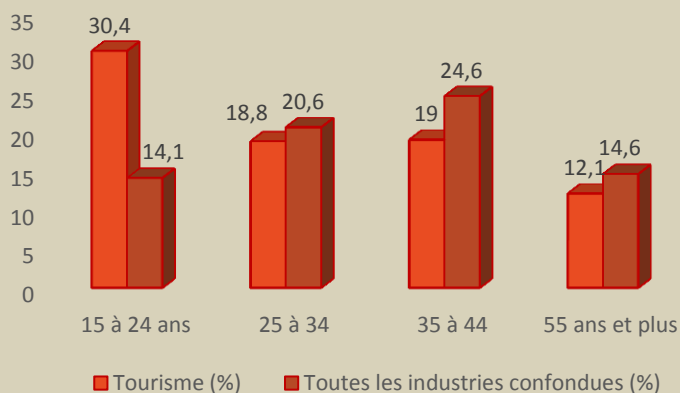


Répartition des l'emplois par secteur

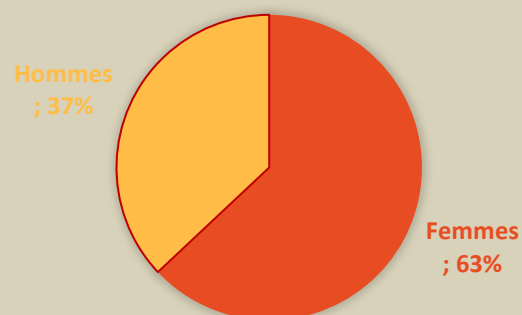


Source : Statistiques Canada, Emploi-Québec, ministère du Tourisme, Conseil canadien des ressources humaines en tourisme (CCRHT), Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT)

Répartition des emplois en tourisme selon l'âge

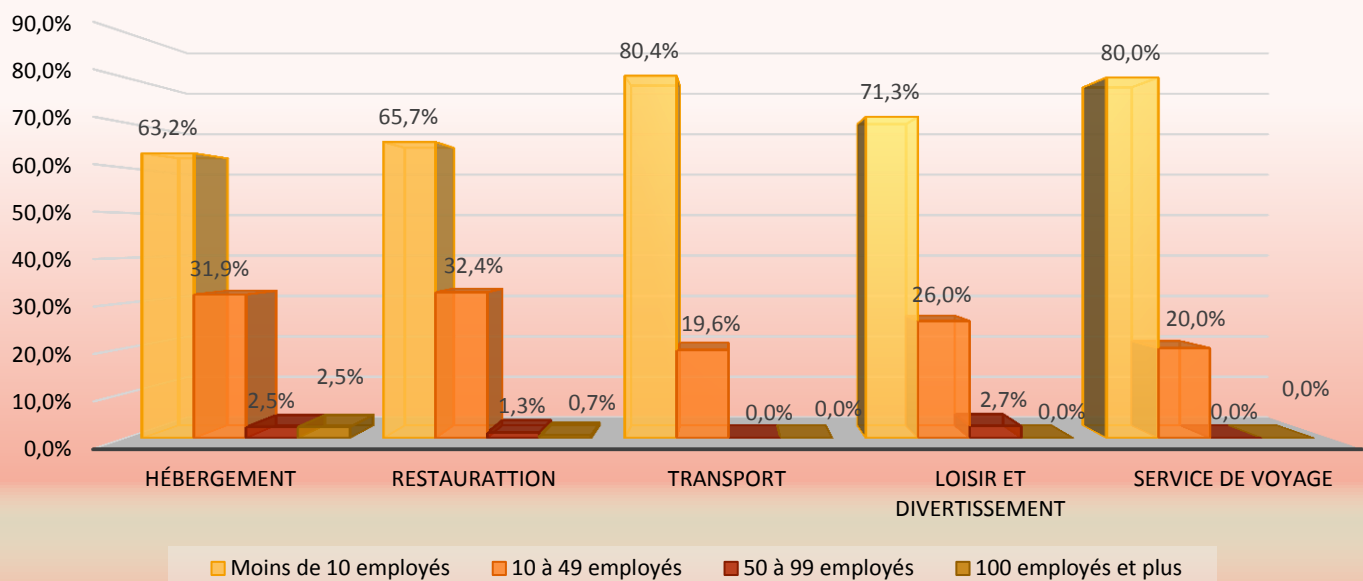


RÉPARTITION DES EMPLOIS EN TOURISME HOMMES/FEMMES



Source : Diagnostic sectoriel de la main-d'oeuvre

Répartition des entreprises touristiques du Bas-Saint-Laurent en fonction du nombre d'employés et de sous-secteurs



Source : Institut de la statistique du Québec, Québec

Établissements classifiés au Bas-Saint-Laurent toutes catégories confondues

Années	Nombre d'entreprises classifiées par catégorie (CITQ)						Total
	Établissements hôteliers	Gîtes	Pourvoiries	Résidences de tourisme	Autres établissements d'hébergement	Autres types d'hébergement	
2011	118	82		92	0		292
2012	108	78	9	104	4		303
2013	102	71	9	129	7		318
2014	91	69	9	156	9	14	348
2015	87	68	9	175	13	14	366
Années	Nombre de chambres classifiées (CITQ)						Total
	Établissements hôteliers	Gîtes	Pourvoiries	Résidences de tourisme	Autres établissements d'hébergement	Autres types d'hébergement	
2011	2644	306	71	344	0		3365
2012	2596	296	72	329	16		3309
2013	2651	263	70	348	41		3373
2014	2539	260	68	385	43	1063	4358
2015	2502	257	68	439	68	1066	4400

Source : CITQ, 2015

Établissements hôteliers, résidences de tourisme, autres établissements d'hébergement, établissements d'enseignement, centres de vacances, auberges de jeunesse

Années	EV	0 ★	1 ★	2 ★	3 ★	4 ★	5 ★	* Total
2010			22	85	84	18	0	209
2012	19		22	79	90	23	0	233
2013	24		21	85	100	23	0	253
2014	22		21	82	119	26	0	270
2015	23		30	77	126	33	0	289

Campings								
2014	1	0	9	9	12	8	0	39
2015	3	8	8	11	10	10	1	51

Source : CITQ, 2015

* Total d'établissements classifiés par la CITQ

EV : en évaluation

Source : CITQ, 2015

* Total d'établissements classifiés par la CITQ

EV : en évaluation

Performance de l'industrie touristique au Bas-Saint-Laurent

Évolution de la fréquentation régionale 2009-2012

	2009	2010	2011	2012	Variation 2012 / 2011
Volume de touristes (000)	826	812	890	983	10,44 %
% Bas-Saint-Laurent / Québec	3 %	2,8 %	2,9 %	3 %	0,1 %
Dépenses des touristes (M\$)	159	159*	175*	178*	1,71 %
% Bas-Saint-Laurent / Le Québec	2,5 %	2,3 %	2,6 %	2,4 %	- 0,2 %
Nuitées des touristes (000)	2443	2544*	2737*	2531*	-7,53 %
% Bas-Saint-Laurent / Le Québec	3,1 %	3,1 %	3,2 %	2,8 %	-0,4 %
Dépenses moyennes par séjour (touristes)	193 \$	196 \$	197 \$	181 \$	-8,12 %
Nombre de nuitées par séjour	2,8	3,1	3,1	2,6	-0,5 %
Volume des excursionnistes (000)	966	1033	1250	1553	24,24 %
% Bas-Saint-Laurent / Le Québec	2,3 %	2,7 %	2,1 %	2,6 %	-0,5 %
Dépenses des excursionnistes (M\$)	63*	85*	97*	146*	50,51 %
% Bas-Saint-Laurent / Le Québec	2,7 %	3,8 %	2,4 %	3,8 %	1,4 %

Source : Tourisme Québec, Le Tourisme au Québec en bref, 2012

1. Rang par rapport aux autres régions touristiques

* Données fournies à titre indicatif à utiliser avec réserve. À partir de 2011, nouvelle méthode.

Provenance des touristes au Bas-Saint-Laurent

	2009	2010	2011	2012	Variation 2012 / 2011
Du Québec (000)	734*	719*	796*	896*	12,56 %
Autres provinces canadiennes (000)	37*	44*	37*	37*	0 %
États-Unis (000)	25*	20*	15*	13*	-13,33 %
Autres pays (000)	30*	29*	42*	37*	-11,90 %

Total des dépenses des touristes					
Québec (M\$)	139*	131*	135*	155*	14,81 %
Autres provinces canadiennes (M\$)	6*	13*	15*	8*	-46,66 %
États-Unis (M\$)	7*	7*	5*	4*	-20 %
Autre pays (M\$)	7*	8*	20*	12*	-40 %

Source : Statistiques Canada, Enquête sur les voyages internationaux

* Données fournies à titre indicatif et à utiliser avec réserve

Volume en visites-région : 000

4. STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT DE LA RÉGION DU BAS-SAINT-LAURENT 2014-2020

Positionnement de la région du Bas-Saint-Laurent 2014-2020

Le Bas-Saint-Laurent souhaite se positionner comme une destination touristique modèle par la conservation et la mise en valeur de son patrimoine culturel, naturel et maritime. Notre positionnement repose sur les éléments suivants :

- Le fleuve Saint-Laurent est une icône touristique de calibre international qui démarque la région du Bas-Saint-Laurent et le Québec. Au Bas-Saint-Laurent, le fleuve devient la « mer » pour les résidents et les visiteurs. La région est le premier contact visuel avec ce fleuve Saint-Laurent devenu cette « mer » dans le vocabulaire régional;
- La découverte et l'exploitation des milieux maritimes et nautiques sont au cœur de ce positionnement;
- Le Bas-Saint-Laurent est une région d'eau, axée sur la communication et l'accessibilité à son fleuve, ses grands lacs et ses rivières;
- La région offre plusieurs distinctions; des villages pittoresques, des îles sur le Saint-Laurent, des aménagements récréotouristiques variés, des événements qui mettent en valeur le milieu, etc.

Le Bas-Saint-Laurent, c'est :

- une région de détente, de ressourcement, propice à la santé et au reconditionnement (physique ou mental);
- une région où les arrêts sont salutaires, peu importe si c'est pour un court séjour, un arrêt obligé ou un séjour de destination pour les affaires, les congrès, pour l'agrément ou pour y pratiquer une activité spécifique;
- une région « tendance » qui recherche l'harmonie, l'équilibre entre la nature, l'homme et les paysages;
- une région qui nous aide à retrouver nos racines, à retracer nos origines;
- une région de plein air, en été, en hiver comme à l'automne, orientée vers son fleuve, ses lacs et ses rivières;
- une région de saveurs et de plaisirs pour tous les sens, une région « vraie » et authentique.

Le Bas-Saint-Laurent... « Réserve mondiale de bon temps »

En harmonie avec son milieu, le Bas-Saint-Laurent « Réserve mondiale de bon temps » offre une variété d'expériences aux saveurs maritimes, naturelles et culturelles, qui s'appuient sur l'authenticité de son milieu et des gens passionnés. Un séjour dans la région, c'est une promesse de détente, d'évasion et de ressourcement.

Secteurs d'interventions prioritaires du ministère du Tourisme et de Tourisme Bas-Saint-Laurent

La stratégie de développement de l'offre touristique au Bas-Saint-Laurent 2014-2020 s'appuie sur le plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 de Tourisme Québec. Les stratégies, produits et actions retenus se veulent en accord avec les mesures et les objectifs du plan national; alors que certaines actions régionales sont directement liées au plan national (mesures sur le fleuve Saint-Laurent), d'autres tendent à soutenir les objectifs généraux de ce plan.

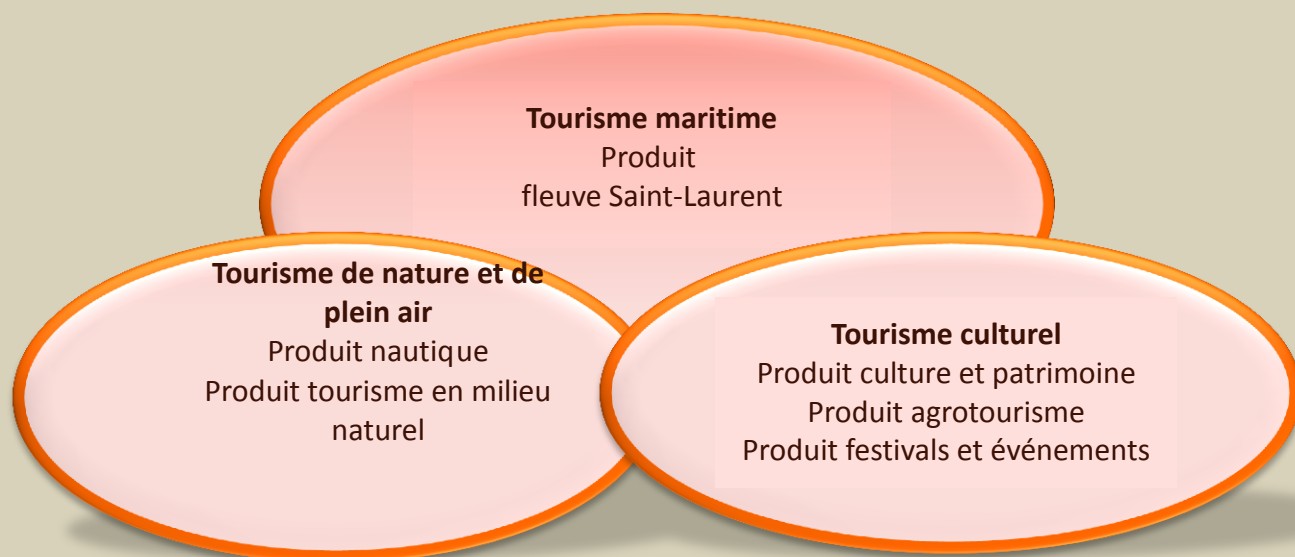
Québec :

Secteurs d'interventions prioritaires du « Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 »



Bas-Saint-Laurent :

Secteurs prioritaires de la « Stratégie de développement de l'offre touristique 2014-2020 »



Source : Stratégie de développement de l'offre touristique au Bas-Saint-Laurent 2014-2020, Tourisme Bas-Saint-Laurent

5. STRATÉGIE MARKETING DE TOURISME BAS-SAINT-LAURENT

Énoncés de positionnement du Bas-Saint-Laurent

Le Bas-Saint-Laurent est un espace unique.
 C'est un endroit où on se laisse emporter par la mer, son air et ses mammifères;
 par son arrière-pays authentique;
 par ses saveurs du terroir;
 par son patrimoine naturel et culturel.

Reconnu mondialement pour ses couchers de soleil spectaculaires, le Bas-Saint-Laurent incite à suspendre le temps pour mieux en profiter.

Signature : Bas-Saint-Laurent, réserve mondiale de bon temps

Bon temps :

- C'est la joie, la détente, la convivialité, la sérénité, le rire, le contact avec la nature, se dorloter, se faire plaisir.
- C'est combler tous nos sens.

Réserve mondiale :

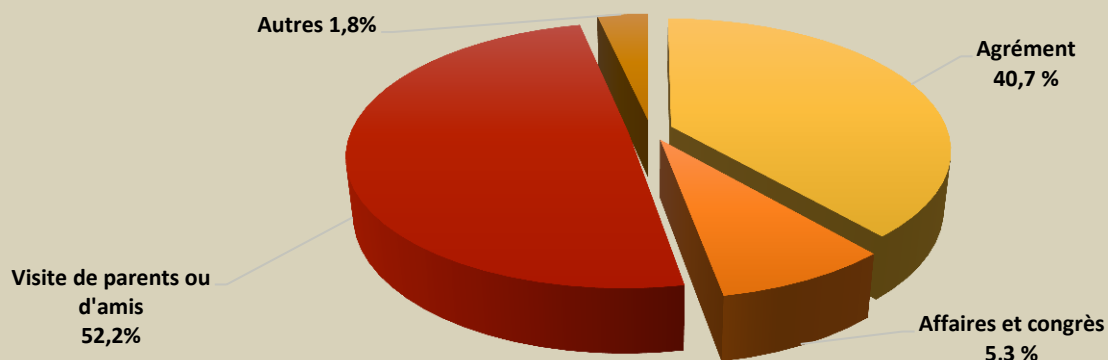
- Réfère à un endroit physique, alors que le complément (bon temps) réfère à l'expérience.
- Indique l'abondance et la rareté (précieux, à préserver) de la qualité du temps qu'on y passe.
- Utilise une appellation connue, qui réfère au développement durable.

Ni la notion de « bon temps »,
ni la notion de « réserve mondiale »
ne sont utilisées dans l'offre touristique québécoise.
offre unique = signature unique



Les différents marchés pour la région du Bas-Saint-Laurent

Volume par but de voyage au Bas-Saint-Laurent



Source : Fiche régionale Bas-Saint-Laurent, Tourisme Québec 2013

Marché intra-Québec

Provenance de la clientèle du Québec	
Régions	Volume %
Québec	24 %
Montréal	18 %
Montérégie	11 %
Chaudière-Appalaches	7 %
Gaspésie	7%

Le Bas-Saint-Laurent et ses marchés prioritaires

- **La grande région de Montréal (Montréal, Montérégie, Laval)** : clientèles de passage qui visitent le Bas-Saint-Laurent lors d'un séjour de plusieurs jours dans cette région ou lors d'une visite plus longue dans l'Est du Québec, dont une partie du séjour est au Bas-Saint-Laurent.
- **La grande région de Québec (Québec, Chaudière-Appalaches)** : clientèles de destination qui visitent le Bas-Saint-Laurent lors de courts séjours, de séjours plus longs, de passage dans l'Est du Québec ou dans les Maritimes.
- **Les marchés spécifiques** : en fonction des produits spécialisés, ces marchés sont ciblés et font appel à des groupes de consommateurs plutôt qu'à des territoires géographiques.

Budget marketing de Tourisme Bas-Saint-Laurent

Investissements promo 2015-2016	
Campagnes	Total
Région	485 000 \$
Agrotourisme	26 000 \$
Vélo/ Plein air	24 000 \$
Baleine/ Fleuve	40 000 \$
Motoneige/ hiver	*140 000 \$
Mototourisme	22 000 \$
Quad	13 000 \$
Total	750 000 \$

* Québec et Québec maritime

Marchés hors Québec

Le Québec maritime

L'ATR du Bas-Saint-Laurent et les ATR de Manicouagan, de Duplessis, de la Gaspésie et des Îles de la Madeleine ont créé le Québec maritime, afin de se positionner auprès des clientèles hors Québec. Nos actions marketing 2013-2018 tiendront compte des activités du Québec maritime auprès de ces clientèles.

Les marchés hors Québec du Bas-Saint-Laurent sont visés grâce à la stratégie marketing du Québec maritime. Ces marchés sont modulés en fonction des produits offerts (voir annexe : évaluation des stratégies par produit).

Marchés hors Québec	
Produits	Marchés priorisés
Grands Circuits maritimes (tour de la Gaspésie et du Bas-Saint-Laurent et la route des Baleines, région de la Côte-Nord)	<ul style="list-style-type: none">• Ontario et provinces maritimes• Europe francophone• Nouvelle-Angleterre et Atlantique Centre
Séjours Grande-Nature	<ul style="list-style-type: none">• Ontario et provinces maritimes• Europe francophone• Nouvelle-Angleterre et Atlantique Centre
Motoneige	<ul style="list-style-type: none">• New York, Maine, Vermont, New Hampshire, Pennsylvanie• Europe francophone• Ontario et provinces maritimes
Séjours et activités hivernales	<ul style="list-style-type: none">• États-Unis• France• Ontario et provinces maritimes

Source : Le Québec maritime, 2014

Budget marketing du Québec maritime

