

**ÉTUDE DE MARCHÉ DU
RÉSEAU BLEU DE MONTRÉAL**

Rapport final

Présentée à :

Ville de Montréal - Réseau bleu

Par :



Zins Beauchesne et associés

ANALYSE ET PLANIFICATION MARKETING
Société membre du Groupe SECOR

20 décembre 2005

Étude de marché du réseau bleu de Montréal

Rapport final

20 décembre 2005

Présentée à :

Ville de Montréal - Réseau bleu

Par :



Zins Beaudesne et associés

ANALYSE ET PLANIFICATION MARKETING
Société membre du Groupe SECOR

555, boul. René-Lévesque Ouest
9^e étage
Montréal (Québec)
H2Z 1B1
Tél. : (514) 861-0809
Télécopieur : (514) 861-0881

1145, boul. Lebourgneuf
Bureau 220
Québec (Québec)
G2K 2K8
Tél. : (418) 626-2360
Télécopieur : (418) 626-1423

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
1. Introduction	1-1
2. Analyse du Réseau bleu par activité	2-1
2.1 La détente	2-2
2.2 L'observation de la nature	2-4
2.3 Les loisirs sportifs en bord d'eau	2-7
2.4 La baignade.....	2-10
2.5 La chasse et la pêche	2-12
2.6 Les activités hivernales	2-14
2.7 Les sports nautiques à voile	2-16
2.8 Les sports nautiques à propulsion humaine	2-19
2.9 Les sports nautiques motorisés.....	2-22
2.10 Les croisières excursions	2-24
2.11 Le patrimoine.....	2-26
2.12 Les événements	2-28
3. Bilan : marchés et retombées économiques	3-1
4. Diagnostic : les potentiels de développement.....	4-1
5. Domaines d'affaires	5-1
6. Conclusion : besoins d'information	6-1
Annexe 1 : Offre du Réseau bleu par bassin géographique	



INTRODUCTION

CHAPITRE 1

1. INTRODUCTION

Ce document présente l'étude diagnostique du Réseau bleu de Montréal réalisée par **Zins Beuchesne et associés** à la demande de la Ville de Montréal.

Le Réseau bleu représente l'ensemble **des produits et services, des fournisseurs et partenaires, des infrastructures et des territoires liés à l'utilisation de la présence du fleuve autour de Montréal.**

Le Réseau bleu est un aspect primordial de la vie à Montréal. En effet, les activités liées à l'eau sont un **élément important de la qualité de vie des résidents**; elles participent par ailleurs à **l'image de marque de la ville** et ont un rôle à jouer dans **l'attachement des Montréalais à leur ville** et leur désir d'y passer du temps et d'y avoir certains loisirs, ainsi que dans **le pouvoir d'attraction de la ville** pour des nouvelles entreprises, des nouveaux résidents ou des excursionnistes. Le développement des activités liées à l'eau est considéré par les autorités comme un axe de développement stratégique de la ville.

Cette volonté de planification du développement du **Réseau bleu** implique une **connaissance approfondie de l'offre et de la demande actuelles** ainsi que des **tendances**, et une compréhension de l'ensemble de ces éléments : bassins de clientèles disponibles, attentes des clientèles, produits porteurs, bénéfices retirés par la population de l'usage des équipements et services disponibles, etc.

Or, à l'heure actuelle, si **plusieurs études ont déjà été réalisées** sur certains secteurs géographiques particuliers du réseau ou certains domaines d'affaires, il n'existe cependant **aucun outil d'aide à la décision** regroupant les informations disponibles de façon logique et ordonnée afin de tirer des conclusions sur le niveau d'adéquation entre l'offre et la demande et de communiquer avec les partenaires sur une base de concertation. Par ailleurs, un **besoin de communication** de l'offre vers les clientèles se fait aussi sentir, mais l'information est actuellement trop disparate pour en donner une présentation claire et attrayante.

Dans ce contexte, la Direction des sports, des parcs et des espaces verts de la Ville de Montréal a souhaité qu'une étude de **marché** soit effectuée afin **d'analyser l'offre et la demande, la concurrence et l'organisation du domaine** d'activité représenté par le Réseau bleu, selon trois niveaux d'approche :

- le Réseau bleu dans son ensemble;
- les domaines d'affaires (secteurs d'activité);
- les produits et services particuliers.

Le présent document vise à répondre à cette demande **en analysant les différentes composantes du Réseau bleu**, notamment la situation de l'offre et de la demande, ainsi que les problématiques rencontrées et les enjeux, à partir des données secondaires disponibles (aucune collecte de données primaires n'a été faite par le biais de sondages ou groupes de discussion dans le cadre de ce mandat). Par la suite, nous présentons un bilan du marché et des retombées économiques de chaque activité, puis un **diagnostic axé sur les potentiels de développement** du Réseau bleu. Nous proposons ensuite d'inscrire chaque activité dans le cadre **d'un domaine d'affaires**, composé de multiples intervenants reliés les uns aux autres. En conclusion, nous faisons le point sur les besoins d'information pertinents pour compléter la connaissance du Réseau bleu et aider à la prise de décisions éclairée.

Ce document s'adresse à différents publics. Il présente une information synthétisée (début de chaque fiche activité, chapitre diagnostic) utile aux responsables municipaux pour appréhender le réseau dans son ensemble et son apport en termes de qualité de vie et de retombées économiques, mais aussi des éléments plus détaillés sur les manques et les besoins, qui interpellent les aménagistes soucieux du service rendu aux citoyens, mais aussi les partenaires d'affaires à la recherche d'informations sur les clientèles.



CHAPITRE 2

ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ

Le Réseau bleu est une notion qui regroupe une multitude d'activités mettant à profit la présence du fleuve, soit à partir de ses berges soit sur le fleuve même.

Les grandes classes d'activités comprises dans le Réseau bleu ainsi que les activités les composant sont présentées dans le tableau suivant :

LES ACTIVITÉS COMPOSANT LE RÉSEAU BLEU

CLASSE D'ACTIVITÉ	ACTIVITÉS
Activités sur la rive, contact uniquement visuel avec l'eau	1. Détente en nature (parcs), promenade, pique-nique 2. Observation de la nature, ornithologie, interprétation (incluant photographie) 3. Loisirs en bord d'eau : vélo, course à pied, ski de fond
Activités sur ou dans l'eau, avec contact avec l'eau (sans équipement lourd)	1. Baignade, plongée 2. Pêche
Activités hivernales	1. Activités hivernales (pêche blanche, raquette, ski de fond, patinage sur glace...)
Loisirs nautiques non motorisés	1. À voile : planche à voile, dériveur, voilier 2. À propulsion humaine : canot, canoë, kayak, chaloupe (pédalo)
Loisirs nautiques motorisés	1. Sports nautiques motorisés : motoaquatique, ski nautique, bateau à moteur 2. Croisières excursions : « Saute-moutons », soupers-croisières, etc.
Domaine culturel	1. Le patrimoine 2. Les événements

Chacune de ces activités est décrite ci-après suivant différents paramètres permettant de cerner à la fois :

- la demande : clientèle à Montréal, au Québec, profil, tendances, retombées économiques, contraintes au développement du marché;
- et l'offre : lieux de pratique, développements envisagés, services liés, préalables, contraintes au développement de l'offre, lois et règlements, organismes liés.

La même information concernant l'offre est reprise en annexe sous forme de tableaux présentant sa répartition géographique par grand bassin géographique (lac Saint-Louis, lac des Deux-Montagnes, rivière des Prairies, corridor fluvial du Saint-Laurent, bassin de la Prairie et du canal de Lachine).

2.1 LA DÉTENTE

FICHE ACTIVITÉ : LA DÉTENTE											
CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉS SUR LA RIVE, CONTACT UNIQUEMENT VISUEL AVEC L'EAU											
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	<p>La détente dans les parcs en bord d'eau représente un grand potentiel, car il s'agit d'une activité très accessible et participant grandement à la qualité de vie des Montréalais.</p> <p>L'attrait de l'eau pour la détente et la qualité de vie en général ne cesse de croître partout dans le monde et principalement dans les villes et zones urbaines.</p> <p>Les parcs en rive restent toutefois moins connus et moins fréquentés que les grands parcs métropolitains plus centraux, peut-être du fait de problèmes d'accessibilité (éloignement des arrondissements très peuplés, autobus peu fréquents) et de manque de notoriété.</p> <p>Des services pourraient se greffer à la détente pure et simple pour compléter l'expérience (locations, animations, restauration, interprétation, etc.)</p>										
DEMANDE											
Fréquentation actuelle à Montréal	<p><u>Fréquentation</u></p> <p>En 1994, 30% des Montréalais déclaraient fréquenter au moins un parc-nature.</p> <table border="0"> <tr> <td>Vieux-Port : 7 429 000 (2003)</td> <td>Parc Jean-Drapeau (pistes cyclables et jardins) : 500 000 (2004)</td> </tr> <tr> <td>LHN Canal Lachine : 889 000 (2004)</td> <td>LHN Canal de Ste-Anne-de-Bellevue : 181 000 (2004)</td> </tr> <tr> <td>Île-de-la-Visitation : 90 000 (1994)</td> <td>Cap-Saint-Jacques : 95 000 (1994)</td> </tr> <tr> <td>Bois-de-l'Île-Bizard : 50 000 (1994)</td> <td>Pointe-aux-Prairies : 35 000 (1994)</td> </tr> <tr> <td>Anse-à-l'Orme : 35 000 (1994)</td> <td></td> </tr> </table>	Vieux-Port : 7 429 000 (2003)	Parc Jean-Drapeau (pistes cyclables et jardins) : 500 000 (2004)	LHN Canal Lachine : 889 000 (2004)	LHN Canal de Ste-Anne-de-Bellevue : 181 000 (2004)	Île-de-la-Visitation : 90 000 (1994)	Cap-Saint-Jacques : 95 000 (1994)	Bois-de-l'Île-Bizard : 50 000 (1994)	Pointe-aux-Prairies : 35 000 (1994)	Anse-à-l'Orme : 35 000 (1994)	
Vieux-Port : 7 429 000 (2003)	Parc Jean-Drapeau (pistes cyclables et jardins) : 500 000 (2004)										
LHN Canal Lachine : 889 000 (2004)	LHN Canal de Ste-Anne-de-Bellevue : 181 000 (2004)										
Île-de-la-Visitation : 90 000 (1994)	Cap-Saint-Jacques : 95 000 (1994)										
Bois-de-l'Île-Bizard : 50 000 (1994)	Pointe-aux-Prairies : 35 000 (1994)										
Anse-à-l'Orme : 35 000 (1994)											
Profil des amateurs	<p>La fréquentation des parcs de Montréal est marquée par une majorité d'hommes (66%), de personnes qui y sont seules (41%) et habitent à proximité (66%). On observe une bonne répartition par âge.</p> <p><i>(Enquête de 2001, parcs riverains, Montréal bleu)</i></p>										
Les attentes et besoins de la clientèle	<p>Selon les faits saillants d'une enquête auprès de 640 adeptes de parcs, l'intérêt principal des parcs riverains du fleuve est la détente (71%), puis la proximité de l'eau (42%). Les motifs de contact avec l'eau, pêche et mise à l'eau, intéressent respectivement 8,7% et 8,8% des visiteurs. Pour le parc Jean-Drapeau, il s'agit de profiter de la nature (55%) et de trouver un endroit paisible et calme (41%). (Démarche d'orientation et de positionnement du parc Jean-Drapeau)</p> <p>61% des répondants seraient intéressés par des activités nautiques familiales (croisières, excursions).</p> <p><i>(Enquête de 2001, parcs riverains, Montréal bleu)</i></p>										
Contraintes au développement du marché	<p>Selon un sondage auprès des Montréalais réalisé en 2003 pour la société du parc des Îles, la notoriété des parcs sur la rive est faible (entre 2% (Pointe-aux-Prairies) et 6% (Visitation et Jean-Drapeau) selon les parcs), notamment en comparaison des parcs situés au cœur de la ville, comme les parcs Lafontaine (35%), Mont-Royal (33%) et Maisonneuve (22%). (Démarche d'orientation et de positionnement du parc Jean-Drapeau)</p>										
Impact économique de la pratique											
Clientèle potentielle au Québec											
Tendances	<p>Tendance mondiale de volonté de se rapprocher de l'eau et de profiter des berges. Voir l'exemple de Paris Plage et des autres plages urbaines en Italie (Toulouse, Tourcoing, Clamart, Brive, Suresne) et en Europe (Berlin, Budapest)</p> <p>Selon une étude de l'American Recreation Coalition, pour 40% des Américains, l'endroit idéal pour prendre quelques jours de vacances doit être situé à proximité d'un plan d'eau.</p>										

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LA DÉTENTE	
CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉS SUR LA RIVE, CONTACT UNIQUEMENT VISUEL AVEC L'EAU	
OFFRE	
Lieux de pratique	<p>Parcs-nature : Bois-de-l'Île-Bizard, Cap-Saint-Jacques, Ile-de-la-visitation, Pointe-aux-Pairies, Bois-de-Liesse, Anse-à-l'Orme</p> <p>Juridiction fédérale : Vieux-Port de Montréal, Canal de Lachine, Canal de Sainte-Anne-de-Bellevue</p> <p>Grands parcs urbains et parcs métropolitains : Parc René-Lévesque, Parc Angrignon (proximité du canal de l'Aqueduc), Parc Jean-Drapeau, Promenade Bellerive, Parc des Rapides, Parc du ruisseau de Montigny (Rivière des Prairies)</p> <p>Autres parcs ou espaces sur la rive, relevant des arrondissements : Parc de l'île Roxboro, Boisé de l'île des Sœurs (Domaine Saint Paul), Parc riverain Edgewater, Parc riverain du Quartier Latin, Parc de la Coulée Grou, Parc du Bout de l'Île, promenade Pointe-aux-Trembles, Maison Beaudry, Parc de la Merci, Bois de Saraguay (Cartierville), Gouin (Le Mesurier) (Cartierville), Beauséjour (Cartierville), Parc Belmont (Cartierville), Parc Raimbault (Cartierville), Gouin (L'Acadie) (Ahuntsic), île Perry, Parc Nicolas Viel (Ahuntsic), Parc Stanley (Ahuntsic), Parc Louis-Hébert (Ahuntsic), Gouin (Montée Saint-Léonard) (Rivière des Prairies), Parc Boutin (Rivière des Prairies), île Rochon (Rivière des Prairies), île Gagné rivière des Prairies, Gouin (19^e avenue) (Rivière des Prairies), Parc André-Corbeil-dit-Tranchemontagne (Rivière-des-Prairies), Alexis Carrel, Gouin (39^e avenue), Parc Pierre Dagenais dit Lépine, Parc Moulin du Rapide, Gouin/60^e avenue, Gouin/66^e avenue, Gouin/71^e avenue, Gouin/83^e avenue, Gouin/Haynes, île Haynes, Parc de la rivière, 100^e avenue (Pointe aux Trembles), Cimetière Hawthorn-Dale (Pointe-aux-Trembles), Bout-de-l'île (RDP, PAT), Clémentine-de-la-Rousselière (52^e Avenue et fleuve Saint-Laurent) (RPR-PAT), Parc Marcel-Léger (Françoise-Langlois et fleuve Saint-Laurent) (RPR-PAT), Parc de la Maison Wilson-Baudry, Bellerive/41^e avenue, Parc Fort-de-Pointe-aux-Trembles, Parc du Vieux-Moulin, Parc Thérien (Verdun), Pointe-Théoret (Ile bizarre), Parcs Centennial, St-James et Fritz (Beaconsfield)</p> <p>Raquette : Parc Angrignon, Parc Jean-Drapeau</p>
Pré-requis	Espace vert, espace aménagé, accueil, infrastructure légère (tables, bancs)
Développements envisagés	
Contraintes au développement de l'offre	Usage privatif de certaines berges
Services liés	Restauration, locations d'équipements sportifs (vélo, etc.)
Lois et règlements	n.a.
Organismes liés	

2.2 L'OBSERVATION DE LA NATURE

FICHE ACTIVITÉ : OBSERVATION DE LA NATURE	
CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉS SUR LA RIVE, CONTACT UNIQUEMENT VISUEL AVEC L'EAU	
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	<p>L'observation de la nature, et plus particulièrement des oiseaux, est une activité de plus en plus populaire auprès de différents segments de la population (baby-boomers, familles). Les dépenses liées à l'observation de la nature s'élèvent à 253 \$ par personne par année.</p> <p>Cette activité représente donc un potentiel de développement intéressant pour Montréal, qui bénéficie déjà d'une certaine structure (clubs et bords d'eau aménagés) pouvant être étendue (rejoindre plus de monde, améliorer les sites) ainsi que de la présence d'une grande variété d'oiseaux chaque saison.</p> <p>Les facteurs clés de succès du développement de cette activité sont l'information sur les sites dédiés à l'observation et l'encadrement des amateurs n'ayant pas le degré de connaissance et d'aisance des passionnés (p. ex. : cartes descriptives et explicatives).</p>
DEMANDE	
Fréquentation actuelle à Montréal	<p>À Montréal, on compte 230 000 adeptes de déplacements d'intérêt faunique, dont 48 500 seulement pratiquent dans leur région (soit 21% de la population, contre une moyenne provinciale de 45%). (<i>Ressources naturelles et Faune Québec</i>) À Montréal, les clubs d'ornithologie sont les suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> • le Club d'ornithologie d'Ahuntsic; • la Société de biologie de Montréal; • la Société québécoise de protection des oiseaux (Montréal);
Profil des amateurs	<p>La majorité des amateurs d'ornithologie correspondent au profil socioéconomique suivant :</p> <ul style="list-style-type: none"> • ils sont principalement des hommes (65,4%) • ils sont âgés entre 31 ans et 55 ans (28,0%) • ils ont complété des études de niveau collégial (34,4%) ou universitaire (42,5%) • ils ont un revenu familial annuel supérieur à 40 000 \$ US. <p>(<i>American Birding Association</i>)</p> <p>Profil : Le profil des Canadiens intéressés par l'observation de la nature se distingue du profil général sur certains aspects :</p> <ul style="list-style-type: none"> • plus forte représentation des 25-54 ans (66,9% contre 57,7%) • plus haut niveau de scolarité : proportion de diplômés de l'université de 87,3% contre 41,7% dans la population • plus haut revenu : 53,7% ont 20 000 \$ de revenu annuel ou plus, contre 45,6% en général
Les attentes et besoins de la clientèle	<p>Selon l'étude <i>Birding in the United States</i>, 69% des ornithologues amateurs recherchent des lieux en bord d'eau pour pratiquer leur activité, soit le deuxième milieu naturel préféré après les bois.</p> <p>Aménagements propices à l'observation</p> <p>Aide à l'observation, interprétation sur les espèces observées et les milieux de vie, guides</p> <p>Environnement calme et naturel</p>
Contraintes au développement du marché	<p>Les principales contraintes sont actuellement l'information sur les sites et périodes d'observation, et la difficulté d'accès à de nombreux sites potentiels.</p>
Impact économique de la pratique	<p><u>Déplacements d'intérêt faunique, au Québec :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Dépenses des adeptes : 303,4 M\$ par an. - Dépenses par personne : 253 \$

FICHE ACTIVITÉ : OBSERVATION DE LA NATURE CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉS SUR LA RIVE, CONTACT UNIQUEMENT VISUEL AVEC L'EAU	
	<p>- Emplois créés : 3 379 emplois (Ministère des Ressources naturelles et de la Faune)</p> <p><u>Loisirs de plein air et déplacements d'intérêt faunique :</u></p> <p>- Dépenses des adeptes : 1,6 M\$</p> <p>- Emplois créés : 19 035</p> <p>- Valeur ajoutée générée : 862 M\$</p> <p>- Revenus pour les gouvernements : 499 M\$ (Ministère des Ressources naturelles et de la Faune)</p>
Clientèle potentielle au Québec	<p>Ornithologie :</p> <p>Le Québec regroupe environ 300 000 ornithologues amateurs, et l'Association québécoise des groupes d'ornithologues (AQGO) estime que ce nombre ne fait qu'augmenter et que les sites ornithologiques sont de plus en plus visités. (« Inventaire et présentation des données québécoises et canadiennes en matière de plein air et de tourisme d'aventure », chaire de tourisme de l'UQAM, octobre 2002)</p> <p>Parmi ces 300 000 personnes, 5 000 sont membres de l'Association québécoise des groupes d'ornithologues et répartis à l'intérieur de 30 clubs régionaux</p> <p>Observation de la nature (activités de déplacement d'intérêt faunique sans prélèvement.)</p> <p>Marché : 4,4 millions de Canadiens (18,6% de la population de 15 ans et plus en 1996) et 1,2 million de Québécois (19,9% des 15 ans et +) qui dépensent 253 \$ par participant en moyenne</p>
Tendances	<p>Croissance de la popularité de l'ornithologie. Selon Statistique Canada, l'observation des oiseaux et de la faune est certes une activité recherchée par la génération des baby-boomers, comme le soulignent plusieurs études sur le sujet, mais elle intéresse aussi les adultes plus jeunes ou plus âgés, particulièrement les familles.</p> <p>Selon l'étude américaine Birding in the United States, les endroits les plus populaires pour observer les oiseaux sont les bois (73% des participants), suivis des lacs et berges de cours d'eau (69%).</p> <p>L'activité de « wildlife watching » est en forte croissance aux Italie :</p> <ul style="list-style-type: none"> - + 5% de participation entre 1996 et 201, pour un total de 66 millions d'adeptes (31% de la population). Les adeptes d'observation de la nature ont en moyenne entre 1 et 3 ans d'études postsecondaires, 40% ont un revenu du ménage supérieur à 100 000 \$ par an et 50% sont des femmes - 38,4 milliards de \$ de dépenses (transports, équipements, nourriture, etc.), soit 1 449 \$ par participant. Impact économique total : 95,8 MM\$, 1 million d'emplois - et concernant plus particulièrement l'ornithologie : 46 millions d'amateurs, soit 16% de la population, qui dépensent 31,7 MM\$ (1846 \$ par participant). Création d'emplois liés : 863 406
OFFRE	
Lieux de pratique	<p>- Les parcs-nature</p> <p>- Les sites les plus prisés à Montréal en bord d'eau pour l'observation des oiseaux sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 50%;">• Parc Jean-Drapeau <li style="width: 50%;">• Parc-nature de la Visitation <li style="width: 50%;">• Promenades Bellerive <li style="width: 50%;">• Parc-des-Rapides <li style="width: 50%;">• Parc Angrignon <li style="width: 50%;">• Parc-nature du Cap-Saint-Jacques <li style="width: 50%;">• Parc-nature de l'Île Bizard <li style="width: 50%;">• Parc-nature Bois-de-Liesse <li style="width: 50%;">• Parc Pointe-aux-Prairies <li style="width: 50%;">• Boisé de l'île des Sœurs
Pré-requis	Parc, quai
Développements envisagés	

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : OBSERVATION DE LA NATURE CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉS SUR LA RIVE, CONTACT UNIQUEMENT VISUEL AVEC L'EAU	
Contraintes au développement de l'offre	Usage privatif des berges Activité industrielle en bord de rive
Services liés	Panneaux interprétatifs, documents, guides
Lois et règlements	
Organismes liés	Clubs d'ornithologie

2.3 LES LOISIRS SPORTIFS EN BORD D'EAU

FICHE ACTIVITÉ : LES LOISIRS SPORTIFS EN BORD D'EAU (MARCHÉ, VÉLO, PATIN À ROUES ALIGNÉES, COURSE À PIED) CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉS SUR LA RIVE, CONTACT UNIQUEMENT VISUEL AVEC L'EAU	
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	<p>Les loisirs sportifs tels que la marche, le vélo, le patin à roues alignées, la course à pied jouissent d'une grande popularité et le désir croissant d'activité physique (souci de bien-être) va augmenter celle-ci. La pratique en bord d'eau ajoute à leur attrait en procurant un environnement agréable sans conflit d'usage avec les voitures.</p> <p>Montréal propose d'ores et déjà une offre de pistes et sentiers intéressante et bien connue du public.</p> <p>Concernant le vélo, plusieurs régions proches de Montréal ont également structuré cette activité en produit touristique attractif (Montérégie, Cantons-de-l'Est, Laurentides)</p>
DEMANDE	
Fréquentation actuelle à Montréal	<p>Pratique régulière/occasionnelle de patins à roues alignées : Montréal : 22,0%</p> <p>Pratique régulière/occasionnelle de la course à pied : Montréal : 21,2%</p> <p>Pratique régulière/occasionnelle du vélo sur pistes cyclables : Montréal : 39,9%</p> <p>Taux de possession d'un vélo : Montréal : 54,9%</p> <p>(Enquête sur les sociostyles québécois, Zins Beaugesne et associés, 2000)</p> <p>Montréal : 6 clubs cyclistes, regroupant environ 1000 membres</p>
Profil des amateurs	<p>Profil des amateurs de courte randonnée (3h à une journée, catégories les plus représentées) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 53% de femmes - 28% de 25-24 ans, 26% de 35-44 ans, 20% de 45-54 ans; âge moyen : 39 ans - 36% de diplômés de l'université - 43% de professionnels, cadres, administrateurs <p>(La randonnée pédestre, par Zins Beaugesne et associés pour Tourisme Québec, 2001)</p> <p>Profil des amateurs de vélo :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 56% d'hommes. - l'incidence de la pratique du vélo est de 58% chez les 18-24 ans, de 58% chez les 25-34 ans, de 60% parmi les 35-44 ans, de 44% chez les 45-54 ans, de 41% chez les 55-64 ans et de 21% chez les 65-74 ans - Le taux de pratique croît avec le degré de scolarisation et le revenu - les familles avec enfants sont plus enclines à pratiquer la bicyclette que les couples sans enfants <p>(Vélo-Québec)</p>
Besoins et attentes	<p>Critères d'un bon sentier pour les amateurs de courte randonnée : les points de vue, l'aspect naturel, le calme et la tranquillité, la qualité de l'entretien du sentier (La randonnée pédestre, par Zins Beaugesne et associés pour Tourisme Québec, 2001)</p> <p>Attentes des cyclistes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - beauté des paysages - pistes sécuritaires et bien entretenues - connexion des réseaux - signalisation - possibilité de transporter le vélo par les transports en commun jusqu'à la destination choisie - supports à vélo aux haltes

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LES LOISIRS SPORTIFS EN BORD D'EAU (MARCHE, VÉLO, PATIN À ROUES ALIGNÉES, COURSE À PIED) CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉS SUR LA RIVE, CONTACT UNIQUEMENT VISUEL AVEC L'EAU	
	<ul style="list-style-type: none"> - aires de services - services de navettes <p>Le plaisir est le premier motif d'utilisation du vélo (98% d'entre eux)</p>
Contraintes au développement du marché	Les contraintes au développement concernent le plus souvent la signalisation et parfois l'accessibilité des lieux d'activité, et le manque d'information
Retombées économiques	<p><u>Courte randonnée</u> (3h à une journée) :</p> <p style="padding-left: 20px;">275 Dépenses directes : 230 M\$</p> <p style="padding-left: 40px;">- Dépenses indirectes (équipements) : 51 M\$</p> <p style="padding-left: 40px;"><i>(La randonnée pédestre, par Zins Beauchesne et associés pour Tourisme Québec, 2001)</i></p> <p><u>Dépenses des cyclistes</u> : 166 M\$, dont 95 M\$ liés à la Route verte (3 200 km)</p> <p><u>Dépenses des riverains de la route verte</u> (cyclistes qui n'effectuent pas au moins 80 km pour se rendre sur un réseau cyclable) : évaluées à 24,5 M\$ par an, 7 \$ par randonnée en moyenne (alimentation : 4,5 \$, loisirs et divertissements 0,50 \$, autres biens et services : 2 \$)</p> <p><i>(Étude de la chaire en Tourisme de l'Université du Québec à Montréal)</i></p> <p><u>Loisirs de plein air et déplacements d'intérêt faunique</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dépenses des adeptes : 1,6 M\$ - Emplois créés : 19 035 - Valeur ajoutée générée : 862 M\$ - Revenus pour les gouvernements : 499 M\$ <p><i>(Ministère des Ressources naturelles et de la Faune)</i></p>
Clientèle potentielle au Québec	<p>La marche est l'activité de plein air estivale la plus pratiquée par les Québécois (45% d'entre eux) (<i>Réseau de veille en tourisme</i>)</p> <p>Le taux de pratique du cyclisme dans les zones naturelles est de 10,8% au Québec, pour un total de 660 000 adeptes¹.</p> <p>De manière plus générale, la pratique du vélo intéressait 54% des Québécois âgés entre 6 et 74 ans (3,5 millions de personnes) en 2000²; 37% des déplacements des cyclistes se font sur des pistes cyclables³. En 2000, la fréquentation de la route verte s'est élevée à 800 000 personnes.</p> <p><i>(Vélo Québec)</i></p> <p>Pratique régulière/occasionnelle du vélo sur pistes cyclables : Province : 38,7%</p> <p>Pratique régulière/occasionnelle de patins à roues alignées : Province : 22,7%</p> <p>Pratique régulière/occasionnelle de la course à pied : Montréal : Province : 15,7%</p> <p>Taux de possession d'un vélo : Province : 66,2%</p> <p><i>(Enquête sur les sociostyles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000)</i></p>
Tendances	<p>Vélo : Tendances : forte progression de la pratique du vélo entre 1981 et 2000, surtout réalisée avant 1995.</p> <p>La pratique du vélo a augmenté chez les personnes âgées de plus de 55 ans entre 1995 et 2000</p>

¹ *The importance of Nature to Canadians : survey highlights, Environnement Canada, 1999*

² *Chaire de tourisme de l'UQAM, Inventaire et présentation des données québécoises et canadiennes en matière de plein air et de tourisme d'aventure, octobre 2002*

³ *Vélo Québec, l'état du vélo au Québec en 2000*

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LES LOISIRS SPORTIFS EN BORD D'EAU (MARCHE, VÉLO, PATIN À ROUES ALIGNÉES, COURSE À PIED) CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉS SUR LA RIVE, CONTACT UNIQUEMENT VISUEL AVEC L'EAU	
	Engouement pour les sorties de groupe en vélo, alliant plaisir et condition physique Augmentation de l'utilisation des traversiers avec un vélo <i>Source : Vélo-Québec</i>
OFFRE	
Pré-requis	Sentier, piste cyclable
Lieux de pratique	Les parcs-nature, parcs urbains et parcs sur la rive, le Vieux-Port de Montréal, le lieu historique national du Canada du Canal-de-Lachine (voir fiche « détente ») Location de vélo : Rouemanie (Lachine), Vélo Aventure (Vieux-Port de Montréal), quadricycle (Vieux-Port de Montréal) Navettes : - Parc René Lévesque (lien avec Chateauguay) - Parc Jean-Drapeau (lien avec le Vieux-Port, croisière AML) - Entre les parcs Saint-Louis et René-Lévesque (batobus- arr. Lachine) - Entre le parc de la Promenade Bellerive et les Îles de Boucherville - Traversier Dorval
Développements envisagés	Piste cyclable le long de la rue de la Commune
Contraintes au développement de l'offre	Usage privatif des berges Activité industrielle en bord de rive
Services liés	Locations d'équipements, restauration, navettes interrives, réparation, information, voire hébergement
Lois et règlements	n.a
Organismes liés	Vélo-Québec, Clubs de marche

2.4 LA BAIGNADE

FICHE ACTIVITÉ : LA BAIGNADE CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉ SUR OU DANS L'EAU, CONTACT AVEC L'EAU	
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	<p>Le développement de lieux de baignade à Montréal représente un formidable potentiel de développement, en regard de la demande croissante pour cette activité. Le succès de la plage du parc Jean-Drapeau et des plages à proximité de Montréal (p. ex. : Oka) le démontre.</p> <p>Actuellement l'offre en ce sens est relativement réduite, et méconnue (hormis la plage du parc Jean-Drapeau).</p> <p>Montréal devrait donc saisir le potentiel existant, d'une part en faisant connaître les plages existantes, les moyens de s'y rendre et les activités pouvant s'y pratiquer et, d'autre part, en développant de nouveaux sites de baignade sur le pourtour de l'île, afin de permettre aux habitants des divers arrondissements d'accéder facilement à une plage.</p>
DEMANDE	
Fréquentation actuelle à Montréal	<p>Plage du parc Jean-Drapeau : 5% des Montréalais ont fréquenté la plage du parc Jean-Drapeau lors de leur dernière visite au parc Jean Drapeau (<i>plan de positionnement et de développement</i>). 115 000 visiteurs durant l'été 2005, 75 000 en 2004, qui présentait déjà une augmentation de 10% par rapport à 2003. (<i>Source : sondage CROP, 2001</i>).</p> <p>Cap Saint-Jacques : plus de 40 000 baigneurs</p> <p>Taux de possession d'un équipement de plongée à Montréal : 1,8%</p> <p>Pratique régulière/occasionnelle de la plongée sous-marine à Montréal : 3,2% (<i>Enquête sur les sociostyles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000</i>)</p> <p>La notoriété des plages de Montréal auprès des Montréalais :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 43% pour la plage du parc Jean-Drapeau - 12% pour la plage du Cap-Saint-Jacques - 1% pour la plage du parc du Bois-de-l'île-Bizard <p>(<i>Démarche d'orientation et de positionnement du parc Jean-Drapeau</i>)</p>
Profil des amateurs	La plage du parc Jean-Drapeau est fréquentée en groupe (amis/parents) (54%) plutôt que seul (7%). 44% s'y rendent en métro, 9% en vélo (<i>Source : sondage CROP, 2001</i>).
Les attentes et besoins de la clientèle	Environ une personne sur trois (36%) se baignerait dans le Saint-Laurent si elle était informée que la qualité de l'eau y était propice à la baignade. (<i>Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine</i>)
Contraintes au développement du marché	Plus de la moitié des riverains du Saint-Laurent (58%) estiment que les risques pour la santé associés à la baignade dans le Saint-Laurent sont élevés, ce qui représente une diminution par rapport à la proportion observée lors de l'enquête réalisée en 1995 (65%). Cependant, le pourcentage de gens qui considèrent que ces risques sont inexistantes a également diminué, passant de 3%, en 1995, à moins de 1%, en 2002. Un frein important à la baignade dans le Saint-Laurent est le fait de ne pas connaître d'endroit adéquat à proximité du domicile. c'est une raison particulièrement invoquée par les répondants montréalais. (<i>Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine</i>)
Impact économique de la pratique	
Clientèle potentielle au Québec	<p>En 2002, 9% de la population riveraine du Saint-Laurent, soit près de 268 000 personnes, se sont baignées dans le Saint-Laurent, contre environ 200 000 (6%) en 1995, soit une augmentation de 34,5% en 7 ans (4% par an). La baignade dans le Saint-Laurent est plus populaire auprès des hommes qu'auprès des femmes ; le taux de pratique diminue avec l'âge et augmente avec la scolarité et le revenu (<i>Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine, 2001</i>)</p> <p>Taux de possession d'un équipement de plongée au Québec : 2,1%</p> <p>Pratique régulière/occasionnelle de la plongée sous-marine au Québec : 3,2%</p>

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LA BAIGNADE CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉ SUR OU DANS L'EAU, CONTACT AVEC L'EAU	
	<i>(Enquête sur les sociostyles québécois, Zins Beaugesne et associés, 2000)</i>
Tendances	Désir de la population de se réapproprier les berges et d'avoir plus d'accès à des sites de baignade
OFFRE	
Lieux de pratique	Trois lieux de pratiques officiels : - plage du Cap Saint-Jacques - plage du Bois-de-l'île-Bizard - plage du parc Jean-Drapeau Autres lieux de pratique officieux : - archipel de Boucherville - pointe Théorêt - promenade Bellerive
Pré-requis	Un accès à l'eau aménagé (toilettes...) Qualité de l'eau Environnement sécuritaire et protégé
Développements envisagés	Projet d'une plage dans l'Est (plusieurs sites potentiels identifiés) Projet de plage à Verdun
Contraintes au développement de l'offre	Usage privatif ou exploitation industrielle de certaines berges Qualité de l'eau Coût des investissements
Services liés	Restauration, activités nautiques non motorisées, surveillance
Lois et règlements	Règlements municipaux, loi environnement
Organismes liés	La Société des Gens de baignade fait la promotion d'un accès public aux plans d'eau du Québec (http : //www.gensdebaignade.org/) Réseau de suivi du milieu aquatique (rsmq.qc.ca) Ville de Montréal et arrondissements

2.5 LA CHASSE ET LA PÊCHE

FICHE ACTIVITÉ : LA CHASSE ET LA PÊCHE CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉ SUR OU DANS L'EAU, CONTACT AVEC L'EAU	
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	La chasse et la pêche sont pratiquées dans certains lieux à Montréal. Les amateurs présentent un profil relativement homogène et ils sont actuellement nombreux (autour de 20% des habitants de Montréal), mais leur nombre tend à diminuer, en particulier pour la chasse.
DEMANDE	
Fréquentation actuelle à Montréal	Pêche : Une enquête, menée en 2002, révèle qu'environ 287 000 personnes, soit près de 10% de la population riveraine du Saint-Laurent, pratiquent la pêche sportive dans le fleuve. <i>(Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine)</i> Taux de possession d'une canne à pêche des Montréalais : 23,8% Pratique régulière/occasionnelle de la pêche des Montréalais : 16,5% <i>(Enquête sur les sociostyles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000)</i>
Profil des amateurs	Le profil type du pêcheur est un homme, de 46 ans. <i>(Enquête sur la pêche récréative au Canada).</i>
Les attentes et besoins de la clientèle	Généralement des amateurs recherchent des territoires qui leur soient dédiés pendant la période de pratique, en particulier pour la chasse. Sécurité et absence de bruits et nuisances dues à d'autres activités sont requises
Contraintes au développement du marché	Diminution de l'intérêt pour la chasse et la pêche au sein de la population
Impact économique de la pratique	Les dépenses attribuables à la pêche, par pêcheur, se montent à 628 \$/an. <i>(Enquête sur la pêche récréative au Canada).</i> Chasse et pêche : - Dépenses des adeptes : 1,3 MM\$ - Emplois créés : 13 076 - Valeur ajoutée générée : 615 M\$ - Revenus pour les gouvernements québécois et canadien : 323 M\$ <i>(Ministère des Ressources naturelles et de la faune)</i>
Clientèle potentielle au Québec	<u>Pêche</u> : on dénombrait 800 000 pêcheurs résidents actifs au Québec : en 2000 (11% de la population totale de la province) <i>(Centre Saint Laurent)</i> . On compte 78 125 pêcheurs attirés par les eaux douces du Saint-Laurent, entre la frontière avec l'Ontario et l'île d'Orléans (935 000 jours de pêche au total). <i>(Enquête sur la pêche récréative au Canada).</i> Taux de possession d'une canne à pêche au Québec : 44,5% Pratique régulière/occasionnelle de la pêche au Québec : 28,7% <i>(Enquête sur les sociostyles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000)</i> <u>Pêche blanche</u> : La pêche sous la glace, aussi appelée pêche blanche, est devenue de plus en plus populaire au cours des dernières années, notamment dans le fjord du Saguenay de même que dans les régions de Montréal et du lac Saint-Pierre. On estime à environ 79 000 (un peu moins de 3% de la population riveraine) le nombre de personnes qui s'adonnent à ce type de pêche dans le Saint-Laurent (données de 2002). <i>(Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine)</i>
Tendances	Chasse : activité en diminution. Les chiffres pour les Italie montrent une baisse de 7% du nombre de chasseurs entre 1996 et 2001, pour un total actuel de 13 millions de chasseurs (16% de la population) <i>(National Survey of Fishing, Hunting and Wildlife-Associated Recreation)</i> Pêche : vieillissement et non-renouvellement de la population d'amateurs de pêche <i>(Ressources naturelles et Faune Québec)</i>

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LA CHASSE ET LA PÊCHE CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉ SUR OU DANS L'EAU, CONTACT AVEC L'EAU	
	Aux Italie, diminution du nombre de pêcheurs de 4% entre 1996 et 2001, et diminution de leurs dépenses de 17%. (<i>National Survey of Fishing, Hunting and Wildlife-Associated Recreation</i>)
OFFRE	
Lieux de pratique	Pêche : Parc de la pointe de la cité du Havre (Sté du Vieux-Port) Parc de la Rousselière Pointe-Théoret Parc Edgewater Promenade Bellerive Rapides du Cheval Blanc Parc des Rapides Parc de la Merci Parc Angrignon Île Gagné Cap St Jacques Île Haynes Bois de liesse Parc Gouin/Haynes Parc du Bois-de-l'île-Bizard Parc de l'île-de-la-Visitation Parc René-Lévesque Parc du Bout de l'île Rampe de mise à l'eau 36 ^e avenue Parc Fort-de-Pointe-aux-Trembles Chasse : Rivière des Prairies
Pré-requis	Pêche : point d'accès aménagé Chasse : présence de sauvagines
Développements envisagés	Potential de pêche à gué dans la rivière des Prairies
Contraintes au développement de l'offre	La sécurité, un espace dédié et la gestion des conflits d'usage en milieu urbain ou fortement urbanisé sont de grandes contraintes pour la chasse et la pêche.
Services liés	Pêche : Location de chaloupes, de cannes à pêche, vente d'hameçons et d'appâts
Lois et règlements	Politique nationale de l'eau (nov. 2002) visant à favoriser la pêche récréative Autorité provinciale et non municipale
Organismes liés	Association des pêcheurs et chasseurs sportifs du lac Saint-Louis

2.6 LES ACTIVITÉS HIVERNALES

FICHE ACTIVITÉ : LES ACTIVITÉS HIVERNALES CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉS HIVERNALES	
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	<p>Les activités hivernales présentent un potentiel de développement intéressant, car les Québécois apprennent de plus en plus à apprivoiser l'hiver et à en profiter par le biais d'activités de plein air, alliant sport et contemplation. Le réseau québécois des parcs s'organise en ce sens (développement de sentiers, de refuges, etc.).</p> <p>Montréal pourrait offrir aux adeptes de l'hiver moins mobiles pour aller en nature dans la périphérie, ou disposant de moins de temps, les moyens de satisfaire leurs envies en développant et faisant connaître un réseau organisé de sentiers hivernaux et aires de jeux hivernaux dans ses parcs.</p> <p>Le succès de l'offre réside dans les attraits des lieux parcourus (paysages, observation d'animaux), dans la variété des niveaux de difficulté et de longueur des pistes et dans leur signalisation adéquate.</p>
DEMANDE	
Fréquentation actuelle à Montréal	<p>Pratique régulière/occasionnelle du ski de fond des Montréalais : 13,1%</p> <p>Pratique régulière/occasionnelle du patin à glace des Montréalais : 20,1%</p> <p>(Enquête sur les sociostyles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000)</p>
Profil des amateurs	<p>Les adeptes canadiens et américains d'activités de plein air hivernales sont plus souvent des hommes que des femmes et sont plus jeunes que les voyageurs moyens. 41% d'entre eux habitent près de la frontière. Les adeptes d'activités hivernales sont. Pour les Canadiens, leurs revenus sont inférieurs à la moyenne, pour les Américains, ils sont supérieurs à la moyenne.</p> <p>(Commission canadienne du tourisme, EAPV)</p>
Les attentes et besoins de la clientèle	<p>Les adeptes canadiens et américains d'activités de plein air hivernales sont aussi très susceptibles d'être des adeptes du patrimoine. (Commission canadienne du tourisme, EAPV)</p>
Contraintes au développement du marché	
Impact économique de la pratique	<p>De 2000 à 2004, la demande touristique pour la saison hivernale a progressé de 39% au Québec, pour atteindre 7,68 millions de touristes, qui dépensent 1,9 milliard de \$.</p> <p>(Source : Les Affaires, le Québec défend vigoureusement son hiver, 1^{er} janvier 2005)</p>
Clientèle potentielle au Québec	<p>Pratique régulière/occasionnelle du ski de fond au Québec : 18,0%</p> <p>Pratique régulière/occasionnelle du patin à glace au Québec : 23,5%</p> <p>(Enquête sur les sociostyles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000)</p> <p>Parmi les activités hivernales préférées des Québécois on retrouve la marche (37%), le ski de randonnée (21%), la raquette (6%) (Réseau de veille en tourisme, 15 septembre 2004)</p> <p>On dénombre 3.6 millions d'adeptes canadiens et 15 millions d'adeptes américains des activités de plein air hivernales. (Commission Canadienne du tourisme, EAPV)</p> <p>Pêche blanche : La pêche sous la glace, aussi appelée pêche blanche, est devenue de plus en plus populaire au cours des dernières années, notamment dans le fjord du Saguenay de même que dans les régions de Montréal et du lac Saint-Pierre. On estime à environ 79 000 (un peu moins de 3% de la population riveraine) le nombre de personnes qui s'adonnent à ce type de pêche dans le Saint-Laurent (données de 2002). (Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine)</p>
Tendances	<p>Tendances des Québécois à mieux célébrer l'hiver, comme en témoigne le développement et la popularité des événements hivernaux (Carnaval de Québec, Bal des Neiges à Ottawa, Montréal en Lumières, la Fête des Neiges à Montréal)</p> <p>Forte croissance en popularité de la raquette : un des sports dont la popularité croît le plus rapidement depuis les dernières années (Leisure Trends Group), en Amérique du Nord comme en Europe</p>

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LES ACTIVITÉS HIVERNALES CLASSE D'ACTIVITÉS : ACTIVITÉS HIVERNALES	
	Progrès technologiques constants qui permettent d'alléger l'équipement tout en le rendant plus performant Développement de l'offre de lieux de pratique Diversification de l'offre et croissance de nouvelles activités comme bateau sur patin et parachute à ski
OFFRE	
Lieux de pratique	Ski de fond : parc-nature et parcs urbains Raquette : Parc Angrignon. Parc Jean Drapeau Pêche blanche : lac des Deux Montagnes
Pré-requis	Selon les activités : - ski de fond, marche : sentiers - raquette : signalisation - pêche blanche : location de cabanes - patinage : glace entretenue (patinoires, sentiers)
Développements envisagés	
Contraintes au développement de l'offre	En hiver, les lieux de pratique de certaines activités requièrent plus d'entretien que l'été (p. ex. : sentiers de ski de fond), et une meilleure gestion de l'accessibilité. Par ailleurs, ils sont aussi affectés par les aléas de la météo.
Services liés	Locations d'équipements, restauration et boissons chaudes
Lois et règlements	
Organismes liés	

2.7 LES SPORTS NAUTIQUES À VOILE

FICHE ACTIVITÉ : LES SPORTS NAUTIQUES À VOILE (PLANCHE À VOILE, DÉRIVEUR, VOILIER) CLASSE D'ACTIVITÉS : LOISIRS NAUTIQUES NON MOTORISÉS	
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	<p>Sans connaître de croissance spectaculaire, les sports à voile sont un secteur d'intérêt pour plusieurs raisons. Tout d'abord, la clientèle présente un profil intéressant (niveau de revenus, pratique avec passion), mais il existe aussi un large segment de la population non concerné par ce sport qui pourrait être rejoint par le biais d'initiations encadrées. Par ailleurs, en plus de la clientèle de propriétaires et locataires de bateaux, le nautisme peut rejoindre la clientèle terrestre par le biais du spectacle des bateaux sur l'eau et des événements nautiques.</p> <p>Montréal représente un attrait pour la pratique de sports à voile (plans d'eau, voies navigables). Cependant, le développement de la plaisance doit composer avec plusieurs contraintes liées au marché (coût, saison courte) ou à l'offre (manque de marinas et de rampes de mise à l'eau).</p> <p>Par ailleurs, Montréal bénéficie d'une position privilégiée dans le réseau nautique du Nord-Est de l'Amérique pour attirer une clientèle de touristes nautiques, dont le potentiel est très important en regard du taux de pénétration actuel. Montréal présente pour cela plusieurs atouts (pouvoir d'attraction du Vieux-Port et du Vieux-Montréal, proximité du centre-ville), mais son offre est pour l'instant limitée par le faible nombre de place à quais disponibles pour la clientèle touristique.</p>
DEMANDE	
Fréquentation actuelle à Montréal	<p>Pour la région de Montréal, le nombre d'utilisateurs d'embarcations non motorisées à voile est de 22 000 (1,5%). Globalement, quel que soit le type d'embarcation utilisé, les habitants de la région de Montréal sont ceux qui, en proportion, pratiquent le moins la navigation de plaisance (84,6% n'en font pas, contre 82,3% pour l'ensemble de la population riveraine du fleuve au Québec). (<i>Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine</i>)</p> <p>Taux de possession d'une planche à voile à Montréal : 2,2% Taux de possession d'un voilier de plus de 10 pieds à Montréal : 0,4% Pratique régulière/occasionnelle de voile à Montréal : 4,1% Pratique régulière/occasionnelle de planche à voile à Montréal : 2,0% (<i>Enquête sur les socio-styles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000</i>)</p> <p>On note aussi pour les activités rattachées au nautisme une clientèle extra-régionale et même extra-provinciale, qui fréquente Montréal en raison de sa position au sein du vaste réseau du tourisme nautique du Nord-Est de l'Amérique. Concernant cette clientèle des <u>plaisanciers québécois, ontariens et américains</u> qui ont visité le Québec, 64,6% d'entre eux ont fréquenté la voie Montréal-Sorel-Québec, et 12,2% le lac des Deux-Montagnes. (<i>Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF</i>)</p>
Profil des amateurs	<p>Profil type du plaisancier : baby-boomers, préretraités ou retraités ayant des revenus supérieurs. Des Passionnées de leur passe-temps. 27 sorties par an en moyenne (<i>Tourisme nautique : la carte cachée des régions. Réseau de veille en tourisme, 21 avril 2004</i>)</p> <p>Profil des plaisanciers au Québec (<i>Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF</i>) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - habitent dans la grande région de Montréal (47%), mais relativement peu sur l'île de Montréal (13%) - 62% ont entre 35 et 54 ans. Selon une autre source, les adeptes de la navigation de plaisance sur le fleuve sont âgés de 25 à 44 ans (<i>Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine</i>). Et selon le réseau de veille, les plaisanciers sont des baby-boomers ou préretraités (<i>Tourisme nautique : la carte cachée des régions. Réseau de veille en tourisme, 21 avril 2004</i>) - revenus moyens ou élevés : 42% ont un revenu du ménage situé entre 60 000 \$ et 99 999\$ et 36%, supérieur à 100 000 \$ - temps de vacances : 36% des plaisanciers québécois ont 4 à 5 semaines de vacances par an, et 34%, 6 semaines ou plus

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LES SPORTS NAUTIQUES À VOILE (PLANCHE À VOILE, DÉRIVEUR, VOILIER) CLASSE D'ACTIVITÉS : LOISIRS NAUTIQUES NON MOTORISÉS	
	Profil des embarcations : - 25 pieds ou moins : 27% - 26 à 30 pieds : 39% - 31 pieds et plus : 31%
Besoins et attentes	Critère de choix d'une marina : qualité des infrastructures (profondeur d'eau, quais, types de pontons, protection contre les vents et les vagues, etc.), commodités sur place (épicerie, douche, eau courante, téléphone, toilette), présence de services techniques (carburant, diesel, vidange de réservoirs septiques) <i>(Tourisme nautique : la carte cachée des régions. Réseau de veille en tourisme, 21 avril 2004)</i>
Contraintes au développement du marché	Moins bonne intégration sur le plan touristique que d'autres destinations nautiques nord-américaines Concurrence d'autres secteurs : chalets, camping, caravaning, golf, véhicules tout-terrain (VTT) Perception publique : il faut être riche ! courte saison de pratique Pré-requis de connaissances techniques sur la navigation, les communications et la sécurité Pour les clients internationaux du tourisme nautique : la distance, la manque d'information, les conditions d'accès dans la voir maritime <i>(Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF)</i>
Retombées économiques	Fort potentiel économique du tourisme nautique au Québec. Recettes du tourisme nautique et de la navigation de plaisance au Québec : 2001-2002 : 52 M\$ / prévisions 2007 : 177 M\$. <i>(Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF)</i>
Clientèle potentielle au Québec	Globalement, la navigation de plaisance sur le Saint-Laurent est pratiquée par plus de 500 000 riverains (17,5%). Ce taux est stable entre 1995 et 2002. Parmi eux, 43 000 utilisent une embarcation non motorisée à voile (1,4% de la population riveraine). <i>(Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine)</i> Taux de possession d'une planche à voile au Québec : 2,8% Taux de possession d'un voilier de plus de 10 pieds au Québec : 0,7% Pratique régulière/occasionnelle de voile au Québec : 3,4% Pratique régulière/occasionnelle de planche à voile au Québec : 2,0% <i>(Enquête sur les socio-styles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000)</i> Faible taux de pénétration du Québec parmi les plaisanciers nord-américains (Ontario : 10% - Italie : 1,4%),
Tendances	Agrandissement de la taille moyenne des bateaux Engouement chez les plaisanciers plus âgés de la plaisance comme mode de vie à l'année longue <i>(Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF)</i>
OFFRE	
Pré-requis	Quai, rampe de mise à l'eau, marina, profondeur du plan d'eau
Lieux de pratique	Planche à voile et dériveur : Anse de l'Orme, parc Jean Drapeau, lac Saint-Louis Bateau à voile : Lac Saint Louis, lac des Deux montagnes Quais : Promenade Bellerive, Anse à l'orme, Cap Saint Jacques, Ile Bizard, Jean-Drapeau, parc Fort-de-Pointe-aux-Trembles, Sainte-Anne de Bellevue, Plage de la pointe Théorêt Rampes de mise à l'eau : Rampe de mise à l'eau de la 132 ^e avenue, Rampe de mise à l'eau de la 36 ^e avenue, parc du Bout de l'île, parcs Monk et René Lévesque, Parc Summerlea, Parc Pine Beach, Golf des vétérans, Anse à l'Orme (3 rampes), Plage Crystal, Pointe Théorêt, parc de la Coulée Grou, marina Beaudoin, Parc de la Rousselière, Pointe aux Trembles 34 ^e avenue, Promenade Bellerive, Dorval, 3 rampes au bas des rues Angell, Lakeview et St-Louis dans (Beaconsfield-Baie-d'Urfé), parc nature Bois-de-

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LES SPORTS NAUTIQUES À VOILE (PLANCHE À VOILE, DÉRIVEUR, VOILIER) CLASSE D'ACTIVITÉS : LOISIRS NAUTIQUES NON MOTORISÉS	
	<p>l'île-Bizard, rampe publique de mise à l'eau de Pointe-Claire, marina Pierrefonds, Senneville Yacht Club, club nautique, Boulanger Yacht (Lachine), la pourvoirie Marcel Lacombe (Lachine), marina de Verdun, Verdun Motor Boat club, marine Saint-Anne, marina P.AT, Lord Reading Yacht club, Yacht club de Beaconsfield, yacht club de Pointe-Claire</p> <p>Marina (fermée par un quai) : Baie D'Urfé Yacht Club, Club de voile Senneville, Club Nautique le Pingouin, Lord Reading Yacht Club, Marina de la Ronde, Marina Jean Beaudoin, Marina P.A.T., Marine Sainte-Anne, Port de Plaisance de Lachine, Port d'escale du Vieux-Port de Montréal, Relais nautique de la Ronde, Royal St-Lawrence Yacht Club, Yacht Club de Beaconsfield, Yacht Club de Pointe-Claire, Marina de Pierrefonds, Marine Sainte-Anne-de-Bellevue</p>
Développements envisagés	<p>Ouverture du canal de Lachine à la navigation de bateaux à voile (<i>Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF</i>)</p> <p>Plan stratégique de développement et de marketing du tourisme nautique au Québec (2002)</p> <p>Sentier maritime</p>
Contraintes au développement de l'offre	<p>Baisse annuelle du niveau d'eau</p> <p>Présence d'ouvrages hydroélectriques qui a pour conséquence l'enclavement du réseau</p> <p>Besoins en dragage</p> <p>(<i>Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF</i>)</p>
Services liés	École, clubs, marinas, services sur la rive
Lois et règlements	Politique nationale de l'eau (nov. 2002) visant à favoriser les activités récréotouristiques
Organismes liés	<p>Association de planches à voile de Montréal, Fédération de voile du Québec, Rendez-vous nautique international</p> <p>École de voile (10) : Baie D'Urfé Yacht Club, Beaconsfield Yacht Club, École de voile Chinook, École de voile de Lachine, Hudson Yacht Club, Lord Reading Yacht Club, Pointe Claire Yacht Club, Senneville Yacht Club Junior Squadron, Yacht-Club Royal Saint-Laurent, Ynot Sailing</p> <p>Clubs de voile (10) : Baie D'Urfé Yacht Club, Beaconsfield Yacht Club, Club de voile Senneville Yacht Club, Club de voile Venture Pointe-Claire, Club Nautique Deux-Montagnes, École de voile de Lachine, Hudson Yacht Club, Lord Reading Yacht Club, Pointe Claire Yacht Club, Yacht-Club Royal Saint-Laurent</p>

2.8 LES SPORTS NAUTIQUES À PROPULSION HUMAINE

FICHE ACTIVITÉ : LES SPORTS NAUTIQUES À PROPULSION HUMAINE (CANOT, CANOË, KAYAK, CHALOUBE, PÉDALO) CLASSE D'ACTIVITÉS : LOISIRS NAUTIQUES NON MOTORISÉS	
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	<p>La demande pour les activités nautiques non motorisées au Québec est élevée. Malgré une très forte croissance de la pratique du kayak à Montréal au cours des dernières années, celle-ci est encore peu répandue à Montréal. Certes plusieurs obstacles existent au développement de la pratique (accessibilité, caractère navigable des voies, cohabitation avec les autres types d'embarcations), mais il s'agit de bien les connaître pour les surmonter.</p> <p>Relativement faciles d'accès, les sports à propulsion humaine sur le Saint-Laurent offrent donc un potentiel intéressant, à condition de mettre à la disposition des usagers du matériel en location et des services d'initiation et de guide, et ce, dans des lieux sécuritaires dans les divers arrondissements de la ville</p>
DEMANDE	
Fréquentation actuelle à Montréal	<p>Pour la région de Montréal, le nombre d'utilisateurs d'embarcations non motorisées à rame est de 28 500 (1,9%). Globalement, quel que soit le type d'embarcation utilisé, les habitants de la région de Montréal sont ceux qui, en proportion, pratiquent le moins la navigation de plaisance (84,6% n'en font pas, contre 82,3% pour l'ensemble de la population riveraine du fleuve au Québec). (<i>Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine</i>)</p> <p>Taux de possession d'une chaloupe à Montréal : 1,8% Taux de possession d'un canot à Montréal : 2,6% Taux de possession d'un kayak de mer à Montréal : 0,5% Taux de possession d'un kayak de rivière à Montréal : 1,2% Pratique régulière/occasionnelle de canot et kayak de rivière à Montréal : 10,9% Pratique régulière/occasionnelle de kayak de mer à Montréal : 2,0% (<i>Enquête sur les socio-styles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000</i>)</p>
Profil des amateurs	<p>Les payeurs sont :</p> <ul style="list-style-type: none"> - soit des individus, des couples ou des familles (membres d'un club pour 10% d'entre eux) - des jeunes dans le cadre d'un camp de vacances, d'un camp de jour ou d'activités scolaires - des touristes <p>Le profil des membres de la Fédération québécoise du canot et du kayak est le suivant : un homme de 41 ans, instruit, vivant en couple, qui a des enfants (2 en moyenne), dont les revenus annuels sont supérieurs à 40 000 \$ et qui habite Montréal.</p> <p>L'activité pratiquée est le plus souvent le canot (plutôt que le kayak de mer), associé à du camping, pour des sorties de courte durée (2-3 jours), 8 jours par année. L'activité est pratiquée avec des amis ou en famille. (<i>Fédération québécoise du canot et du kayak</i>)</p>
Les attentes et besoins de la clientèle	<p>Le choix des destinations de canotage se fait en fonction de variables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - rationnelles (techniques) : classification du parcours et des rapides, débit, obstruction, qualité de l'eau, température, conflits d'usage, environnement sonore et olfactif - sensorielles (émotions) : qualité paysagère, phénomènes naturels, diversité et abondance de la flore et de la faune - accessoires (facilités) : mises à l'eau, stationnement, navette, camping, portages de qualité, aménagements (<i>Fédération québécoise du canot et du kayak</i>)
Contraintes au développement du marché	Perception de danger de la pratique, difficile cohabitation avec les embarcations motorisées
Impact économique de la pratique	
Clientèle potentielle au Québec	Globalement, la navigation de plaisance sur le Saint-Laurent est pratiquée par plus de

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LES SPORTS NAUTIQUES À PROPULSION HUMAINE (CANOT, CANOË, KAYAK, CHALOUPÉ, PÉDALO) CLASSE D'ACTIVITÉS : LOISIRS NAUTIQUES NON MOTORISÉS	
	<p>500 000 riverains (17,5%). Ce taux est stable entre 1995 et 2002. Parmi eux, 57 000 utilisent une embarcation non motorisée à rames (1,9% de la population riveraine). Les adeptes de la navigation de plaisance sur le fleuve sont typiquement des hommes, âgés de 25 à 44 ans.</p> <p>Taux de possession d'une chaloupe au Québec : 7,7% Taux de possession d'un canot au Québec : 8,2% Taux de possession d'un kayak de mer au Québec : 0,5% Taux de possession d'un kayak de rivière au Québec : 1,2% Pratique régulière/occasionnelle de canot et kayak de rivière au Québec : 9,1% Pratique régulière/occasionnelle de kayak de mer au Québec : 1,7% <i>(Enquête sur les sociostyles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000)</i></p> <p>D'après les données de l'AQIN, 452 309 ménages québécois possèdent au moins une embarcation de plaisance, soit un taux de propriété au Québec de 17,2%. Les types d'embarcations les plus répandues sont les canots (32,3%), les chaloupes de pêche et à moteur (27,5%). <i>(Les Amis de la vallée du Saint-Laurent, Guide écologique du nautisme sur le Saint-Laurent, juin 2000)</i></p>
Tendances	<p>Le kayak est l'activité récréative qui fait le plus de nouveaux adeptes en Amérique du Nord (www.aventuresh2o.com)</p> <p>Le nombre de ménages possédant une embarcation nautique a crû de 12,6% entre 1995 et 2000, et le nombre d'embarcations, de 22%, dont, notamment, 10% pour les canots et 20% pour les kayaks de rivière.</p>
OFFRE	
Lieux de pratique	<p><u>Pratique de canot</u>, pédalo, bateau dragon : Parc Jean-Drapeau, Bassin Bonsecours, canal Lachine, rivière des Prairies ouest</p> <p><u>Pratique de kayak</u> : Parc des Rapides, Parc Jean-Drapeau, Site nautique Sophie-Barat, Parc de la pointe de la cité du Havre (Sté du Vieux-Port), Canal Lachine</p>
Pré-requis	Accès à l'eau, caractéristiques physiques particulières selon le type d'embarcations
Développements envisagés	Sentier maritime
Contraintes au développement de l'offre	<p>Nombreux obstacles, naturels dans certains cas (vents, courants), mais aussi notamment du fait du manque d'adaptation à cette activité de certains passages (impossibilité de porter)</p> <p><i>(Nadeau, Jean-Benoît, L'autre tour de l'île, L'actualité, septembre 2003)</i></p>
Services liés	<p>Location d'embarcation : Cap-Saint-Jacques, Anse à l'Orme, Parc Jean-Drapeau, Parc des rapides, Site nautique Sophie-Barat (Ahuntsic) (location d'embarcations non motorisées telles que canots, kayaks de mer - fermé à partir d'août 2005), Aventures Saint-Ambroise (Lachine) (kayak, kayak de mer, bateau-dragon), Ruban bleu (kayak, pédalo), Bassin Bonsecours (pédalo), Club de canoë Pointe-Claire</p> <p>Formation Animation</p>
Lois et règlements	Politique nationale de l'eau (nov. 2002) visant à favoriser les activités récréotouristiques
Organismes liés	<p>Clubs de canot :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Club de canotage de Cartierville - Société du Parc Jean Drapeau - Club de canoë de Pointe-Claire - Club de canoë de course de Lachine - Club aviron Lachine - Kayak sans frontière - Club de canots/camping Les Portageurs - Ass. Récréation Ahuntsic-Cartierville

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LES SPORTS NAUTIQUES À PROPULSION HUMAINE

(CANOT, CANOË, KAYAK, CHALOUPE, PÉDALO)

CLASSE D'ACTIVITÉS : LOISIRS NAUTIQUES NON MOTORISÉS

Les descentes sur le Saint-Laurent (rafting)

Fédération québécoise de canot et de kayak www.canot-kayak.qc.ca

Association québécoise de canot kayak de vitesse aqckv.qc.ca

Association canadienne de canotage (ACC), Fédération internationale de canotage

2.9 LES SPORTS NAUTIQUES MOTORISÉS

FICHE ACTIVITÉ : LES SPORTS NAUTIQUES MOTORISÉS (MOTOAQUATIQUE, SKI NAUTIQUE, BATEAU À MOTEUR) CLASSE D'ACTIVITÉS : LOISIRS NAUTIQUES MOTORISÉS	
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	<p>Les sports nautiques motorisés présentent un intérêt auprès d'un bon segment de population. Mais les non-amateurs restent souvent méfiants et réfractaires vis-à-vis de cette pratique. Le développement de ces activités doit donc se faire dans une optique de gestion des usages afin d'harmoniser les pratiques (notamment en regard des nuisances sonores et environnementales). Les bonnes pratiques auraient intérêt à être promues afin d'améliorer la perception de ces activités nautiques motorisées.</p> <p>Par ailleurs, Montréal bénéficie d'une position privilégiée dans le réseau nautique du Nord-Est de l'Amérique pour attirer une clientèle de touristes nautiques, dont le potentiel est très important en regard du taux de pénétration actuel. Montréal présente pour cela plusieurs atouts (pouvoir d'attraction du Vieux-Port et du Vieux-Montréal, proximité du centre-ville), mais son offre est pour l'instant limitée par le faible nombre de place à quais disponibles pour la clientèle touristique.</p>
DEMANDE	
Fréquentation actuelle à Montréal	<p>Dans la région de Montréal, le nombre d'utilisateurs d'embarcations motorisées est de 104 100 (7,0% de la population riveraine). <i>(Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine)</i></p> <p>Taux de possession d'un bateau moteur de plus de 10 pieds à Montréal : 1,7% Taux de possession d'une motomarine à Montréal : 0,8% Pratique régulière/occasionnelle de ski nautique à Montréal : 5,7% Pratique régulière/occasionnelle de motomarine à Montréal : 4,8% <i>(Enquête sur les socio-styles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000)</i></p> <p>On note aussi pour les activités rattachées au nautisme une clientèle extra-régionale et même extra-provinciale, qui fréquente Montréal en raison de sa position au sein du vaste réseau du tourisme nautique du Nord-Est de l'Amérique. Concernant la clientèle des plaisanciers québécois, ontariens et américains qui ont visité le Québec, 64,6% d'entre eux ont fréquenté la voie Montréal-Sorel=Québec, et 12,2% le lac des Deux-Montagnes. <i>(Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF)</i></p>
Profil des amateurs	
Les attentes et besoins de la clientèle	Les adeptes de ces sports recherchent souvent des plans d'eau leur permettant excitation, rapidité, mais aussi un environnement festif favorable au regroupement (marinas, baies)
Contraintes au développement du marché	<p>Prix du carburant</p> <p>Perceptions négatives de la population</p> <p>Pour les clients internationaux du tourisme nautique : la distance, la manque d'information, les conditions d'accès dans la voir maritime <i>(Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF)</i></p>
Impact économique de la pratique	Fort potentiel économique du tourisme nautique au Québec. Recettes du tourisme nautique et de la navigation de plaisance au Québec : 2001-2002 : 52 M\$ / prévisions 2007 : 177 M\$. <i>(Plan stratégique du réseau nautique québécois)</i>
Clientèle potentielle au Québec	<p>La navigation motorisée sur le Saint-Laurent est pratiquée par plus de 275 000 riverains (9,4%). <i>(Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine)</i></p> <p>Taux de possession d'un bateau moteur de plus de 10 pieds au Québec : 5,6% Taux de possession d'une motomarine au Québec : 1,5% Pratique régulière/occasionnelle de ski nautique au Québec : 4,8% Pratique régulière/occasionnelle de motomarine au Québec : 4,0% <i>(Enquête sur les socio-styles québécois, Zins Beauchesne et associés, 2000)</i></p> <p>Les bateaux à moteurs de 10 à 20 pieds représentent 16,7% du total du parc d'embarcation de plaisance au Québec, les bateaux à moteur de plus de 20 pieds, les voiliers, les kayaks de mer et les motomarines</p>

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LES SPORTS NAUTIQUES MOTORISÉS (MOTOAQUATIQUE, SKI NAUTIQUE, BATEAU À MOTEUR) CLASSE D'ACTIVITÉS : LOISIRS NAUTIQUES MOTORISÉS	
	<p>accaparent chacun environ 2% (Source : Les Amis de la vallée du Saint-Laurent, Guide écologique du nautisme sur le Saint-Laurent, juin 2000)</p> <p>Faible taux de pénétration du Québec parmi les <u>plaisanciers nord-américains</u> (Ontario : 10% - Italie : 1,4%) (Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF)</p>
Tendances	<p>Agrandissement de la taille moyenne des bateaux (Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF)</p> <p>Au Québec, entre 1995 et 2000, le nombre de bateaux à moteur de plus de 20 pieds (19,9% du parc total d'embarcations) a crû de 26% (et le nombre de motomarines, de 192% (5,3% du parc total)</p>
OFFRE	
Lieux de pratique	<p>Rampes de mise à l'eau : Rampe de mise à l'eau de la 132^e avenue, Rampe de mise à l'eau de la 36^e avenue, parc du Bout de l'île, parcs Monk et René Lévesque, Parc Summerlea, Parc Pine Beach, Golf des vétérans, Anse à l'Orme (3 rampes), Plage Crystal, Pointe Théorêt, parc de la Coulée Grou, marina Beaudoin, Parc de la Rousselière, Pointe-aux-Trembles 34^e avenue, Promenade Bellerive, Dorval, 3 rampes au bas des rues Angell, Lakeview et St-Louis dans (Beaconsfield-Baie-d'Urfé), parc nature Bois-de-l'île-Bizard, rampe publique de mise à l'eau de Pointe-Claire, marina Pierrefonds, Senneville Yacht Club, marina Allard (île Perrot), Ronald Lauzon inc. (île Perrot), club nautique Île Perrot, Pointe chez Aunais (île Perrot), Boulanger Yacht (Lachine), la pourvoirie Marcel Lacombe (Lachine), marina de Verdun, Verdun Motor Boat club, marine Saint-Anne, marina P.AT, Lord Reading Yacht club, Yacht club de Beaconsfield, yacht club de Pointe-Claire</p> <p>Marina : Baie D'Urfé Yacht Club, Club de voile Senneville, Club Nautique de l'île Perrot, Club Nautique de l'île Perrot, Club Nautique le Pingouin, Lord Reading Yacht Club, Marina de la Ronde, Marina Ile Perrot, Marina Jean Beaudoin, Marina P.A.T., Marine Sainte-Anne, Port de Plaisance de Lachine, Port d'escale du Vieux-Port de Montréal, Relais nautique de la Ronde, Royal St-Lawrence Yacht Club, Yacht Club de Beaconsfield, Yacht Club de Pointe-Claire, Marina de Pierrefonds, Marine Sainte-Anne-de-Bellevue</p>
Pré-requis	Rampe de mise à l'eau, marina
Développements envisagés	<p>Plan stratégique de développement et de marketing du tourisme nautique au Québec (2002)</p> <p>Projet de marina de 200 places au bassin de l'Horloge, en partenariat avec le Yacht Club de Montréal</p>
Contraintes au développement de l'offre	<p>Présence d'ouvrages hydroélectriques qui a pour conséquence l'enclavement du réseau</p> <p>Besoins en dragage (Plan stratégique du réseau nautique québécois, DBSF)</p> <p>Conflits d'usage</p>
Services liés	<p>Locations de bateaux à moteur : STM, location de motomarines, Verdun</p> <p>École de ski nautique : Parc Jean-Drapeau</p>
Lois et règlements	Politique nationale de l'eau (nov. 2002) visant à favoriser les activités récréotouristiques
Organismes liés	Fédération québécoise de ski nautique

2.10 LES CROISIÈRES EXCURSIONS

FICHE ACTIVITÉ : LES CROISIÈRES EXCURSIONS CLASSE D'ACTIVITÉS : LOISIRS NAUTIQUES MOTORISÉS	
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	<p>À Montréal, comme dans les autres villes comparables (notamment Chicago, Québec), l'offre bien développée et diversifiée propose différents types d'expériences (selon l'ambiance, la thématique et le type d'embarcation) et s'adresse à différents types de clientèles (familiales, touristiques, corporatives, de groupe, etc.).</p> <p>L'activité de croisières et excursions sur le fleuve devrait donc continuer à se développer et viser à rejoindre une clientèle toujours plus grande, avec des produits à la fois traditionnels (croisière-souper) et audacieux (saute-mouton, etc.).</p> <p>Il pourrait aussi être intéressant de mettre en valeur les bateaux de croisières qui accostent à Montréal. Ces grands bateaux blancs créent un spectacle unique qui, dans d'autres villes comme Québec, est particulièrement médiatisé et remarqué.</p>
DEMANDE	
Fréquentation actuelle à Montréal	<p>On compte 68 500 adeptes de croisières parmi la population riveraine du Saint-Laurent dans la région de Montréal (4,6%). <i>(Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine)</i></p> <p>Fréquentation des croisières et excursions sur le fleuve à partir du Vieux-Port : 330 000 personnes Fréquentation des croisières et excursions à partir de Lachine : 7 500 personnes <i>(Tecsult, 1996)</i></p> <p>Fréquentation par croisière, en 2001 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Amphi-bus Kamada : 13 000 - Croisières AML : 110 000 - Croisières du Bateau-mouche : 53 000 - Jet Saint-Laurent : 6 000 - Les dauphins du Saint-Laurent : 5 000 - Navette Montréal - les îles : 27 000 - Navette Montréal Longueuil : 69 400 - Saute-mouton et rafting : 24 000
Profil des amateurs	
Les attentes et besoins de la clientèle	Les amateurs de croisières recherchent une offre variée et adaptée à leur situation : couples, familles, groupes. Les croisières doivent leur apporter, selon le type de croisière retenu, confort (souper, fête), animation (groupe) ou explication/information (touristes, désir d'apprentissage).
Contraintes au développement du marché	La courte saison, ou la perception de courte saison, navigable est un frein au développement de la clientèle des croisières-excursions. Des contraintes d'accessibilité peuvent aussi exister.
Impact économique de la pratique	
Clientèle potentielle au Québec	On compte 140 000 adeptes de croisières parmi la population riveraine du Saint-Laurent (4,8%). <i>(Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine)</i>
Tendances	Croissance générale de la demande pour des croisières d'excursion ou autres.
OFFRE	
Lieux de pratique	Vieux-Port, Lachine, lac Saint-Louis, lac des Deux-Montagnes Croisières excursions :

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LES CROISIÈRES EXCURSIONS CLASSE D'ACTIVITÉS : LOISIRS NAUTIQUES MOTORISÉS	
	<ul style="list-style-type: none">- Bateau-Mouche (Vieux Port de Montréal)- Croisière AML (Vieux Port de Montréal)- Croisières Évasion Plus (Lachine)- Croisière patrimoniale du canal Lachine (canal Lachine)- Les descentes sur le Saint-Laurent (hydro-jet)- Saute-moutons (Lachine)- Le Petit Navire (bateau à propulsion électrique) (Vieux-Port de Montréal)- Amphi-bus (Vieux-Port de Montréal)- Croisières Bellevue (Sainte-Anne-de-Bellevue)- Croisières Nouvelle-Vague (à Lachine, en direction du Lac Saint-Louis)
Pré-requis	Fournisseur de service
Développements envisagés	Mise en valeur de potentiels (lieux, ouvrages, architectures sans statut officiel)
Contraintes au développement de l'offre	La capacité des bateaux, le manque de diversité des lieux d'excursion, le manque de vues spectaculaires et de beaux paysages sont des contraintes au développement de l'offre de croisières-excursions à Montréal.
Services liés	
Lois et règlements	
Organismes liés	

2.11 LE PATRIMOINE

FICHE ACTIVITÉ : LE PATRIMOINE CLASSE D'ACTIVITÉS : DOMAINE CULTUREL	
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	<p>La culture est un secteur très porteur de l'industrie touristique. Elle répond à un besoin exprimé des clientèles excursionnistes et touristiques d'en apprendre plus sur l'histoire des lieux, des gens, des métiers... Les visites culturelles s'inscrivent bien comme activités complémentaires avec les activités douces comme le vélo, la marche, le ski de fond.</p> <p>Il s'agit donc pour Montréal de saisir ces opportunités en valorisant le patrimoine lié à l'eau et à l'histoire de la Montréal, en complémentarité des activités que l'on peut pratiquer sur les berges. Ceci pourrait d'ailleurs être fait en lien avec d'autres vestiges de la colonisation sur le fleuve, mais en dehors de l'île.</p> <p>Il est important que la mise en valeur soit faite en respectant le patrimoine à présenter, tout en utilisant les nouvelles technologies qui peuvent créer une animation originale et interactive, mais aussi en restant simple.</p>
DEMANDE	
Fréquentation actuelle à Montréal	<p>Fréquentation actuelle de certains attraits liés à l'histoire de Montréal et à son patrimoine (2003) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pointe-à-Callière : 339 000 visiteurs - Centre d'histoire e Montréal : 38 500 visiteurs - Château Ramezay : 30 600 visiteurs - Commerce-de-la-fourrure-à-Lachine : 14 000 visiteurs - Maison Saint-Gabriel : 43 000 visiteurs - Maison Sir George-Étienne Cartier : 31 300 visiteurs - Musée Steward au fort de l'île-Sainte-Hélène : 82 300 visiteurs <p>Au sein de la population montréalaise, le taux de fréquentation de sites historiques et de monuments du patrimoine est de 41,2% (contre 38,9% pour l'ensemble du Québec) (<i>Ministère de la Culture et des Communications</i>)</p> <p>En 1996, Montréal a accueilli près de deux millions de visiteurs culturels. 41% provenaient du Canada, 28% des Italie et 31% d'outre-mer. (<i>Tourisme Montréal</i>)</p>
Profil des amateurs	<p>Les grandes caractéristiques des visiteurs culturels à Montréal pour chacun des grands marchés sont les suivantes :</p> <p>275 Les visiteurs canadiens :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 62% possèdent un diplôme d'études post-secondaires; • la durée moyenne de séjour est de 2,2 nuitées; • 84% sont âgés entre 25 et 54 ans dont 41% entre 35 et 44 ans; • 27% ont un revenu de 60 000 \$ et plus. <p>275 Les visiteurs américains :</p> <ul style="list-style-type: none"> • âge moyen de 42 ans; • la durée moyenne de séjour est de 3,2 nuitées; • six états américains génèrent 50% de l'ensemble des touristes culturels américains à Montréal : New York (15%), Massachusetts (9%), Pennsylvanie (8%), New Jersey (8%), Californie (6%) et Michigan (5%). <p>275 Les visiteurs d'outre-mer :</p> <ul style="list-style-type: none"> • les touristes culturels en provenance d'outre-mer comptent pour 31% de ces touristes à Montréal (Europe 23%; Asie 4%);

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LE PATRIMOINE CLASSE D'ACTIVITÉS : DOMAINE CULTUREL	
	<ul style="list-style-type: none"> sept pays génèrent 22% des touristes culturels en provenance d'outre-mer à Montréal soit la Italie (12%), l'Italie (3%), le Italie (3%), la Suisse (2%), l'Italie (1%), le Japon (1%) et le Brésil (1%). <p><i>(Tourisme Montréal)</i></p>
Les attentes et besoins de la clientèle	Volonté de compréhension de l'histoire, des traditions, des savoir-faire Les amateurs de culture et de plein air sont par ailleurs souvent les mêmes personnes
Contraintes au développement du marché	Nécessité de sujets intéressants et originaux pour éviter la lassitude
Impact économique de la pratique	Près des trois quarts (74,4%) des touristes culturels à Montréal ont voyagé en haute saison (saison estivale) et 25,6% en basse saison. La durée moyenne de leur séjour était de 3,3 nuitées et leur dépense moyenne par séjour de 307 \$. Ce montant est de 242 \$ chez les touristes culturels canadiens et de 382 \$ chez les Américains.
Clientèle potentielle au Québec	Au sein de la population québécoise, le taux de fréquentation de sites historiques et de monuments du patrimoine est de 38,9% (<i>Ministère de la Culture et des Communications</i>)
Tendances	Forte croissance de la demande du tourisme culturel, un des secteurs qui connaissent la plus rapide augmentation.
OFFRE	
Lieux de pratique	Île de la Visitation Canal de Lachine : écluses, Lieu historique national du Canada du Canal-de-Lachine Moulin Flemming à Lasalle, Lieu historique national du Canada du Commerce-de-la-Fourrure-à-Lachine Musée de Lachine Parc René Lévesque : installations artistiques (sculptures) Lasalle : fondation du moulin à eau Villages de Pointe-Claire et de Sainte-Anne-de-Bellevue Lieu historique national du Canada du Canal-de-Sainte-Anne-de-Bellevue Maison Baudry Maison Saint-Gabriel Musée Pointe-à-Callière
Pré-requis	Vestige patrimonial, installation artistique, interprétation
Développements envisagés	
Contraintes au développement de l'offre	Accessibilité et exiguïté de certains lieux témoins de l'histoire
Services liés	Interprétation, visites guidées
Lois et règlements	Politique du patrimoine de Montréal, lois sur les biens culturels (MCC)
Organismes liés	Héritage Montréal, Tourisme Montréal, Patrimoine Canada, Ministère de la Culture et des Communications

2.12 LES ÉVÉNEMENTS

FICHE ACTIVITÉ : LES ÉVÉNEMENTS CLASSE D'ACTIVITÉS : DOMAINE CULTUREL	
Potentiels de développement et facteurs clés de succès	<p>À Montréal comme dans d'autres grandes villes, les événements sont des occasions uniques pour tourner les regards vers l'eau et éveiller les citoyens à l'utilisation des berges et de l'eau. Des villes comme Québec et Chicago savent bien profiter de leur situation privilégiée en bord d'eau.</p> <p>Mais À Montréal, très peu d'événements profitent des berges et du fleuve, excepté les Feux Loto-Québec, qui peuvent être observés à profit à partir de l'eau</p> <p>Or, le créneau des événements est un élément qui serait très intéressant à exploiter pour rapprocher la population du fleuve et de ses berges et la sensibiliser aux différentes activités possibles. .</p> <p>Toutefois, l'organisation d'événements doit prendre en compte les éventuels conflits d'usage et les nuisances sonores et environnementales pouvant être causés.</p>
DEMANDE	
Fréquentation actuelle à Montréal	Fréquentation de certains événements montréalais : <ul style="list-style-type: none"> - Festival Montréal en Lumière : 400 000 visiteurs - Fête des Neiges : 215 000 visiteurs - Journée des musées montréalais : 95 500
Profil des amateurs	
Les attentes et besoins de la clientèle	<p>Deux types d'événements sont aptes à attirer la clientèle ;</p> <p>1. des événements à grand déploiement qui soient :</p> <ul style="list-style-type: none"> - spectaculaires - conviviaux - sécuritaires <p>2. mais aussi des événements de plus petite envergure qui misent sur l'accessibilité et la participation du public (découverte, apprentissage, création, etc.)</p>
Contraintes au développement du marché	
Impact économique de la pratique	
Clièntèle potentielle au Québec	Lors de la Transat Québec-Saint-Malo, qui a lieu tous les 4 ans, 200 000 personnes visitent le site de la course dans les jours qui précèdent le signal du départ
Tendances	<p>Évènement international : Big Jump</p> <p>« <i>In December 2005, at one time, people will jump into rivers all over Europe. For more clean and living rivers</i> »</p> <p>- 250 000 visitors, 31 rivers, 22 countries, 216 official actions, 240 unofficial spontaneous jumps »</p>
OFFRE	
Lieux de pratique	<p>Les baignades dans le Saint-Laurent (Regroupement Montréal Baignade)</p> <p>Les Feux Loto-Québec (La Ronde)</p> <p>Événements du 24 juin et du 1^{er} juillet en bord d'eau (Vieux-Port, Lachine, parc du millénaire à Dorval, parc des Rapides à Lasalle, parc Centennial à Beaconsfield)</p>
Pré-requis	Organisateur d'évènement : spectacles / animation / festival / concert...
Développements envisagés	
Contraintes au développement	

2. ANALYSE DU RÉSEAU BLEU PAR ACTIVITÉ...

FICHE ACTIVITÉ : LES ÉVÉNEMENTS CLASSE D'ACTIVITÉS : DOMAINE CULTUREL	
de l'offre	
Services liés	Restauration, spectacles
Lois et règlements	
Organismes liés	



CHAPITRE 3

BILAN : MARCHÉS ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

3. BILAN : MARCHÉS ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

Selon les informations disponibles, nous pouvons dresser le portrait sommaire suivant des marchés montréalais et québécois pour les activités liées à l'eau, ainsi que les retombées économiques qui y sont associées.

MARCHÉS ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

AXE	POTENTIEL MONTRÉAL	POTENTIEL QUÉBEC	RETOMBÉES
Détente	En 1994, 30% des montréalais déclaraient fréquenter au moins un parc-nature	n.d.	n.d.
Observation de la nature	À Montréal, on compte 230 000 adeptes de déplacements d'intérêt faunique, dont 48 500 seulement pratiquent dans leur région (soit 21% de la population., contre une moyenne provinciale de 45%) ¹	1,2 million de Québécois font des déplacements d'intérêt faunique	<u>Déplacements d'intérêt faunique, au Québec :</u> - dépenses des adeptes : 303,4 M\$ par an. - dépenses par personne : 253 \$ - emplois créés : 3 379 emplois <u>Loisirs de plein air et déplacements d'intérêt faunique :</u> Dépenses des adeptes : 1,6 MM\$ Emplois créés : 19 035 Valeur ajoutée générée : 862 M\$ Revenus pour les gouvernements : 499 M\$
Loisirs sportifs en bord d'eau	Taux de pratique à Montréal : - des patins à roues alignées : 22,0% - de la course à pied : 21,2% - du vélo sur pistes cyclables : 39,9%	Taux de pratique au Québec : - des patins à roues alignées : 22,7% - de la course à pied : 15,7% - du vélo sur pistes cyclables : 38,7%	Vélo : Les 3200 km de Route verte génèrent des retombées économiques de 95 M\$ par année, dont 15 M\$ pour les gouvernements ²
Baignade	Fréquentation : - Plage du parc Jean-Drapeau : 115 000 en 2005 - Cap-Saint-Jacques : environ 40 000 La notoriété des plages de Montréal auprès des Montréalais : - plage du parc Jean-Drapeau : 43% - plage du Cap-Saint-Jacques : 12% - plage du parc du Bois-de-l'île-Bizard : 1%	En 2002, 9% de la population riveraine du Saint-Laurent, soit près de 268 000 personnes, se sont baignées dans le Saint-Laurent, contre environ 200 000 (6%) en 1995, soit une augmentation de 34,5% en 7 ans	n.d.

¹ Ressources naturelles et Faune Québec

² UQAM, Chaire de Tourisme, Les retombées économiques de la Route verte, mars 2003

3. BILAN : MARCHÉS ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES...

AXE	POTENTIEL MONTRÉAL	POTENTIEL QUÉBEC	RETOMBÉES
Chasse et pêche	n.d.	10% de la population riveraine du Saint-Laurent pratiquent la pêche sportive dans le fleuve ³ Au Québec : - 800 000 pêcheurs - 400 000 chasseurs	Dépenses des adeptes : 1,3 MM\$ Emplois créés : 13 076 Valeur ajoutée générée : 615 M\$ Revenus pour les gouvernements : 323 M\$
Les activités hivernales	Taux de pratique des Montréalais : - du ski de fond : 13,1% - du patin à glace : 20,1% ⁴	Activités hivernales préférées des Québécois ⁵ : - la marche (37%) - le ski de randonnée (21%) - la raquette (6%) La demande touristique pour la saison hivernale atteint 7,68 millions de touristes ⁶	Dépenses des touristes de la saison hivernale : 1,9 milliard de \$
Les sports à voile	Pour la région de Montréal, le nombre d'utilisateurs d'embarcations non motorisées à voile est de 22 000 (1,5%) ⁷	43 000 riverains du Saint-Laurent utilisent une embarcation non motorisée à voile (1,4% de la population riveraine)	Contribution de l'industrie du <u>nautisme</u> calculée en termes de valeur ajoutée sur l'économie du Québec s'élève à 555,2 M\$. Emplois directs et indirects : 12678 personnes-années. Revenus pour les gouvernements : 121,8 M\$. (AQIN 1197) ⁸
Les sports à propulsion humaine	Pour la région de Montréal, le nombre d'utilisateurs d'embarcations non motorisées à rame est de 28 500 (1,9%)	57 000 riverains du Saint-Laurent utilisent une embarcation non motorisée à rames (1,9% de la population riveraine)	
Les activités nautiques motorisées	Pour la région de Montréal, le nombre d'utilisateurs d'embarcations motorisées est de 104 100 (7,0%)	275 000 riverains (9,4%) pratiquent la navigation motorisée	
Le tourisme nautique	Parmi les <u>plaisanciers québécois, ontariens et américains</u> qui ont visité le Québec, 64,6% ont fréquenté la voie Montréal-Sorel-Québec, et 12,2% le lac des Deux-Montagnes		Recettes du tourisme nautique et de la navigation de plaisance au Québec : 2001-2002 : 52 M\$ Prévisions 2007 : 177 M\$.

³ *Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine*

⁴ *Zins Beauchesne et associés, les sociostyles québécois, 2000*

⁵ *Réseau de veille en tourisme, 15 septembre 2004*

⁶ *Les Affaires, le Québec défend vigoureusement son hiver, 1^{er} janvier 2005*

⁷ *Suivi des usages et des perceptions du Saint-Laurent par la population riveraine*

⁸ *Dans le Les Amis de la vallée du Saint-Laurent, Guide écologique du nautisme sur le Saint-Laurent, juin 2000, page 22*

3. BILAN : MARCHÉS ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES...

AXE	POTENTIEL MONTRÉAL	POTENTIEL QUÉBEC	RETOMBÉES
Les croisières excursions	68 500 adeptes de croisières dans la région de Montréal (4,6%)	140 000 adeptes de croisières parmi la population riveraine du Saint-Laurent (4,8%),	n.d.
Le patrimoine	Taux de fréquentation de sites historiques et de monuments du patrimoine au sein de la population montréalaise : 41,2% ⁹ En 1996, Montréal a accueilli près de deux millions de visiteurs culturels ¹⁰	Taux de fréquentation de sites historiques et de monuments du patrimoine au sein de la population québécoise : 38,9%	n.d.
Les événements	Dépend des événements (quelques dizaines ou centaines de milliers, selon les festivals)	n.d.	Selon les événements

⁹ Ministère de la Culture et des Communications

¹⁰ Tourisme Montréal



CHAPITRE 4

DIAGNOSTIC : LES POTENTIELS DE DÉVELOPPEMENT

4. DIAGNOSTIC : LES POTENTIELS DE DÉVELOPPEMENT

Le Réseau bleu constitue une chance unique pour Montréal. Avec plus de 315 km de berges (pour l'ensemble de ses îles), dont 131 km accessibles, Montréal possède un atout majeur que peu de villes partagent. Le défi pour Montréal est de convertir cet atout naturel en véritable force distinctive de la ville, en offrant des infrastructures, services et événements qui répondent à une demande réelle des citoyens et des visiteurs pour un contact plus grand avec l'eau, en l'occurrence, le fleuve et ses berges.

L'analyse de l'offre existante et de la demande actuelle et potentielle révèle un certain nombre de potentiels de développement pour le Réseau bleu. Celui-ci se situe en effet au confluent de plusieurs tendances favorables liées à l'évolution de la démographie (baby-boomers) et des comportements de loisirs (attirait pour la nature et la culture, convivialité, loisirs, désir de vivre des expériences nouvelles, désir de s'informer et d'apprendre).

Ces différents potentiels présentent des degrés de priorité différents selon certains critères tels que le niveau de la demande, les tendances de la demande, l'accessibilité et les investissements requis. Ainsi, nous proposons de favoriser les produits et activités qui répondent à une demande exprimée forte, qui ne présentent pas de barrière à l'entrée en matière de coût d'équipement ou de niveau de connaissance, qui sont accessibles à un grand nombre et qui peuvent être développés à moindre coût.

Ainsi, la hiérarchie proposée des potentiels de développement du Réseau bleu est la suivante¹ :

- les activités sur la rive
- la baignade
- les sports nautiques à propulsion humaine
- les activités hivernales
- le patrimoine
- les événements
- les sports à voile

¹ *les activités très accessibles, ayant une forte demande et nécessitant peu d'investissements ont été privilégiées.*

- les croisières excursions
- le tourisme nautique
- les activités nautiques motorisées

Les sections suivantes présentent ces différents produits et activités et les raisons justifiant le potentiel qu'ils représentent.

LES POTENTIELS D'ACTIVITÉS LIÉES À L'EAU

Axe 1 : les activités sur la rive (observation et loisirs sportifs)

Beaucoup d'activités permises par l'existence du Réseau bleu à Montréal s'inscrivent dans la très forte tendance liée à la popularité **croissance de l'écotourisme**. Le terme « écotourisme » n'exclut bien entendu pas dans notre vision les habitants de Montréal. Ce terme reflète en fait une évolution des attentes de la population, qu'il s'agisse d'activités à faire dans le cadre d'un voyage ou d'une simple excursion hors de chez soi. Il fait référence aux activités qui visent à **découvrir un milieu naturel** tout en **préservant son intégrité**, qui comprennent un volet d'interprétation des composantes naturelles ou culturelles du milieu, qui favorisent une attitude de respect envers l'environnement, qui font appel à des notions de développement durable et qui entraînent des bénéfices socioéconomiques pour les communautés locales et régionales².

L'écotourisme, dont la croissance annuelle se situe entre 10% et 30% par an³, prend notamment appui sur les activités suivantes :

- randonnée, promenade
- ornithologie et observation en général
- vélo sur piste cyclable

² Source : *Aventure Écotourisme Québec*

³ *Établissement d'un profil des touristes d'aventure et des écotouristes pour chacun des principaux marchés géographiques du Québec, Chaire de tourisme de l'UQAM, mars 1999.*

- kayak, canot, nautisme, excursions en bateau
- ski de fond
- raquette

On le voit, il s'agit typiquement d'activités de prédilection dans les parcs-nature de la ville de Montréal, mais aussi, à un stade plus ou moins développé dans les autres parcs situés sur la rive.

Montréal est donc dans une position privilégiée pour profiter de cette tendance. Cependant, il est important de structurer et parfaire l'offre afin de capter tout le potentiel existant. Ceci passe notamment par :

- l'accessibilité;
- les infrastructures d'accueil (stationnement, location d'équipement, cartes, toilettes, casse-croute);
- l'interprétation (panneaux, dépliants, guides audio, etc.);
- l'offre de sentiers pour tous les besoins (promenade à pied, vélo, ski de fond, raquette) en faisant attention aux éventuels conflits d'usage.

Pour de telles activités, qui peuvent aussi se dérouler dans un autre environnement que les bords du fleuve, la proximité de l'eau est un atout particulier, un véritable effet de levier qui multiplie le pouvoir d'attraction des lieux d'activités. Les rivières et plans d'eau attirent aussi une **clientèle d'observateurs, de randonneurs et de promeneurs**, intéressés par les paysages offerts dans ces milieux. Pour illustrer l'importance de l'eau, mentionnons que selon une étude de l'American Recreation Coalition, pour 40% des Américains, l'endroit idéal pour prendre quelques jours de vacances doit être situé à proximité d'un plan d'eau⁴.

On note d'ailleurs une **tendance mondiale à se rapprocher des berges** pour profiter du contact visuel avec l'eau, même sans pouvoir y mettre les pieds. Le succès depuis

⁴ Roche Deluc Delcan, *PDI de la rivière des Outaouais, Ville de Gatineau, Ville d'Ottawa, CCN, Conseil régional de développement de l'Outaouais, Société de diversification économique de l'Outaouais, septembre 2003.*

trois ans de l'opération Paris Plage où une partie des berges de la Seine sont aménagées temporairement comme une plage, et sa réplique maintenant dans de nombreuses autres villes européennes, en sont des exemples très révélateurs.

Enfin, notons une clientèle particulière parmi les amateurs d'activités douces : les amateurs **d'observation de la nature**. Ceux-ci se divisent en deux groupes. D'une part, des gens passionnés, prêts à dépenser beaucoup et à se déplacer de loin pour observer la nature, et en particulier les oiseaux. Mais aussi, d'autre part, une très vaste clientèle d'amateurs moins connaisseurs qui ont néanmoins un intérêt très grand pour les oiseaux et apprennent à les regarder et les reconnaître. La popularité de l'observation de la nature, et particulièrement des oiseaux, est en forte croissance. Si les données statistiques ne le montrent pas encore, il n'y a pas de doute que la présence médiatique de ces activités est en forte croissance. L'observation d'oiseaux donne d'ailleurs lieu à plus d'une centaine de festivals aux États-Unis.

Montréal a beaucoup à offrir à ces clientèles, qui recherchent les bords d'eau pour leur observation (lieu de pratique pour 69% d'entre eux, selon l'étude *Birding in the United States*, soit le deuxième milieu naturel préféré après les bois). Les plus férues d'entre elles communiquent par le biais de clubs ou de sites Internet (par exemple Info-Oiseaux Grande région de Montréal⁵) pour savoir où et quoi observer. Pour les autres, des activités d'éveil et d'interprétation permettraient de répondre à un besoin existant. Parmi les amateurs d'observation de la nature, les photographes représentent par ailleurs un groupe spécifique.

Axe 2 : la baignade

Le spectaculaire succès de la plage du parc Jean-Drapeau durant la saison estivale 2005 (115 000 visiteurs, contre 75 000 en 2004 et 68 000 en 2003) témoigne bien de l'intérêt des Montréalais pour la baignade. Le taux de pratique général de la baignade dans le Saint-Laurent par les riverains du fleuve était aussi en croissance de 34,5% entre 1995 et 2002.

⁵ <http://www.cam.org/~postigny/ObsMtl/>

Le témoignage suivant, sur le site Internet du journal Voir, reflète certainement très bien l'avis d'une grande partie de la population :

« Je crois bien qu'il sera possible de se baigner dans le fleuve à proximité de Montréal. On doit penser aux retombées économiques que pourrait entraîner une plage au centre de Montréal. Si on y ajoute des sports aquatiques et motorisés, on pourrait s'attendre à mettre Montréal sur la carte des plus belles villes à visiter l'été ».

Le désir de se rapprocher de l'eau et de la toucher est amplifié lors des étés très chauds, comme ce fut le cas en 2005.

Mais des **freins importants existent**, qui sont principalement les craintes par rapport à la **qualité de l'eau** et le fait de **ne pas connaître de lieux de baignade** à proximité du domicile. Et de fait, il n'existe que trois plages officielles à Montréal : la plage du parc Jean-Drapeau, très connue et très fréquentée, qui bénéficie d'une programmation étoffée (événements) et les plages des parcs Cap-Saint-Jacques et Bois-de-l'île-Bizard, beaucoup moins connues et fréquentées, mais aussi plus loin des bassins de population de Montréal et moins accessibles en transport en commun (ligne de bus et non de métro).

Deux axes d'action se dessinent donc :

- faire connaître les plages existantes, les moyens de s'y rendre et les activités pouvant s'y pratiquer
- développer de nouveaux sites de baignade sur le pourtour de l'île, afin de permettre aux habitants des divers arrondissements d'accéder facilement à une plage.

Axe 3 : les sports à propulsion humaine

Un article récent du magazine L'Actualité faisait le récit du Tour de l'île de Montréal en kayak entrepris par un journaliste. Véritable épopée, cet article révélait plusieurs aspects du canotage à Montréal :

- on peut faire des sports à rame sur le fleuve à Montréal;
- c'est une activité passionnante, qui offre des panoramas sur des paysages superbes :

« Crépuscules chatoyants, baignades dans de belles eaux, descentes excitantes. En prime, 300 envolées de canards, 150 hérons prenant la pose, 50 truites sauteuses, 38 clochers et 21 ponts.⁶ »

- de nombreux obstacles existent, naturels dans certains cas (vents, courants), mais aussi notamment du fait du manque d'adaptation à cette activité de certains passages (impossibilité de porter).

La demande pour les activités nautiques non motorisées au Québec est élevée. L'affluence dans les lacs des parcs de la province en témoigne. Mais la pratique du canot et du kayak est peu répandue à Montréal.

Une initiative intéressante à cet égard a été menée au centre nautique Sophie-Barat, dans Ahuntsic. Ce projet a suscité beaucoup d'espoir pour le développement de services de qualité aux citoyens, mais aussi pour le pouvoir d'attraction touristique de l'arrondissement. Cependant en août 2005, la fermeture du centre, faute de soutien politique et financier, a été annoncée.

Relativement faciles d'accès, les sports à propulsion humaine sur le Saint-Laurent offrent donc un potentiel intéressant, à condition de mettre à la disposition des usagers du matériel en location et des services d'initiation et de guide, et ce, dans les divers arrondissements de la ville.

Axe 4 : les activités hivernales

Soutenues par des progrès technologiques constants qui permettent d'alléger l'équipement tout en le rendant plus performant, les activités hivernales font l'objet d'une demande croissante. La pratique du ski de fond est déjà bien répandue, et à Montréal, plusieurs kilomètres de sentiers existent, notamment dans les grands parcs. Quant à la pratique de la raquette, elle croît très rapidement, tant en Amérique qu'en Europe, et profite d'un développement rapide de l'offre de sentiers.

Si les Canadiens sont reconnus pour être, chez les habitants de pays nordiques, parmi ceux qui savent le moins bien profiter de l'hiver et de ses potentiels et qui le célèbrent

⁶ Nadeau, Jean-Benoît, *L'autre tour de l'île*, septembre 2003.

le moins, on observe tout de même une tendance à un certain rattrapage, comme en témoignent d'ailleurs le développement et la popularité des événements hivernaux (Carnaval de Québec, Bal des Neiges à Ottawa, Montréal en Lumières, la Fête des Neiges à Montréal).

Le Réseau bleu peut participer à ce mouvement, en offrant des activités sur l'eau ou en bord de l'eau, propices à profiter des attraits de la saison blanche. Les diverses activités hivernales qui permettent, en hiver, de profiter de somptueux panoramas, sont le ski de fond et la raquette, dont les amateurs, comme pour le vélo et la marche, recherchent des paysages remarquables, l'observation d'oiseaux, le patinage, la pêche blanche.

Axe 5 : le patrimoine

Preuve de son attrait grandissant, la culture est un segment du tourisme qui connaît la plus forte croissance. Elle répond à un besoin exprimé des clientèles excursionnistes et touristiques d'en apprendre plus sur l'histoire des lieux, des gens, des métiers... Les visites culturelles s'inscrivent bien comme activités complémentaires avec les activités douces comme le vélo, la marche, le ski de fond.

Un certain potentiel existe donc à valoriser le patrimoine lié à l'eau, en complémentarité des activités que l'on peut pratiquer sur les berges. Le patrimoine historique de Montréal lié à l'eau mérite d'être mis en valeur, car c'est bien par l'eau que tout a commencé à Montréal. Un lien pourrait d'ailleurs être fait avec d'autres vestiges de la colonisation en dehors de l'île, comme à l'île Saint-Bernard, où des croisières historiques animées sont organisées l'été pour faire connaître l'œuvre et la vie de Marguerite d'Youville.

Axe 6 : les événements

À Montréal comme dans d'autres grandes villes, les événements sont des occasions uniques pour tourner les regards vers l'eau et éveiller les citoyens à l'utilisation des berges et de l'eau.

Ainsi, suite à la saison estivale 2004, le directeur général du parc Jean-Drapeau, Marcel Caron, notait : « *Nous nous réjouissons de l'augmentation d'environ 10% de la fréquentation à la plage par rapport à 2003. Nous pensons que cette hausse est en partie attribuable à la riche programmation qui a été déployée à chaque fin de semaine au cours de la saison estivale* ». De même, dans les villes comparables étudiées, les événements semblent avoir un rôle moteur dans le rapprochement des citoyens avec les bords d'eau. Ainsi, à Québec, lors de la **Transat Québec-Saint-Malo**, qui a lieu tous les 4 ans, 200 000 personnes visitent le site de la course dans les jours qui précèdent le signal du départ. À Chicago, le nouveau marathon, **Lakeshore Marathon**, qui prend place depuis trois ans le long de la rive du lac Michigan, doit en grande partie son succès à son environnement naturel aquatique.

*Chicago's new event tradition, the **Lakeshore Marathon**. In its 3rd year, the Lakeshore Marathon has evolved from an idea to provide a spring marathon for Chicago, Illinois and Midwestern runners, to one of the most beautiful and relaxing community driven marathons in the country. Already, runners from every state and 25 countries have participated in the event. The Lakeshore Marathon is an incredibly scenic, friendly and fun marathon through Burnham, Grant, and Lincoln Parks along Chicago's picturesque shore. This 26.2 mile run highlights 3 wildlife sanctuaries, 7 beaches, 5 harbors, and famed Chicago landmarks, including the newly renovated Soldier Field, Navy Pier McCormick Place, Lincoln Park Zoo, and Museum Campus, home to the Field Museum, Shedd Aquarium, and Adler Planetarium*

À Montréal, très peu d'événements profitent des berges et du fleuve, excepté les Feux Loto-Québec, qui peuvent être observés à profit à partir de l'eau. Le créneau des événements est un élément qui serait très intéressant à exploiter pour rapprocher la population du fleuve et de ses berges et la sensibiliser aux différentes activités possibles. Toutefois, l'organisation d'événements doit prendre en compte les éventuels conflits d'usage et les nuisances sonores et environnementales pouvant être causées.

Axe 7 : les sports à voile

Avec 10 écoles de voile, 10 clubs de voile et 16 marinas, Montréal semble bien pourvue pour la pratique des sports à voile.

Certes, l'essentiel de ces infrastructures se retrouve dans la partie ouest de l'île, face aux lacs Saint-Louis et des Deux-Montagnes, qui sont les types de plans d'eau recherchés pour la pratique de la voile. Mais c'est aussi dans cette partie de l'île que

l'on retrouve les habitants correspondant le plus au profil des amateurs de voile (revenus supérieurs à la moyenne).

La contrainte principale pour la pratique de la voile reste le niveau de l'eau, notamment au Lac Saint-Louis. La tendance à la baisse du niveau d'eau réduit le nombre d'espaces disponibles et présente des risques pour les bateaux.

Axe 8 : les croisières-excursions

Les différents types de croisières et excursions proposés sur le fleuve offrent de nombreux avantages :

- ils permettent une première approche encadrée des plaisirs du fleuve, une sensibilisation à son existence et aux loisirs pouvant s'y dérouler;
- ils offrent un divertissement original et une expérience festive, notamment pour les groupes;
- ils créent sur le fleuve de l'animation et un véritable spectacle.

À Montréal, comme dans les autres villes comparables (notamment Chicago, Québec), l'offre bien développée et diversifiée propose différents types d'expériences (selon l'ambiance, la thématique et le type d'embarcation) et s'adresse à différents types de clientèles (familiales, touristiques, corporatives, de groupe, etc.).

L'activité de croisières et excursions sur le fleuve devrait donc continuer à se développer et viser à rejoindre une clientèle toujours plus grande, avec des produits à la fois traditionnels (croisière-souper) et audacieux (saute-mouton, etc.).

Un autre aspect intéressant des croisières est les bateaux de croisières qui accostent à Montréal. Ces grands bateaux blancs créent un spectacle unique qui, dans d'autres villes comme Québec, est particulièrement médiatisé et remarqué. À Montréal, toutefois, leur visite passe davantage inaperçue.

Axe 9 : le tourisme nautique

Relevant à la fois du nautisme motorisé et à voile, mais se distinguant à plusieurs chapitres de ces activités lorsqu'elles sont pratiquées par les amateurs habitant Montréal ou la région, ce qui justifie d'en faire un axe de développement spécifique, le tourisme nautique offre des perspectives prometteuses pour Montréal.

Actuellement, la fréquentation du Québec est peu répandue parmi les clientèles ontariennes et américaines. Mais des efforts pour développer ce domaine pourraient être entrepris, afin de situer stratégiquement **Montréal comme destination de tourisme nautique dans le Nord-Est de l'Amérique.**

La ville bénéficie pour cela de plusieurs atouts⁷, tels que sa proximité par rapport aux plans d'eau et aux voies navigables, la présence et le rayonnement du Vieux-Port et du Vieux-Montréal, la proximité du centre-ville. Mais la contrainte majeure du côté de l'offre est le trop faible nombre d'espaces à quai pour cette clientèle de passage. De plus, les destinations nautiques au Québec manquent de notoriété auprès des clientèles extérieures.

Avec l'arrivée progressive à la retraite des baby-boomers, qui disposeront de temps libre et de moyens financiers conséquents, le tourisme nautisme représente une opportunité formidable que Montréal devrait saisir. Le tourisme nautique présente de plus l'avantage d'offrir des complémentarités avec les activités patrimoniales, culturelles, festives, qui composent l'offre touristique globale de la ville.

Axe 10 : les activités nautiques motorisées

Les sports nautiques à moteur intéressent environ 7% des riverains du Saint-Laurent dans la région de Montréal. Le taux de pratique des sports nautiques motorisés (motomarine, ski nautique) est de l'ordre de 5% à Montréal.

⁷ DBSF, *Plan stratégique du réseau nautique québécois*, février 2002.

Les sports nautiques motorisés présentent donc un intérêt auprès d'un certain segment de population. Mais le développement de ces activités doit être contrôlé, à cause de conflits d'usage que cela crée et des nuisances sonores et environnementales.

RÉCAPITULATIF

Les différents potentiels présentés comportent tous à la fois des éléments positifs, qu'ils soient des atouts internes ou des opportunités externes, et des éléments négatifs - contraintes internes ou menaces externes -, qui sont résumés dans le tableau ci-dessous.

RÉCAPITULATIF DES AXES DE DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU BLEU

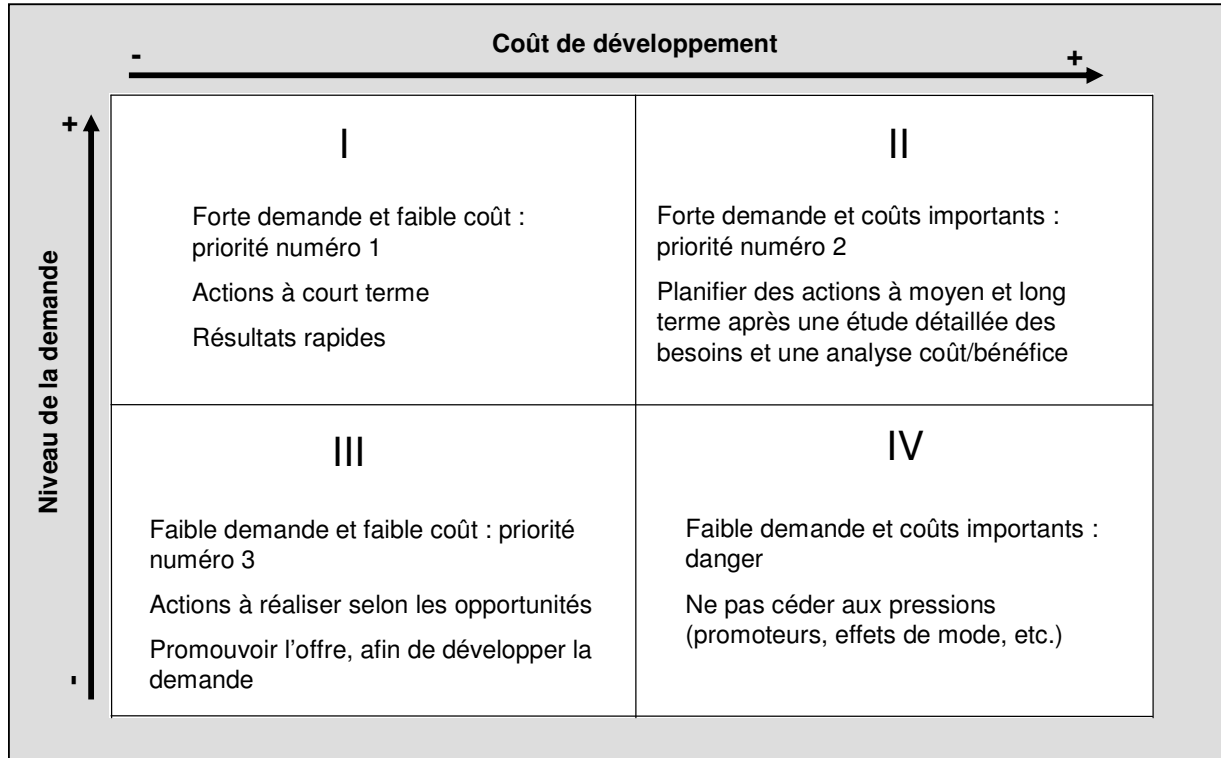
AXE	ÉLÉMENTS POSITIFS	ÉLÉMENTS NÉGATIFS
Les activités sur la rive (détente, observation de la nature, loisirs sportifs en bord d'eau)	Existence de grands parcs sur les berges Croissance de l'écotourisme Attrait particulier de l'ornithologie Tendance mondiale à vouloir profiter davantage des bords de l'eau Attentes des baby-boomers en matière de loisirs (activités douces)	
Baignade	Croissance de la fréquentation des plages de Montréal et du taux de baignade dans le fleuve par ses riverains	Incertitudes concernant la qualité de l'eau Manque d'information sur les lieux de baignade Considérations techniques (aménagement, etc.)
Les sports à propulsion humaine	Demande élevée pour les sports à propulsion humaine Montréal offre un cadre naturel très intéressant (paysages, faune et flore)	Méconnaissance des possibilités existant à Montréal pour la pratique de ces sports Conflits d'usage avec les sports motorisés Danger de la navigation sur le fleuve Peu d'infrastructures adéquates en dehors du canal Lachine (notamment fermeture du centre Sophie-Barat qui proposait un accès à la rivière des Prairies) Tributaire de la volonté des arrondissements
Les activités hivernales	Croissance de la demande (notamment la raquette) Progrès technologique, matériel de plus en plus performant Succès des événements hivernaux (Montréal, Québec, Ottawa)	Très faible exploitation des activités hivernales sur les berges et sur le fleuve à Montréal (raquette, patin à glace, pêche blanche, ski de fond, traîneau à chiens)
Les événements	Succès des événements permettant de profiter de l'eau ou des berges dans d'autres	Très faible développement des événements liés à l'eau à Montréal

4. DIAGNOSTIC : LES POTENTIELS DE DÉVELOPPEMENT...

AXE	ÉLÉMENTS POSITIFS	ÉLÉMENTS NÉGATIFS
	villes (Québec, Chicago) Recherche d'expériences festives par la population et les touristes Positionnement international de Montréal sur le créneau des événements et festivals	Risque de conflits d'usages, nuisances sonores et environnementales potentielles
Le patrimoine	Croissance rapide du tourisme culturel Volonté d'apprendre (histoire, patrimoine, modes de vie, etc.) Complémentarité avec les activités douces (possibilité de circuits, même profil de clientèle) Possibilité de jumelage avec des attraits complémentaires en dehors de la ville	Valorisation insuffisante de l'histoire liée à l'eau à Montréal
Les sports à voile	Bon niveau de développement (écoles, clubs, marinas)	Menace liée au niveau de l'eau Barrière à l'entrée importante (coût de l'équipement, connaissances requises)
Les croisières	Première approche encadrée du fleuve Sensibilisation aux loisirs liés au fleuve Véritable spectacle depuis les berges Offre existante bien développée et diversifiée	Faible mise en valeur des bateaux de croisières en escale à Montréal
Les activités nautiques motorisées	Intérêt d'un segment de la population Expérience grisante recherchée par une partie de la population	Risques de conflits d'usage Nuisances sonores et environnementales Menace externe liée au coût de l'essence
Le tourisme nautique	Fort potentiel de développement (baby-boomers) Pouvoir d'attraction de Montréal pour les touristes nautiques	Manque de place à quai dans les marinas de l'île

L'analyse de la situation de réseau bleu révèle, on l'a vu, de nombreuses opportunités. Pour les saisir, les projets de développement concernant les différentes activités devront être considérés en fonction de la demande, d'une part, et des coûts de développement, d'autre part, selon la matrice présentée à la page suivante.

MATRICE D'ANALYSE DES PROJETS





DOMAINES D'AFFAIRES

CHAPITRE 5

5. DOMAINES D'AFFAIRES

Chaque activité qui compose le Réseau bleu s'inscrit au sein d'un véritable domaine d'affaires qui se définit par :

- des clientèles;
- des besoins en produit de base, équipements, organisation, information;
- les types d'intervenants requis pour offrir ce service;
- leurs interactions.

C'est dans ce contexte complet que chaque activité doit être appréhendée de manière à planifier et coordonner son développement, à intéresser des partenaires et saisir les opportunités.

Les domaines d'affaires pour les différentes activités identifiées sont donc présentés dans les pages suivantes.

DOMAINE	CLIENTÈLES CIBLES	EXPÉRIENCE RECHERCHÉE	INFORMATION RECHERCHÉE	PRODUIT DE BASE	ÉQUIPEMENT	ORGANISATION	ACCESSIBILITÉ	ENCADREMENT PARTENAIRES
Détente en nature (pique-niques, jeux)	Tous les Montréalais Particulièrement ceux qui n'ont pas de chalet	Détente Relaxation Plaisir amical ou familial	Parcs et tables de pique nique	Aire verte avec vue sur le fleuve	Table à pique-niques Aire de jeux Barbecue		Stationnement Ligne de bus	Parcs Arrondissements
Loisirs en bord d'eau (activités douces)	Amateurs de promenade, vélo	Promenade Santé	Sentiers, circuits, liens	Parc Sentiers		Cartes des sentiers, topoguide Services de base (dépanneur, toilettes) Location vélo, rollers, équipements de protection, siège ou carriole pour enfants Interprétation (panneaux, guide écrit d'interprétation, carte interprétative) Randonnées organisées, guide animateur Activités complémentaires (baignade, ornithologie, mycologie)		Parcs Club de troisième âge

DOMAINE	CLIENTÈLES CIBLES	EXPÉRIENCE RECHERCHÉE	INFORMATION RECHERCHÉE	PRODUIT DE BASE	ÉQUIPEMENT	ORGANISATION	ACCESSIBILITÉ	ENCADREMENT PARTENAIRES
Observation de la nature	Passionnés d'observation Amateurs d'observation	Observation des animaux (hérons, oiseaux migrateurs, etc.)	Lieux propices à l'observation, espèces observées	Aire naturelle calme en bord d'eau	Bancs Belvédère Panneaux explicatifs Location de jumelles Consultation de guide sur les habitudes des espèces observées	Interprétation Explication sur les milieux de vie Cartes des lieux d'observation et des espèces pouvant être observées	Stationnement Ligne de bus	Parcs
Baignade	Tous les Montréalais Particulièrement ceux qui n'ont pas de chalet	Contact de l'eau Rafraîchissement	Liste des sites de baignades surveillées et non surveillées, horaires Conditions (eau)	Plage	Location de matériel de plage	Surveillance	Stationnement Ligne de bus	Parcs Société des gens de baignade Suivi de la qualité de l'eau
Pêche	Amateurs de pêche - personnes ayant de l'expérience - personnes sans expérience, nécessitant des instructions et explications	Détente, relaxation Trophée	Lieux de pêche, espèces, possibilité de manger les poissons pêchés	Accès à l'eau de style ponton	Location de cannes à pêche	Ventes d'accessoires	Stationnement Ligne de bus	Association de pêcheurs

DOMAINE	CLIENTÈLES CIBLES	EXPÉRIENCE RECHERCHÉE	INFORMATION RECHERCHÉE	PRODUIT DE BASE	ÉQUIPEMENT	ORGANISATION	ACCESSIBILITÉ	ENCADREMENT PARTENAIRES
Sports à voile	- Propriétaires de bateau à voiles - Amateurs souhaitant louer un bateau à voiles - Cours de voile - Touristes nautiques (<i>voir sports nautiques motorisés</i>)	Expérience de navigation de plaisance sécuritaire	Localisation et conditions d'accès et d'admissibilité des clubs et écoles Services offerts par les marinas	Marina	Marina : qualité infrastructures, commodités sur place, présence de services techniques	Cours Compétitions Régates Évènements	Stationnement Ligne de bus	Yacht club École de voile
Sports à propulsion humaine	Amateurs de canot, kayak, pédalo, avec ou sans équipement	Découverte du fleuve, canotage	Lieux de pratique sécuritaire Lieux de location	Accès à l'eau légèrement aménagé	Location de matériel	Cours Initiation Compétition Évènements	Stationnement Ligne de bus	Clubs Association
Sports nautiques motorisés	Amateurs de motomarine, ski nautique	Excitation Sensations fortes	Lieux de pratique libre ou contrôlée	Rampe de mise à l'eau	Marina : qualité des infrastructures, commodités sur place, présence de services techniques	Compétition Évènements Contrôle de la pratique (conflits d'usage)	Stationnement Ligne de bus	Clubs
	Touristes nautiques	Expérience touristique	Disponibilité de places dans les marinas et de services	Marina				
Croisières	Groupes (associations, entreprises, etc.) Touristes	Découverte alternative de la ville Activité de groupe	Horaires et types d'excursions	Plans d'eau propices aux croisières Paysages			Stationnement Ligne de bus Navette avec le centre-ville	Entreprise de croisières et excursions Tourisme Montréal

DOMAINE	CLIENTÈLES CIBLES	EXPÉRIENCE RECHERCHÉE	INFORMATION RECHERCHÉE	PRODUIT DE BASE	ÉQUIPEMENT	ORGANISATION	ACCESSIBILITÉ	ENCADREMENT PARTENAIRES
Événements	Habitants de Montréal Touristes	Expérience festive	Programmation			Promoteur Commanditaires	Stationnement Ligne de bus	Promoteurs Commanditaires
Patrimoine	Amateurs de culture Personnes pratiquant une autre activité liée au réseau bleu (vélo, promenade...) Touristes	Apprentissage Découverte	Lieux de visite, horaires, autres activités à proximité	Témoignage du passé	Support à la visite (dépliant, guide, etc.)	Centre d'interprétation, musée, vestige, etc. Circuit thématique	Stationnement Ligne de bus Intégration à un circuit	Tourisme Montréal Ville de Montréal, service culturel



CONCLUSION

CHAPITRE 6

6. CONCLUSION : BESOINS D'INFORMATION

Cette étude fait le point sur l'information existante concernant l'offre et la demande reliées aux différents produits et activités du Réseau bleu. L'information existante nous permet de déterminer des axes d'orientation et de dessiner des domaines d'affaires, au sein desquels s'inscrit la dynamique du produit et le lien entre le service offert et son utilisation par la population.

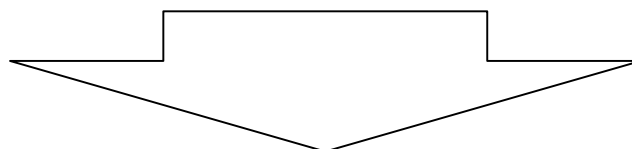
Cependant, pour aller plus loin, il serait intéressant de recueillir davantage d'information, notamment au sujet des clientèles montréalaises, de leurs besoins et de leur intérêt pour les divers produits proposés le long des berges de Montréal et sur l'eau.

Le tableau suivant fait donc le point, en guise de conclusion, sur les efforts de recherche d'information qui pourraient être entrepris afin de préciser la connaissance de la dynamique du Réseau bleu de Montréal.

RÉSEAU BLEU : LES BESOINS EN INFORMATION

PRODUIT	CONCERNANT LA DEMANDE	CONCERNANT L'OFFRE ET SON ORGANISATION
La détente	Importance d'un parc en bordure de l'eau par rapport à un autre parc Type d'aménagements recherchés	Capacité à créer de nouveaux parcs, à relier entre eux certains petits parcs
L'observation de la nature	Atouts et contraintes de Montréal pour l'observation, aux yeux de la population (faible pratique sur l'île en comparaison de la province) Notoriété de sites d'observation d'oiseaux	Potentiels de Montréal relatifs à l'ornithologie
La baignade	Intérêt de la population pour des plages à Montréal, en fonction de la localisation de la plage et du lieu de résidence des Montréalais Attentes envers une plage : Se tremper les pieds ? Se baigner ?	Les freins et contraintes à développer de nouvelles plages Les actions ou organismes pouvant faciliter la création de nouvelles plages
La chasse et la pêche	Existence d'une clientèle intéressée par la chasse et la pêche à Montréal - attentes de cette clientèle	
Les activités hivernales	Intérêt de la population pour la pratique d'activités hivernales à Montréal : Lesquelles ? Où ? Quelles infrastructures ?	Les possibilités relatives aux activités hivernales à Montréal (pêche blanche, patin sur le fleuve)
Les sports à voile	Demande pour les sports à voile dans la partie est de l'île (mal desservie en clubs et marinas)	Adéquation des équipements actuels (qualité, taille) avec les besoins des utilisateurs
Les sports à propulsion humaine	Intérêt de la population à pratiquer ces sports à Montréal. Où ? À quelles conditions ? Freins ?	Accès et circuits potentiels (sécurité de la navigation) autour de l'île
Les sports nautiques motorisés	Tendance de la demande (croissance ? décroissance ?) Localisation de la demande à Montréal ?	Adéquation des installations avec les besoins des utilisateurs

PRODUIT	CONCERNANT LA DEMANDE	CONCERNANT L'OFFRE ET SON ORGANISATION
	Équipements et services requis ? Perception des non-utilisateurs ?	
Les croisières excursions		Adéquation de l'offre à la demande (variété, thématique, accès, horaire)
Le patrimoine	Intérêt des Montréalais et des touristes pour les visites patrimoniales sur l'île Intérêt pour des circuits combinant loisirs sportifs et patrimoine	Inventaire de l'ensemble du patrimoine pouvant être relié au Réseau bleu
Les événements	Intérêt des touristes et des résidents envers des événements liés à l'eau. Lesquels ? De quelle envergure ?	Risque de conflits d'usage ?



Selon les informations recherchées, les moyens à mettre en œuvre seraient :

- sondage auprès de l'ensemble des résidents de Montréal (intérêt et intention de participation par rapport à diverses propositions, préférences (horaires, lieu, saison, etc.))
- sondage auprès de certains usagers portant sur les services, les infrastructures, l'organisation, etc. (p. ex. : sports nautiques, activités hivernales, etc.)
- groupe de discussion avec certaines clientèles pour discuter en profondeur des préférences, motivations et freins par rapport à l'utilisation des ressources du Réseau bleu
- enquête auprès des organismes faisant partie d'un domaine d'affaire (p. ex. : clubs d'ornithologie, de marche, de voile, etc.)



RÉPARTITION DE L'OFFRE PAR BASSIN GÉOGRAPHIQUE

ANNEXE 1

ANNEXE 1 : OFFRE DU RÉSEAU BLEU PAR BASSIN GÉOGRAPHIQUE

Cette annexe présente la répartition de l'offre associée au Réseau bleu selon cinq zones géographiques :

- le lac Saint-Louis, à l'est de l'île, dont sont riverains les arrondissements de Beaconsfield-Baie-d'Urfé, Pointe-Claire, Dorval-l'île-Dorval et Lachine;
- le lac des Deux-Montagnes, face à Oka, qui touche les arrondissements de Pierrefonds-Senneville, L'Île-Bizard - Sainte-Geneviève - Sainte-Anne-de-Bellevue;
- la rivière des Prairies, en face de Laval, le long des arrondissements Ahuntsic-Cartierville, Montréal-Nord et Rivière-des-Prairies - Pointe-aux-Trembles - Montréal-Est;
- le corridor fluvial entre Montréal et Boucherville, incluant le Vieux-Port et les îles Notre-Dame et Sainte-Hélène (arrondissements de Rivière-des-Prairies - Pointe-aux-Trembles - Montréal-Est, Mercier-Hochelaga-Maisonneuve et Ville-Marie);
- le bassin de la Prairie et du canal de Lachine Lasalle, qui borde les arrondissements de Verdun, Sud-Ouest, incluant le canal de Lachine.

INSÉRER DOCUMENT RÉSEAU BLEU PAR BASSIN

