

Le 9 décembre 2005

Madame Danielle Dallaire
Coordonnatrice du secrétariat de la commission
Bureau des audiences publiques sur l'environnement
Édifice Lomer-Gouin
575, rue Saint-Amable, bureau 2.10
Québec (Québec) G1R 6A6

**Objet : Promenade Samuel-De Champlain : point de
vue de l'Office du tourisme de Québec**

Madame,

Permettez-moi tout d'abord de souligner le peu de temps qui nous a été attribué pour réagir au projet de la promenade Samuel-de Champlain entre le pont Pierre-Laporte et la Côte de l'Église à Québec. Ayant reçu votre sollicitation à énoncer votre point de vue sur ce projet le 5 décembre dernier, vous comprendrez que les réponses apportées aux trois questions qui nous ont été posées demeureront sommaires et principalement qualitatives.

Voici donc l'essentiel de nos réponses; elles référeront en grande partie au contenu de nos planifications de moyen terme, dont notre plan de développement marketing 2003-2007.

En espérant le tout conforme à vos attentes, veuillez agréer, Madame, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Le directeur,


Pierre Labrie

NOTE

DESTINATAIRE: Madame Danielle Dallaire
Coordonnatrice au secrétariat de la commission
Bureau des audiences publiques sur l'environnement

EXPÉDITRICE: France Lessard
Office du tourisme de Québec

DATE: Le 9 décembre 2005

OBJET: Projet de la promenade Samuel-De Champlain : point de vue de l'Office
du tourisme de Québec

Bonjour,

Pour donner suite à votre demande du 5 décembre dernier, voici de façon sommaire, le point de vue de l'Office du tourisme de Québec sur l'intérêt du projet cité en rubrique. Ce point de vue répond essentiellement aux trois questions qui ont été posées.

Question 1 – Intérêt de la promenade Samuel-De Champlain pour la mise en valeur touristique de la ville de Québec et son rôle dans le développement touristique de la ville et de la région.

Lors de la réalisation du plan de développement marketing 2003-2007 de la région touristique de Québec¹, au chapitre 1.7, traitant du diagnostic stratégique de la région, nous avons identifié dans les faiblesses et contraintes l'élément suivant :

« La mise en valeur très restreinte (sur l'eau et en rive) du fleuve, de ses affluents et des plans d'eau constitue actuellement une faiblesse dans le produit touristique, que ce soit le manque de diversité du produit des croisières-excursions, les rares accès à l'eau ou la faible promotion des activités nautiques existantes. »

Au chapitre 3.1, sur le positionnement de la région de Québec comme destination touristique unique, cet autre commentaire avait été mentionné :

« La région de Québec est une destination touristique unique. Elle se différencie à bien des égards (...) par son environnement naturel exceptionnel offrant à la fois le fleuve et les Laurentides à proximité de la ville (...). »

Au chapitre 7.1, les axes prioritaires de l'expérience touristique estivale, trois axes ont été retenus dont la suivante :

« Appuyer les projets axés sur la mise en valeur du fleuve et de ses rives. »

¹ Plan de développement marketing 2003-2007, Office du tourisme et des congrès de Québec, 2002.

De plus, à différents endroits dans le document lorsqu'il est question des produits d'appel, des produits de support ou encore des éléments à mettre en évidence dans les stratégies de mise en marché, tout *particulièrement hors du Québec et du Canada*, le fleuve apparaît régulièrement non seulement comme un axe de communication visuel mais aussi comme une caractéristique fondamentale de l'offre touristique de la région de Québec.

Si on revient plus spécifiquement au projet de la promenade Samuel-De Champlain, on comprend que ce projet répond aux attentes énoncées dans le plan de développement marketing de la région touristique et appui les actions de développement menées au cours des dix dernières années de façon suivante :

1. Le réaménagement de cette portion du boulevard Champlain permet de mettre en valeur l'une des entrées les plus spectaculaires de la région touristique de Québec.
2. La promenade Samuel-De Champlain offrira aux visiteurs installés à destination, la possibilité de découvrir de façon plus sécuritaire les rives du fleuve par l'aménagement complet du Corridor du littoral (Route verte).
3. Les réaménagements proposés offriront des occasions d'expérience touristique réelles, ce qui n'est pas le cas actuellement le long du boulevard Champlain qui n'est qu'une voie d'accès routier au centre-ville de Québec pour la majorité des visiteurs. En effet, l'amélioration du parcours cyclable et la possibilité de découverte d'espaces renaturalisés entre autres par la création de sentiers, belvédères et sites d'interprétation significatifs, renforceront l'expérience de séjour.
4. Ce projet permet de mettre en valeur des paysages actuels et de renouveler certains paysages de façon majeure. À ce sujet, notez que, à l'occasion d'une enquête faite auprès des visiteurs², à la question relative aux éléments les plus caractéristiques et les plus intéressants de la région de Québec, 54 % ont mentionné la beauté des paysages, arrivant ainsi au second rang de ces caractéristiques (la première étant l'aspect historique pour 66,5 % des visiteurs).
5. Ce réaménagement des rives du fleuve devrait permettre d'offrir à nos visiteurs une expérience complémentaire à plusieurs visites de sites ponctuels de la région. Mentionnons qu'en 2003, 18 % des visiteurs avaient visité le Vieux-Port, environ 6 % l'Aquarium, alors que d'autres attraits intéressants de ce secteur, actuellement désavantagés par un environnement plutôt « hostile », pourraient mieux performer; mentionnons à cet effet la maison des Jésuites de Sillery.
6. Un autre élément important à considérer lors de la mise en valeur des abords du fleuve par la promenade Samuel-De Champlain, est celui des impacts positifs potentiels de cette mise en valeur. Ainsi, certains projets en cours d'élaboration s'inspirent fortement de la mise en valeur du fleuve pour éventuellement offrir aux visiteurs des expériences complémentaires (train touristique, navette fluviale et autres). La mise en valeur d'espaces publics joue souvent un rôle catalyseur auprès d'entreprises ou d'organismes qui jusqu'à maintenant, attendaient un signal clair des pouvoirs publics avant d'investir dans l'offre de produits ou de services complémentaires. On peut croire, que dans les années à venir, certaines activités de plein air ou d'interprétation directement reliées au fleuve pourront se développer et offrir aux visiteurs mais aussi à la population locale et régionale, l'occasion d'enter en contact avec le fleuve de façon encore plus intime.

Question 2 – Évaluation de la fréquentation potentielle de la promenade Samuel-De Champlain

Il paraît difficile à ce moment-ci, de prévoir l'utilisation potentielle de la promenade Samuel-De Champlain par les visiteurs de la région touristique de Québec. On sait déjà qu'environ 18 % d'entre eux visitent le Vieux-Port et que des services comme la location de vélo dans le Vieux-Port ont vu leurs activités augmenter de façon importante au cours des dernières années grâce à la mise en place de parcours cyclables dont le Parcours du Littoral. On sait aussi que chaque année, plusieurs milliers de visiteurs découvrent les abords du fleuve grâce à des événements tels que le Marathon des deux-rives. Mentionnons aussi que l'OTQ partage avec l'ATR de Chaudière-Appalaches et les ATR du Bas-Saint-Laurent et de Charlevoix un projet de mise en valeur touristique du fleuve à l'aide de circuits thématiques (vous référer au site Internet www.circuitsaint-laurent.com) alors que la carte des parcours cyclables de la région touristique de Québec inclut le Parcours des Anses offert sur la rive-sud.

² Profil annuel, comportements et perceptions des clientèles touristiques de la région de Québec en 2003 et comparaison avec les résultats de 1999, Léger Marketing, avril 2004.

À cet effet, l'impact de la construction du Parcours de l'Anse sur les statistiques du nombre de cyclistes transportés par les traversiers entre Québec et Lévis démontrent l'intérêt des résidents de la rive-sud, mais aussi de ceux de la rive-nord pour ce type d'infrastructure, mais aussi des touristes. Entre 1998 et 2002, la Société des traversiers a noté une hausse de 86 % des cyclistes. De plus, au bureau d'information touristique de Lévis, les clients ayant identifié le Parcours de l'Anse comme activité étaient à 55 % originaires de l'extérieur de la région, soit 37 % de l'intérieur de la province de Québec et 18 % de l'extérieur du Québec.

Si le Parcours de l'Anse attire plus de 100 000 visiteurs par année, on peut croire que les réaménagements réalisés au boulevard Champlain et l'ajout d'un « attrait » supplémentaire par la création de la promenade Samuel-De Champlain risquent d'avoir un effet au moins équivalent.

De plus, dès que les aménagements de la promenade Samuel-De Champlain seront disponibles pour les visiteurs, bien sûr cette nouveauté sera mise en valeur dans tous les outils de communications de l'OTQ afin d'offrir le fleuve à nos visiteurs.

Enfin, si divers produits et services viennent à être offerts le long de la promenade, comme des circuits d'interprétation du fleuve ou encore des activités nautiques à partir de certaines infrastructures en place ou encore l'offre de visites complémentaires à partir d'équipements actuels comme l'Aquarium de Québec, on peut croire que l'ensemble de ces facteurs influenceront beaucoup la fréquentation touristique de la promenade Samuel-De Champlain.

L'accessibilité qui sera offerte aux visiteurs sera déterminante. Cette accessibilité peut être multiple, soit par accès automobile (stationnement disponible), par transports publics (navette du RTC à titre d'exemple), par vélo ou à pied, dans le cadre de visites touristiques guidées en minibus, par navette fluviale potentielle, par arrêt d'un train touristique ou autres; tous ces facteurs participeront à améliorer la fréquentation touristique de la promenade Samuel-De Champlain.

Autre point à mentionner, l'importance de songer dès maintenant à l'offre de services publics de première nécessité essentiels à l'accueil de clientèles de visiteurs (toilettes, stationnements, supports à vélo, points d'eau, etc.). De plus, la présence de commerces d'appoint (restauration, dépanneur, etc.) à certains points stratégiques demeure un facteur directement lié au succès touristique et populaire de ce type de projet. À cet égard, le Parcours de l'Anse est exemplaire. Ces types de services sont essentiels à la création d'une ambiance propice à l'achalandage et à la diversification des clientèles qui, pour plusieurs, doivent pouvoir se restaurer en cours de visite (familles, clientèles matures).

Question 3 – Évaluation du potentiel en termes de retombées touristiques d'une telle infrastructure

Comme on le sait, les retombées économiques se mesurent par la capacité d'un attrait ou d'un événement à attirer un visiteur. Afin qu'on puisse associer une retombée économique à un attrait, le motif même du voyage doit être la visite de cet attrait.

Peut-on croire que la promenade Samuel-De Champlain deviendra un attrait touristique tel qu'il motivera le déplacement de visiteurs? Fort probablement que l'on peut répondre par l'affirmative pour des clientèles québécoises de proximité qui, ayant visité la région de Québec à quelques reprises, seront motivés à y revenir pour faire la découverte de ce « nouveau lieu ». Ces visiteurs seront fort probablement motivés par des activités complémentaires à la promenade Samuel-De Champlain, soit le circuit en vélo ou encore la randonnée pédestre ou par une expérience écotouristique à proximité d'une grande ville.

Il faut toutefois considérer que la promenade Samuel-De Champlain représente surtout un produit support à l'expérience touristique plus globale que fera le visiteur de l'ensemble de la région de Québec. À ce titre, bien qu'il soit pratiquement impossible dans l'état actuel des choses de mesurer en dollars le potentiel de cette infrastructure, il demeure que sa retombée touristique d'un point de vue qualitatif, comme élément renforçant la qualité de l'expérience, est inestimable.