

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

DÉVELOPPEMENT D'UN PLAN VISANT LE TOURISME DE NATURE ET CULTUREL : L'EXEMPLE DE LA
MUNICIPALITÉ DE RIVIÈRE-AU-TONNERRE

RAPPORT D'INTERVENTION DE RECHERCHE

PRÉSENTÉ(E)

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

PAR

AFFOUET ESTELLE KANTE

AVRIL 2022

REMERCIEMENTS

Ma maîtrise en développement du tourisme été une réussite grâce à plusieurs personnes, de ce fait ce rapport d'intervention me donne l'occasion exprimer mes remerciements.

Tout d'abord je souhaite remercier ma famille qui m'a soutenu durant mon expérience au Québec et plus particulièrement dans les moments difficiles liés au contexte pandémique de la COVID-19.

Je tiens à remercier mon directeur de recherche Benoit Duguay qui m'a accompagné et soutenu tout au long de mon parcours et dont les connaissances et conseils ont contribué au succès de mon intervention de recherche.

Et enfin de tiens à remercier mon maitre de stage Danny Pagé qui m'a confié la charge avec son équipe de réaliser un plan directeur pour la municipalité de Rivière-au-Tonnerre, un projet passionnant et qui m'a permis de développer des compétences dans le domaine touristique

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS	ii
LISTE DES FIGURES.....	v
RÉSUMÉ	vi
INTRODUCTION	1
CHAPITRE 1 PROBLÉMATIQUE	2
1.1 Idée directrice	2
1.2 Fondements conceptuels.....	3
1.2.1 Tourisme de nature.....	3
1.2.2 L'écotourisme	4
1.2.3 Le tourisme culturel.....	5
1.3 Question d'étude	6
1.4 Hypothèses de travail.....	7
1.5 Pertinence organisationnelle et scientifique	7
1.6 Contexte d'intervention de recherche.....	8
1.6.1 Mandat.....	8
1.6.2 Objectifs du mandat	9
1.6.3 Acteurs et enjeux	10
1.7 Portrait du territoire concerné : Municipalité de Rivière-au-Tonnerre	12
1.7.1 Localisation	12
1.7.2 Patrimoine.....	13
CHAPITRE 2 CADRE THÉORIQUE.....	16
2.1 Tourisme de nature.....	16
2.1.1 Le phénomène de tourisme de nature	17
2.1.2 Des définitions de tourisme de nature	18
2.2 L'écotourisme.....	24
2.2.1 Le phénomène de l'écotourisme	25
2.2.2 Les caractéristiques de l'écotourisme	27
2.2.3 La nature éducative de l'écotourisme	28
2.2.4 La dimension culturelle.....	28
2.3 Tourisme culturel	29
2.3.1 Définition du concept :	31
2.3.2 Typologies de touristes culturels	34
CHAPITRE 3 MÉTHODOLOGIE.....	37

3.1	Contexte de recherche.....	37
3.2	Recherches préliminaires.....	38
3.3	Approche qualitative.....	39
3.4	Méthode échantillonnage.....	39
3.5	Outils et méthodes de collecte de données	40
3.6	Technique d'analyse des données	40
CHAPITRE 4 RÉSULTATS.....		42
4.1	Analyse des entrevues	42
4.2	Créneaux prioritaires : tourisme de nature et tourisme culturel	44
4.2.1	Diagnostic stratégique	45
4.3	Vision et positionnement.....	49
4.4	Orientations stratégiques	51
4.4.1	Axes d'intervention.....	53
4.5	Plan stratégique 2021-2024	55
4.5.1	Préparer Rivière-au-Tonnerre en un pôle d'attraction.....	55
4.5.2	Augmenter l'achalandage et la durée des séjours en toute saison.....	56
4.5.3	Améliorer l'expérience touristique.....	56
CHAPITRE 5 COMMENTAIRES ET DISPOSITIONS PARTICULIÈRES.....		57
5.1	Retour critique sur le stage	57
5.2	Limite de l'étude	58
CONCLUSION		60
ANNEXE 1 Courriel d'invitation entrevue.....		62
ANNEXE 2 Guide d'entrevue, Canevas pour les élus de Rivière-au-Tonnerre		63
ANNEXE 3 Guide d'entrevue, Canevas pour les gens d'affaires.....		65
ANNEXE 4 Grille d'analyse.....		67
ANNEXE 5 Inventaire des attraits		75
ANNEXE 6 Analyse macro et microenvironnement		80
ANNEXE 7 Analyse de la concurrence		87
ANNEXE 8 Plan stratégique 2021-2024		92
BIBLIOGRAPHIE.....		95

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Localisation de Rivière-au-Tonnerre	13
Figure 2: Photographie de l'intérieur de l'Eglise St Hyppolyte, Rivière-au-Tonnerre.	14
Figure 3: Photographie Chute Manitou, Rivière –au –Tonnerre.....	15
Figure 4: Cadre touristique axé sur la nature : Fossgard et Fredman, 2019	20
Figure 5 : Écotourisme et développement durable : Tardif, 2003	29
Figure 6: Une typologie de touriste culturel : Mc Kercher et Du Cros, 2003	35
Figure 7: Matrice SWOT	48
Figure 8 : Carte perceptuelle.....	51
Figure 9 : Orientations stratégiques.....	52
Figure 10 : Plan stratégique.....	55

RÉSUMÉ

Le présent rapport de recherche vise à décrire le déroulement du stage réalisé pour l'entreprise de conseil en développement M3DPConsulting situé à Montréal mandaté par la municipalité de Rivière-au-Tonnerre. Le rapport présente les différents concepts et la méthodologie utilisée ainsi que la recherche qualitative réalisée afin de définir les orientations stratégiques de développement touristique pour la municipalité de Rivière-au-Tonnerre.

Les restrictions de voyages à l'étranger, liées au contexte pandémique de la COVID-19, ont favorisé la hausse du nombre de visiteurs interrégionaux au Québec, en particulier en Gaspésie et sur la Côte-Nord. La municipalité de Rivière-au-Tonnerre a enregistré une hausse d'achalandage touristique notamment sur les zones et aires naturelles de la ville depuis l'été 2020. Cette croissance a suscité l'intérêt pour la municipalité de mettre en place un plan de développement touristique afin de tirer parti de l'affluence des touristes dans la région et plus précisément à Rivière-au-Tonnerre. L'objectif de la municipalité étant de faire de la ville une destination touristique incontournable, au moyen de stratégies d'aménagement du territoire et de se positionner ainsi comme un acteur performant en matière touristique.

Cette dernière souhaite mettre en avant les attraits naturels et culturels du territoire dans son offre de développement touristique. Le plan directeur proposé préconise dans en premier lieu, de développer la ville de Rivière-au-Tonnerre en un pôle d'attraction émergent, à travers la mise en valeur de l'aménagement urbain et de la signalisation touristique. En deuxième lieu, il préconise d'alimenter "l'imaginaire collectif" grâce à des actions de communication ciblées présentant une offre touristique permettant d'augmenter le taux d'achalandage et la durée des séjours, en plus du développement d'infrastructures d'accueil. Et ce dans le but de transformer certains lieux culturels en une "série d'icônes" en vue d'assigner à la nature et la culture de la région une nouvelle signification touristique.

Ainsi la recherche menée par l'étudiante permettra d'orienter les stratégies touristiques de la municipalité, mais constituera également un support de recherche pour les municipalités présentant les mêmes caractéristiques que celle de Rivière-au-Tonnerre.

INTRODUCTION

Le développement touristique est devenu au fil du temps un vecteur de croissance économique avec la mise en place d'actions de promotion afin de valoriser les destinations touristiques. Cette dernière s'accompagne d'un plan de développement intégrant des stratégies et actions qui prennent en compte les atouts et les occasions à exploiter sur le territoire à valoriser. C'est ainsi que plusieurs régions du Canada ont misé sur un plan de développement touristique pour développer la croissance économique grâce aux retombées financières générées par l'activité touristique.

Dans le cas de la ville de Rivière-au-Tonnerre, déjà destination touristique de nature, le contexte sanitaire lié à la COVID-19 a offert une occasion inattendue de développement touristique. La ville a constaté une affluence touristique exceptionnelle durant la période estivale de 2020. Comme de nombreuses municipalités, Rivière-au-Tonnerre a été confrontée à l'inadéquation de son offre touristique aux besoins émergents. Face aux défis consistant à éviter la montée d'un tourisme anarchique, la pénurie d'infrastructures d'accueil et d'hébergement ainsi que de main-d'œuvre, la ville a dû se pencher sur les moyens d'exploiter cette attraction dans le but favoriser des chances de croissances futures.

Conscients de la transformation profonde des habitudes touristiques, du fait de la situation pandémique et soucieux de répondre aux attentes des visiteurs sans détruire leur système de ressources, les membres du Conseil municipal de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre ont donné mandat à la firme M3DP Consulting d'élaborer un plan directeur de développement touristique sur un horizon de cinq années. Les actions de développement proposées devront respecter la vision du développement touristique exprimée pour Rivière-au-Tonnerre qui s'appuie sur un tourisme fondé sur l'accès à la nature et une mise en valeur des attraits naturel, patrimonial et culturel tout au long de l'année.

De ce fait, Rivière-au-Tonnerre a tout intérêt à mettre à profit cette période de fort achalandage pour définir les stratégies de communication, de rétention afin de développer un capital touristique important. C'est dans ce contexte que l'étude aura pour objectif de définir les créneaux prioritaires de développement, à savoir un tourisme axé sur la nature et la culture à travers une analyse quantitative auprès des parties prenantes. Ainsi le présent rapport présentera la problématique de l'étude, les principaux concepts associés au tourisme de nature et de culture, la méthodologie de recherches des entrevues réalisées auprès des parties prenantes et enfin l'analyse des résultats obtenus.

CHAPITRE 1

PROBLÉMATIQUE

1.1 Idée directrice

Avec le développement du tourisme de nature, de nombreuses destinations touristiques cherchent à exploiter leurs attraits naturels afin de se positionner en tant que destination durable (Ruiz, 2014). Ce positionnement consiste à proposer une offre distincte fondée sur la pratique d'activités respectueuses de l'environnement (Dehoorne *et al.*, 2007). De nombreux espaces naturels méconnus dans le monde sont devenus de réels atouts pour plusieurs destinations touristiques, entre autres grâce à la valorisation de ces espaces.

Le développement du tourisme de nature s'inscrit donc comme une stratégie de développement touristique distincte et un élément différenciateur (Corneloup *et al.*, 2001). En effet les changements climatiques et les questions sur la dégradation de l'environnement figurent parmi les préoccupations des touristes, de ce fait le tourisme de nature donne l'opportunité de développer une offre touristique attractive (Tardif, 2003). Ce type de tourisme alternatif est en croissance depuis plusieurs années, celle-ci est liée au développement de stratégies touristiques favorisant la mise en valeur des destinations à fort potentiel naturel (Beaulieu Cormier, 2020).

Le tourisme culturel représente également un potentiel de développement touristique pour les destinations possédant des attraits patrimoniaux (Barry, 2020). De nombreuses villes et régions du Québec et du Canada se sont penchées sur un développement touristique fondé sur la mise en valeur de leur patrimoine (Barry, 2020). Le développement touristique est donc un sujet au cœur des préoccupations économiques et sociales des organismes publics.

Cette étude vise à comprendre comment une petite municipalité peut mettre en valeur ses attraits, par le biais d'une offre touristique fondée sur la nature et la culture.

La crise sanitaire liée à la pandémie de la COVID-19 réduit le tourisme international et favorise le tourisme interrégional ; pour les régions méconnues du Québec et du Canada, le tourisme de nature et de culture est une occasion de développer une offre touristique différenciée.

1.2 Fondements conceptuels

La théorie de base de ce projet repose sur 3 grands éléments constituant les fondements de la recherche. Il s'agit de définir les concepts qui permettront d'analyser et de démontrer la pertinence de l'étude. Dans cette seconde section, les 3 principaux concepts seront présentés : le tourisme de nature qui intègre l'écotourisme et pour finir le concept du tourisme culturel. Ces éléments feront l'objet d'une analyse beaucoup plus poussée dans le chapitre 2.

1.2.1 Tourisme de nature

Le tourisme de nature peut se définir comme l'ensemble des activités reliées à la nature ou à la pratique d'activités en milieu naturel. Le tourisme de nature appelé également « tourisme en milieu naturel » correspond à toute forme de tourisme qui dépend d'un milieu naturel comme principal attrait ou site pour prendre forme (Weaver, 2001). Ce type de tourisme est axé sur la visite d'attractions naturelles représentant des caractéristiques géographiques ou biologiques, portant un attrait spécifique sur le marché du tourisme (Priskin 2001 : 638). Selon L'organisation mondiale du tourisme (2002) le tourisme de nature se définit comme :

« toutes les formes de tourisme axées sur la nature et dans lesquelles la principale motivation du touriste est d'observer et d'apprécier la nature ainsi que les cultures traditionnelles qui règnent dans les zones naturelles » (OMT, 2002).

D'après l'organisme de gestion touristique texane « Texas Park and Wildlife », le tourisme de nature est un voyage en zone naturelle dont le but est de préserver l'environnement et les populations locales (Texas Park and Wildlife, s.d). Les attractions sont basées sur des attraits naturels de la région telles que la randonnée, la pêche, le camping, l'observation d'animaux ou encore les visites de parc (Texas park and Wildlife, s.d). Ce type de touriste s'intéresse tout d'abord à la diversité des ressources naturelles et culturelles et recherche une immersion réelle et totale dans la nature (Texas park and Wildlife, s.d). Dans la littérature scientifique, le concept de tourisme de nature semble difficile à définir d'une part à cause de l'utilisation du terme de manière interchangeable avec le tourisme vert, alternatif, responsable, durable ou encore de l'écotourisme (Priskin 2001 : 639). À l'origine le concept du tourisme de nature remonte au 18e siècle avec la fascination pour les éléments de la nature par opposition au monde urbain (Graja-Zwolińska et Sychała, 2014 : 38).

Certains auteurs s'accordent pour définir le tourisme de nature comme tout tourisme se déroulant dans un environnement naturel dont les éléments clés sont les visiteurs et l'expérience de la nature associée à des activités de loisirs en zone naturelle (Graja-Zwolińska et Spychała, 2014 :38 ; Fredman et Tyrväinen 2010 : 180). D'autres auteurs soulignent que le tourisme de nature doit-être associé à des activités dans des zones naturelles peu transformées par l'activité humaine (Graja-Zwolińska et Spychała, 2014 :38). Selon Grenier (2004) le tourisme de nature est subdivisé en 2 aspects à savoir le tourisme basé sur la nature et le tourisme axé sur la nature (Grenier, 2004 : 66). Le tourisme basé sur la nature sert de toile de fond à des activités de nature pouvant s'effectuer dans un cadre urbain, tandis que le tourisme axé sur la nature est associé à la contemplation de l'essence de la nature dans un environnement naturel (Grenier, 2004 : 66).

D'autre part le tourisme de nature intègre plusieurs formes de tourisme et d'expérience en milieu naturel. En effet de nombreuses formes de tourisme de nature sont associées à un environnement naturel en référence à un écosystème tel que le tourisme polaire, forestier ou encore d'aventure qui se pratique dans la nature, mais sont associées à des types d'activités (Prinskin, 2001 : 639). Le tourisme de nature est donc un concept très large puisqu'il englobe différentes typologies d'activité et de pratiques touristiques liées à la nature. La confusion de la définition du tourisme de nature est notamment associée à l'utilisation du terme « écotourisme » qui est considéré comme un synonyme du tourisme de nature par de nombreux auteurs (Graja-Zwolińska et Spychała, 2013 :38). Il semble donc nécessaire de définir ce concept dans la section suivante.

1.2.2 L'écotourisme

La définition du concept d'écotourisme est au cœur de plusieurs débats sociaux et économiques; pour certains auteurs la définition du concept reste insaisissable. L'auteur Hetzer (1965) a été l'un des premiers à définir le concept d'écotourisme comme un tourisme basé essentiellement sur les ressources naturelles et archéologiques issues d'un récit historique (Hetzer, D, 1965 cité dans BjoÈrk, 2000 :190). D'autre part certains auteurs intègrent la notion de durabilité tels que les auteurs Allcock *et al.*, (1993) qui définissent l'écotourisme comme :

« *Un tourisme basé sur la nature qui comprend une composante éducative et qui est géré de manière durable* » (Allcock *et al.*, 1993: 15).

Selon l'analyse de Donohoe et Needham (2006) l'écotourisme est caractérisé par un tourisme basé sur la nature, la préservation, l'éducation, la durabilité, la responsabilité et l'éthique (Donohoe et Needham, 2006).

L'écotourisme se présente comme la pratique d'activité en rapport avec la nature avec une dimension durable visant à la préserver dans les zones naturelles et à éduquer des touristes à des pratiques plus respectueuses de l'environnement (Graja-Zwolińska et Spychała, 2013 : 39).

Cependant l'écotourisme souvent associé à l'aspect de durabilité n'est pas nécessairement durable. En effet l'écotourisme ne respecte pas toujours les principes de durabilité liés aux types d'activité qui peuvent épuiser les ressources naturelles disponibles, ce type de tourisme peut être alors défini comme une sous-catégorie du tourisme basé dans la nature (Fredman et Tyrväinen, 2010 :180 ; Manning et Dougherty, 1995). D'autre part selon certains auteurs l'écotourisme ne se pratique pas nécessairement en milieu naturel, ils définissent l'écotourisme comme une forme de tourisme de nature prenant en compte la culture (Graja-Zwolińska et Spychała, 2013 :39 ; BjoÈrk, 2000 :192). En effet, la culture des populations locales permet au touriste de voyager dans un cadre authentique de façon à ne pas exploiter les ressources et contribuer au développement durable (BjoÈrk, 2000 :199). L'écotourisme est notamment caractérisé par l'équilibre entre les aspects écologiques, économiques, sociaux et culturels et de développement (BjoÈrk, 2000 :199). De ce fait ce type de tourisme de nature profite aux communautés locales et à la destination sur le plan environnemental, culturel et économique. La dimension culturelle renvoie au concept du tourisme culturel abordé dans la section suivante.

1.2.3 Le tourisme culturel

Phénomène social et économique dans l'industrie touristique, le tourisme culturel représente l'ensemble des activités et des attraits qui ont pour objectif de faire découvrir le patrimoine d'une destination touristique. Dans les années 1970, le tourisme culturel se formalise à travers la « charte du tourisme culturel » en novembre 1976, définissant le tourisme culturel comme objet de découverte des sites et monuments (Lazzarotti, 2010). Selon l'organisation mondiale du tourisme, le tourisme culturel est défini comme :

« Mouvements de personnes pour des motifs essentiellement culturels, tels que les voyages d'études, les tournées culturelles et de spectacles, les voyages à l'occasion de festivals et autres manifestations culturelles, les visites de sites et de monuments, les voyages d'étude de la nature, du folklore ou de l'art, et les pèlerinages. » (OMT, 1985).

En outre le tourisme culturel représente les voyages à vocations culturelles dont l'objectif est de découvrir l'art et la culture d'une destination (OMT, 1985). Le tourisme culturel est également défini par les motivations des touristes à découvrir le patrimoine et l'histoire d'une destination à travers les visites de sites et monuments historiques (Mousavi *et al.*, 2016 : 73).

Le tourisme culturel ne se limite pas seulement à la visite de lieux patrimoniaux ; en effet, ce type de tourisme est également une forme d'échanges et d'expériences culturels intangibles véhiculée à travers la musique, la cuisine, les traditions, et les croyances d'une population locale (Reisinger, 1994 : 24). En 2017 l'organisation mondiale du tourisme redéfinit le tourisme culturel en intégrant la dimension tangible et intangible de la culture comme suit :

« Le tourisme culturel est un type d'activité touristique dans lequel la motivation essentielle du visiteur est d'apprendre, de découvrir, d'expérimenter et de consommer les biens culturels matériels et immatériels. » (OMT, 2017).

Le tourisme culturel est alors une activité axée sur la consommation de biens tangibles telle que les visites, mais est également axé sur des aspects immatériels tels que les traditions, langues qui constituent le patrimoine d'une destination (OMT, 2017).

Le tourisme culturel peut être considéré comme la fusion des systèmes sociaux et des cultures à travers une construction identitaire et culturelle commune d'une destination (Mousavi *et al.*, 2016 : 73).

1.3 Question d'étude

Pour faire suite à la présentation du sujet de recherche, de l'idée directrice ainsi que des fondements conceptuels pour l'élaboration du cadre théorique, nous formulons la question de recherche comme suit :
Le tourisme de nature et culturel peut-il participer au développement touristique de Rivière-au-Tonnerre ?

À partir de cette question, nous formulons les deux sous-questions que voici :

1. Comment le tourisme de nature et culturel participe-t-il au développement touristique de Rivière-au-Tonnerre ?
2. Quels sont les aspects du tourisme de nature et culturel qui sont les mieux adaptés au développement de la destination de Rivière-au-Tonnerre, de ses acteurs touristiques et de sa clientèle ?

Les différents aspects liés à la question de recherche et aux sous-questions qui en découlent seront discutés dans notre analyse des résultats puis dans notre conclusion.

1.4 Hypothèses de travail

Compte tenu de la question d'étude, soit « Le tourisme de nature et culturel peut-il participer au développement touristique de Rivière-au-Tonnerre ? » nous formulons l'hypothèse que voici : « Le tourisme de nature et culturel peut participer au développement touristique de Rivière-au-Tonnerre ». Les différents aspects liés à cette hypothèse seront discutés dans notre analyse des résultats puis dans notre conclusion.

1.5 Pertinence organisationnelle et scientifique

Dans le cadre du stage à M3DP Consulting mandaté par la ville de Rivière-au-Tonnerre, le but est de réaliser un plan directeur de développement touristique pour la municipalité sur un horizon de cinq ans. Ce plan directeur vise à valider et à qualifier les potentiels de développement au regard des clientèles visées et des tendances touristiques observées ainsi que les moyens de financement. Le plan directeur constituera la première phase de la mise en œuvre d'une stratégie intégrée de développement touristique de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre. Pour la municipalité ce plan représente l'opportunité d'ouvrir le dialogue avec les différentes parties prenantes du développement touristique de la région et de mettre leurs savoirs à contribution. Ce document fait également état des lieux du portrait touristique actuelle du territoire à travers une analyse détaillée sur les points faibles et axes d'amélioration proposés au niveau touristique. De ce fait cette étude constitue une référence qui permettra à la municipalité d'orienter ses décisions stratégiques quant au développement touristique. Enfin ce plan permet de visualiser le potentiel touristique de la région à travers le développement d'un tourisme de nature et de culture qui permettront à la municipalité de se positionner sur le marché touristique québécois. Le plan directeur synthétise un ensemble d'action sur un horizon de trois à cinq ans à mettre en place par la municipalité en prenant en

compte les réalités de terrain et les ressources disponibles. De ce fait l'étude constituera un document clé en main qui permettra de développer une stratégie pertinente et viable de développement touristique pour la municipalité de Rivière-au-Tonnerre.

L'élaboration de cette étude a également comme objectif de démontrer la pertinence scientifique du sujet d'étude relié à des tendances touristiques. De nombreuses études s'intéressent au tourisme de nature et de culture, cependant très peu d'études se focalisent sur le lien qu'il subsiste avec le développement de stratégie touristique. De ce fait cette étude permettra d'apporter un éclairage sur les dimensions du tourisme de nature et de culture basé sur un cas concret, mais également de mieux comprendre les enjeux d'un territoire disposant de ressources naturelles et culturelles quant au choix des stratégies de développement.

1.6 Contexte d'intervention de recherche

Dans cette dernière section du premier chapitre, le contexte d'intervention de recherche est présenté. En effet, j'ai été amenée à réaliser mon intervention de recherche au sein de l'entreprise M3DP Consulting pour une période de 16 semaines, cette dernière a été mandatée par la municipalité Rivière-au-Tonnerre de réaliser un plan directeur de développement touristique dont l'objet de la recherche. À ce titre j'ai été embauchée en tant que assistante en positionnement stratégique sous la supervision de Monsieur Page directeur de M3DP Consulting et de son collaborateur Monsieur Pugeaud. Compte tenu la de pandémie de COVID-19, le stage s'est déroulé en télétravail.

1.6.1 Mandat

Les membres du Conseil municipal de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre ont donné le mandat à la firme M3DP Consulting d'élaborer un plan directeur de développement touristique ayant un horizon de cinq années. Ce plan directeur vise d'une part à valider et à qualifier les potentiels de développement au regard des clientèles visées et des tendances touristiques observées, et d'autre part, à identifier comment toutes les composantes seront financées, développées et opérées. Ce plan constitue la première phase de la mise en œuvre d'une stratégie intégrée de développement touristique pour la municipalité de Rivière-au-Tonnerre.

Dans le cadre de ce mandat, M3DP Consulting devait remettre à la municipalité un rapport d'étape et un rapport d'analyse stratégique. Le rapport d'étape a déposé auprès de la municipalité en janvier 2021 et

visait à présenter les résultats de la cueillette de données et d'informations ainsi qu'une analyse préliminaire quant aux objectifs du mandat. Le rapport d'analyse stratégique a été déposé fin avril 2021 et s'est appuyé quant à lui sur le rapport d'étape ainsi que sur les entrevues des différents acteurs. Ce dernier devait présenter un plan d'action pluriannuel visant un objectif de croissance et de développement préalablement validé par la municipalité et incluant le financement des actions.

Concernant mon mandat de recherche, celui avait pour objectif la mise en place d'actions de promotion des sites naturels de la région et ainsi développer l'image de la destination touristique au Canada en prenant en compte les enjeux économiques et sanitaires du COVID-19. Les missions du stage ont consisté à l'élaboration et la mise en place d'un plan de marketing touristique en lien avec un développement durable pour la municipalité de Rivière-au-Tonnerre.

Il s'agissait également d'aboutir à une réflexion stratégique sur la gestion touristique en rapport aux enjeux de durabilité et d'acceptabilité sociale.

1.6.2 Objectifs du mandat

Désigné comme pôle touristique émergeant par la MRC Minganie, la municipalité de Rivière-au-Tonnerre, porte d'entrée de la Minganie, a pour objectif de pourvoir au développement économique et au rayonnement de la région en misant sur la croissance de l'industrie touristique tout au long de l'année. Le mandat s'inscrit dans l'objectif d'accompagner la municipalité dans le renforcement et la structuration de son pôle touristique.

Considérant le contexte pandémique mondial, l'exécution du mandat a dû tenir compte des nouvelles tendances touristiques et de déplacement qui ont été développées. Toutefois, ce mandat devait également être pensé dans un objectif de déploiement à moyen et long terme, donc dans une perspective postpandémie.

Concernant les objectifs du mandat, ceux à atteindre pour la réalisation du rapport d'étape ont été les suivants :

- Réalisation d'un portrait du territoire;
- Réalisation d'un portrait de l'activité touristique de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre et de la région;
- Identification des tendances porteuses;

- Présentation d'un diagnostic préliminaire du développement touristique de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre;
- Proposition d'une image de marque et des objectifs de développement;
- Identification des axes de développement et des orientations à suivre pour la détermination des projets porteurs de croissance.

À la suite du premier livrable et de la réalisation des entrevues, le rapport final a poursuivi les objectifs suivants :

- Proposition des actions immédiates à prendre dans le cadre de la saison estivale 2021;
- Proposition de deux modèles de structure de gestion et de prise en charge du développement touristique;
- Proposition des actions de développement dans un horizon de trois ans;
- Propositions sur des pistes de réflexion pour une évolution sur un horizon de cinq ans;
- Développement d'une stratégie marketing;
- Identification des financements publics potentiels;
- Réalisation d'un plan d'action triennal.

1.6.3 Acteurs et enjeux

L'organisme mandataire, la municipalité de Rivière-au-Tonnerre, s'inscrit dans une démarche régionale visant à développer le secteur touristique de la MRC Minganie et plus largement de la région Côte-Nord.

La MRC s'assoit sur sa Table *ad hoc* en tourisme de la Minganie dont les partenaires sont :

- la MRC de Minganie;
- le Centre Local d'Emploi de Havre-Saint-Pierre;
- Tourisme Côte-Nord;
- la Réserve de Parc National du Canada de l'Archipel-de-Mingan (RPNCAM);
- Rendez-Vous Minganie;
- Voyages Coste;
- la SADC Côte-Nord;
- la communauté d'Ekuanitshit.

Ces différents travaux s'appuient sur ceux de la région Côte-Nord et de l'Association touristique régionale (ATR) de la Côte-Nord, section Duplessis dont la mission est « d'établir les priorités, les grandes

orientations et les actions stratégiques qui assurent le rayonnement de la Côte-Nord » (Tourisme Côte-Nord, s.d). L'ATR a récemment créé une Table de concertation régionale des véhicules hors route dont le mandat est d'assurer le développement des réseaux de quads et de motoneiges afin d'en maximiser le potentiel de développement.

Concernant les réalisations et actions de développement, depuis 2008, plusieurs analyses stratégiques ont été réalisées et les différents acteurs œuvrant dans le développement touristique de la région ont mis en place des plans d'action.

La Municipalité de Rivière-au-Tonnerre a présenté deux plans de développement, soit le Diagnostic stratégique & Plan quinquennal de la Municipalité de Rivière-au-Tonnerre aux fins d'une reconnaissance comme Village-Relais sur la Moyenne-Côte-Nord du Québec (Lachance, 2008), et le Plan directeur de développement touristique et mise en valeur - Villages de Shel Drake et Rivière-au-Tonnerre en Minganie 2009 (Desjardins Marketing Stratégie, 2009). La planification déposée par Desjardins Marketing Stratégie n'a pu être mise en œuvre faute de ressources et de financement. Toutefois, une partie des éléments descriptifs quant au patrimoine naturel et bâti pourra être réutilisée pour les fins de la planification à venir. Quant au projet directeur de 2008 visant à faire de Rivière-au-Tonnerre l'un des villages relais du Québec, celui-ci atteint en partie ces objectifs, soit ceux visant à faire de la municipalité un village relais.

Tourisme Côte-Nord a présenté en 2013 un plan intitulé : Plan stratégique de développement stratégique et de marketing de la Côte-Nord 2013-2020 (Tourisme Côte-Nord, 2013). Cette planification avait pour objectifs : de « faire en sorte que la destination touristique de la Côte-Nord connaisse l'une des meilleures croissances touristiques au Québec au cours des prochaines années. Dans ce contexte, en 2020, la Côte-Nord recevra près de 560 000 visiteurs pour des dépenses de 117 millions de dollars, ce qui représente un accroissement de l'ordre de 26% des visiteurs et de 97% des dépenses de 2010 à 2020 » (Côte-Nord, 2013). Arrivant à son terme, Tourisme Côte-Nord procède actuellement à l'analyse des réalisations effectuées et à sa mise à jour.

La MRC Minganie a présenté un plan en 2018 intitulé : stimuler la croissance de l'industrie touristique - MRC Minganie - Planification stratégique 2018-2020 (François Diguier, 2018). Cette planification adoptée pour la MRC Minganie en 2018 s'appuie sur celle adoptée par l'ATR Côte-Nord. Adoptée par la table *ad hoc* en tourisme et avec le soutien de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre, elle devra servir de guide pour la réalisation du présent mandat.

Prenant en considération la planification existante, la réalisation du mandat a pris en compte les différents outils de planification et les orientations adoptées. Le développement touristique pour Rivière-au-Tonnerre est confronté à un enjeu d'autonomie tant sur le plan de l'offre que de la mise en œuvre qui s'insère dans celui de la MRC et de la région.

Le plan de développement mandaté inscrit donc l'interdépendance du développement des différents pôles de développement touristiques comme un élément essentiel à l'atteinte des objectifs définis. Le plan de développement de la Côte-Nord vise à « structurer l'expérience des grands circuits touristiques » en constituant des pôles touristiques. Dix ont été mis en place et divisés en trois catégories (Diguier, 2017) :

- Pôle touristique majeur : Tadoussac;
- Pôles touristiques principaux : Baie-Comeau, Port-Cartier/Sept-Îles, Havre-Saint-Pierre;
- Pôles touristiques émergents: Forestville, Rivière-au-Tonnerre, l'île d'Anticosti, Natashquan et Blanc-Sablon.

Selon le rapport de planification de M. Diguier, les actions adoptées doivent viser en premier lieu à renforcer les pôles touristiques (Diguier, 2017). Ainsi, Rivière-au-Tonnerre, classé comme pôle touristique émergent, a donc comme objectif d'entreprendre des actions œuvrant à la mise en œuvre de projets de développement local, mais également de développement structurant pour la région.

1.7 Portrait du territoire concerné : Municipalité de Rivière-au-Tonnerre

1.7.1 Localisation

La municipalité de Rivière-au-Tonnerre fait administrativement partie de la MRC Minganie au sein de la région administrative de la Côte-Nord. Elle est intégrée dans la région touristique Duplessis. Elle regroupe deux villages, celui de Sheldrake et celui de Rivière-au-Tonnerre. Elle est depuis 2009 un des Villages relais du Québec. Porte d'entrée de la Minganie, la MRC Minganie s'étend jusqu'à la municipalité de Natashquan et inclut l'île d'Anticosti accessible notamment par traversier depuis la municipalité de Rivière-au-Tonnerre.

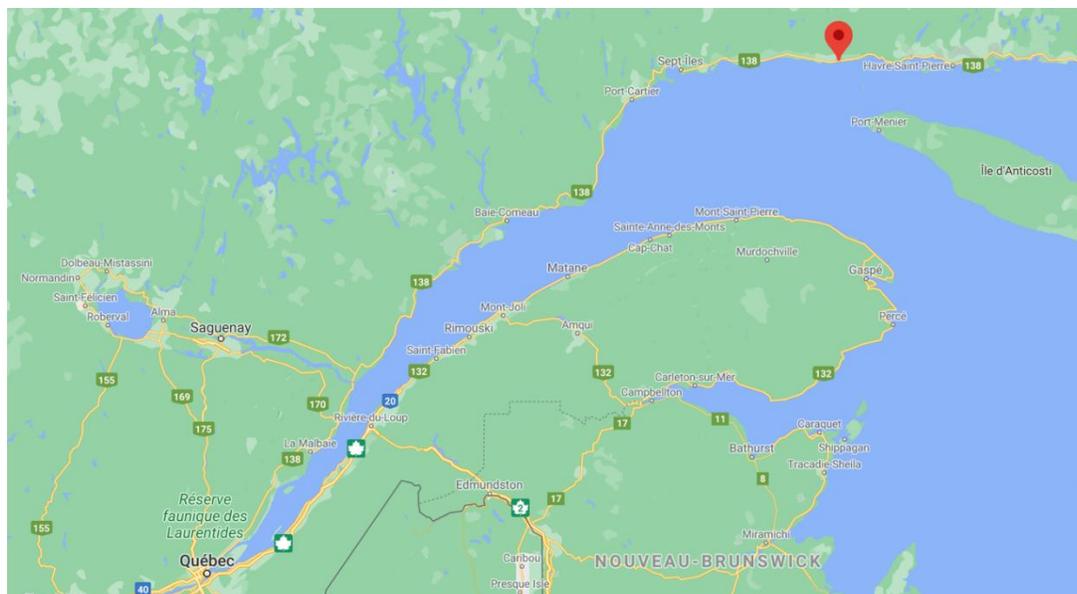


Figure 1 : Localisation de Rivière-au-Tonnerre

Située à 550 km de Baie-Comeau, à 760 km de Québec et à 1015 km de Montréal, elle s'étire le long de la route 138 sur plus de 70 km entre la rivière au Bouleau à l'ouest et la rivière Jupitagon à l'est. Sa localisation comme porte d'entrée de la Minganie, point de passage pour l'île d'Anticosti, la beauté du village considéré comme l'un des plus beaux de la Côte-Nord et ses attraits naturels, place Rivière-au-Tonnerre comme une étape indispensable sur la route 138 vers l'archipel de Mingan.

1.7.2 Patrimoine

La municipalité est riche d'un patrimoine bâti principalement dans le village de Rivière-au-Tonnerre témoignant de l'importance de la pêche et du golfe du Saint-Laurent. Elle abrite notamment une des seules églises de style normand en Amérique du Nord entièrement faite de bois sculpté par des artisans locaux.



Figure 2 : Photographie de l'intérieur de l'Eglise St Hyppolyte, Rivière-au-Tonnerre.

La municipalité peut aussi compter sur une faune aquatique et terrestre importante. Aux espèces marines telles que flétan, homard, crabe, pétoncle, crevette, sébaste, mye et hareng, mais aussi de grands cétacés et notamment des baleines, il faut ajouter les nombreuses espèces d'eau douce présentes dans un grand nombre de rivières et qui font la joie d'amateurs de pêche.

Quant aux espèces terrestres, elles sont nombreuses, du cerf de Virginie au castor en passant par l'ours noir et le caribou.

Le climat maritime et nordique de la région a permis le développement d'une flore exceptionnelle. La forêt boréale est encore bien présente au côté d'une toundra typique des régions nordiques offrant de multiples opportunités de cueillettes de petits fruits allant de la chicoutai à l'airelle du Nord.

Par ailleurs, de par sa qualité de village côtier, la municipalité est riche d'un patrimoine aquatique important. Le littoral long de 70km et faisant face à l'île d'Anticosti laisse alterner pointes rocheuses et mornes granitiques avec de longues plages de sable fin. Outre celles qui limitent la municipalité, Jupitagon et Bouleau qui sont avec la rivière Sheldrake des rivières dites à saumon, on peut aussi admirer les rivières

Manitou, à la Chaloupe, Couture et au Tonnerre. Cette dernière est particulièrement connue en raison des chutes qui s’y trouvent.



Figure 3 : Photographie Chute Manitou, Rivière –au –Tonnerre

À ce patrimoine culturel et matériel, s’ajoute également un patrimoine culturel immatériel composé tant de l’héritage acadien qu’autochtone fortement représenté dans la région. Ce patrimoine est particulièrement important dans le contexte d’une société qui magnifie sa diversité et son histoire et est en quête d’un retour « aux sources ».

Nous présenterons le cadre théorique de la recherche dans le deuxième chapitre .

CHAPITRE 2

CADRE THÉORIQUE

L'objectif de la Municipalité de Rivière-au-Tonnerre est d'identifier les éléments permettant de favoriser le développement touristique de la région. Selon les tendances touristiques actuelles et les atouts de la région, la stratégie de développement touristique vise à s'orienter sur une offre touristique axée sur la nature et la culture. Le tourisme de nature et le tourisme culturel sont donc au cœur de ce rapport d'intervention de recherche. Le tourisme de nature est décliné en deux parties afin de traiter le développement de cette dernière de manière plus générale et ainsi l'appliquer au sein de la stratégie de développement de la ville de Rivière-au-Tonnerre. Nous retrouverons dans cette section le concept du tourisme de nature et de l'écotourisme. Pour finir, le chapitre comportera la définition du concept du tourisme culturel qui vient compléter l'offre touristique présentée dans le concept du tourisme de nature.

2.1 Tourisme de nature

Le concept de tourisme de nature est rattaché à des pratiques récentes touristiques liées notamment au mouvement vert et écologiste des populations. Le tourisme de nature est défini par l'organisation mondiale du tourisme comme une forme de tourisme organisé et axé sur la motivation principale d'observation et d'appréciation de la nature (OMT, 2002).

Le tourisme de nature peut être considéré comme un voyage en zone naturelle, on retrouve notamment des attractions tels que la visite de forêts tropicales, rivière, déserts, plages ou encore l'observation d'une faune et flore unique propre au lieu de la destination touristique. Le concept de tourisme de nature est très large et englobe d'autres types de tourisme liés à la nature tels que l'écotourisme qui sera défini dans les sections suivantes. La définition du concept soulève plusieurs interrogations, en effet le tourisme de nature fait appel à différentes interprétations, certains auteurs différencient le tourisme de nature du tourisme dans la nature qui se pratique exclusivement en milieux naturels (Grenier, 2004 : 66 ; Graja-Zwolińska et Spychała, 2014 : 38).

Le concept de tourisme de nature est un élément essentiel de l'étude, en effet dans le contexte de l'étude, Rivière-au-Tonnerre détient un avantage en développant une offre de tourisme axée sur la nature notamment avec l'instauration d'activités en milieux naturels qui permettraient à la ville de diversifier sa

clientèle et se positionner sur le marché touristique de nature de la Côte-Nord. Il semble donc intéressant de se pencher sur l'apparition et à la définition de ce concept dans la sphère économique et touristique.

2.1.1 Le phénomène de tourisme de nature

Le tourisme de nature est en hausse constante ces dernières années. Les changements climatiques et la dégradation de l'environnement sont des préoccupations centrales pour la plupart des gouvernements.

Nombre de touristes sont de plus en plus préoccupés par la préservation de l'environnement et recherchent des activités liées à la nature, plus respectueuses de l'environnement. Les préoccupations environnementales constituent donc un nouvel attrait à exploiter. L'attrait est une ressource brute constituant l'objet de l'attraction touristique par sa mise en valeur afin d'attirer le touriste sur le lieu. L'attraction touristique regroupe des éléments tangibles et intangibles exerçant une interaction entre le touriste, l'objet et le marqueur (Leiper, 1990).

Selon une étude de Booking.com réduire son empreinte environnementale et vivre une expérience locale représentent les deux principales sources de motivation des répondants ayant séjourné dans une habitation écoresponsable au moins une fois dans les 12 derniers mois (Beaulieu Cormier, 2019).

Les touristes sont à la recherche de nouvelles sensations et d'expériences touristiques en rapport avec la nature. Cette tendance est en hausse à cause entre autres de la préoccupation mondiale au sujet du réchauffement climatique. Selon L'organisation mondiale du tourisme, 10 à 20% des voyages internationaux sont reliés à des expériences de nature, on observe une part importante de ce type de tourisme en Europe du Nord (Graja-Zwolińska et Spychała, 2014 : 37).

De ce fait le tourisme de nature représente un élément important de l'industrie mondiale du tourisme puisqu'il gagne en popularité, face à ce phénomène, de nombreuses destinations ont axé leur développement touristique autour du tourisme de nature. Tel est l'exemple de l'Australie ou le secteur du tourisme de nature représente 62% des touristes internationaux ou en encore dans de nombreux pays africains où le tourisme de nature est un facteur incontournable pour d'attirer les touristes (Graja-Zwolińska et Spychała, 2014 : 37).

D'autre part le tourisme de nature implique une activité d'aménagement du territoire qui est un secteur en pleine expansion économique, ces activités intègrent la gestion des espaces et des communautés locales (Fredman et Tyrväinen, 2010 :177).

Le tourisme de nature implique certains défis en rapport avec la gestion des ressources naturelles et des communautés rurales qui vivent principalement de l'agriculture et de l'activité touristique de nature (Fredman et Tyrväinen, 2010 :177). Dans les pays nordiques, l'état et les municipalités locales sont les propriétaires des espaces naturels, ces derniers répartissent ces espaces de manière à fournir à la plupart des zones protégées ou zones naturelles des infrastructures de loisirs touristiques en plein air adéquats (Fredman et Tyrväinen, 2010 :177). De ce fait, les organismes de gestion des destinations ou encore les entreprises privées de tourisme se tournent vers les institutions publiques afin de développer des activités de tourisme de nature dans les zones naturelles disposant d'un potentiel en termes de développement économique.

Voyons à présent comment peut se définir le tourisme de nature.

2.1.2 Des définitions de tourisme de nature

Le concept du tourisme de nature remonte au 18^e siècle avec la fascination pour les éléments de la nature et du romantisme en opposition avec le monde urbain et industriel qui était caractérisé par la civilisation (Graja-Zwolińska et Sychała, 2014 : 38). La conservation de la nature et le tourisme du point de vue actuel se sont développés dans une mesure relativement parallèle (Dabrowski, 2007 :226; Graja-Zwolińska et Sychała, 2014 : 38). En effet les idéologies romantiques représentaient les racines communes de la nature et du tourisme avec un regard nouveau sur la nature sauvage qui n'était plus considérée comme terrifiante. D'après Dabrowski (2007) :

« La nature est devenue une valeur en soi et la recherche du contact avec celle-ci, une des causes du développement du tourisme » (Dabrowski, 2007 :226).

Ces multiples découvertes de la nature ont donc favorisé le développement du tourisme qui a été marqué par la mise en valeur des vestiges historiques et des espaces naturels. L'auteur Dabrowski (2007) souligne également que :

« La période romantique a été marquée par une reconnaissance de la valeur des vestiges du passé et par la création de nouveaux musées. La découverte des monuments a créé le besoin de les étudier, qui a apporté une seconde impulsion au développement du tourisme. Il s'est produit aussi un effet en retour: les amateurs de tourisme trouvaient, au cours de leurs pérégrinations, des objets culturels et naturels intéressants » (Dabrowski, 2007 :226).

Le concept de tourisme de nature reste difficile à définir à cause des différentes interprétations que l'on retrouve dans la littérature scientifique. En premier lieu, le tourisme de nature est très souvent utilisé de manière interchangeable avec le concept du tourisme vert, alternatif, responsable ou encore d'écotourisme, ce qui accentue les divergences au niveau des interprétations (Graja-Zwolińska et Spychała, 2014 : 38). Il semble donc intéressant de présenter les différentes définitions liées de ce concept par les auteurs afin de mieux appréhender le sujet.

Selon Weaver (2001), le tourisme de nature correspond à :

« Toute forme de tourisme qui dépend principalement d'un milieu naturel en tant que principal attrait ou site pour prendre forme » (Weaver, 2001 : 659).

De nombreux auteurs s'accordent pour définir le milieu naturel comme principale condition où se pratique le tourisme de nature (Graja-Zwolińska et Spychała, 2014 : 39 ; Weaver, 2001 : 659 ; Tranquard, 2020 : 1). Tranquard (2020) souligne que le tourisme de nature n'existe que par les ressources naturelles et vise à mettre celles-ci en valeur, c'est-à-dire dans une perspective de développement touristique écologique, le terme écologie étant ici utilisé dans son sens le plus large (Tranquard, 2020 : 1).

Selon l'organisation mondiale du tourisme (2002), le tourisme de nature se définit comme :
« toutes les formes de tourisme axées sur la nature et dans lesquelles la principale motivation du touriste est d'observer et d'apprécier la nature ainsi que les cultures traditionnelles qui règnent dans les zones naturelles » (OMT, 2002).

Les activités de tourisme de nature sont donc majoritairement axées sur l'observation ou l'appréciation de la nature à des fins de découverte. Certains auteurs soulignent que le tourisme de nature est associé à des activités se déroulant dans un environnement naturel peu transformé par l'activité humaine, ce qui exclut toute autre forme de tourisme de nature en zone urbaine basée sur la nature comme les visites de zoos, musées d'histoires naturelles ou encore l'escalade (Graja-Zwolińska et Spychała, 2014 : 39).

Selon Graja-Zwolińska et Spychała (2014) toutes les activités en rapport avec la nature ne sont pas nécessairement de la contemplation de la nature, mais très souvent une activité physique bien définie basée sur la nature telle que les excursions ou l'escalade (Graja-Zwolińska et Spychała, 2014 : 39).

Le tourisme de nature est donc associé à des produits et activités utilisant les milieux naturels pour se réaliser, les ressources naturelles constituent de ce fait les attraits qui peuvent être transformés en attraction dans le cadre de la mise en tourisme au niveau marchand (Weaver, 2001 ; Tranquard, 2020). Le tourisme de nature maintient une relation avec les activités, les ressources naturelles et le tourisme au sein de la société, ces éléments indépendants constituent d'une part les fondements du tourisme de nature (Fossgard et Fredman, 2019).

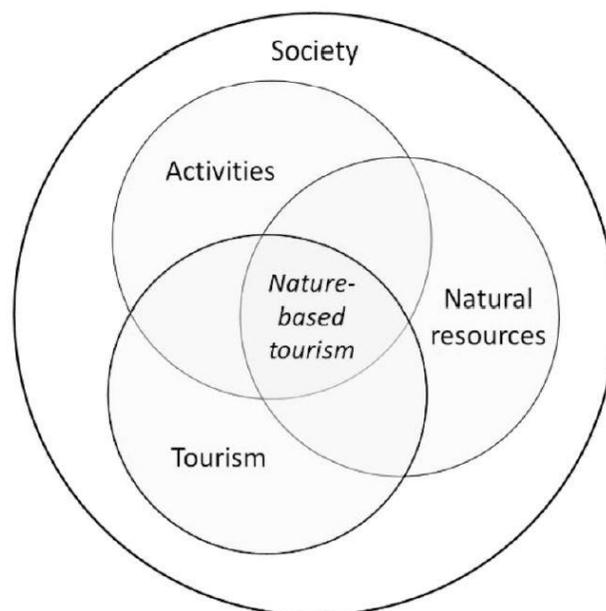


Fig. 1. A nature-based tourism framework. Adapted from Fossgard and Stensland (2013).

Figure 4: Cadre touristique axé sur la nature : Fossgard et Fredman, 2019

Dans ce sens Tranquard (2020) soutient les propos présentés et ajoute :

« Dans le cadre du tourisme de nature, les ressources naturelles (environnement biophysique) et artificielles connectées à la nature (patrimoine culturel, ressources humaines, infrastructures d'accueil et d'attraction) fondent l'activité » (Tranquard, 2020 : 11).

On observe ce résultat également dans les différentes sous-catégories du tourisme de nature tel que le tourisme d'aventure qui prend lieu dans un milieu naturel ou encore certaines activités d'écotourisme (Tranquard, 2020 : 11 ; Blamey, 2001 cité dans Tardif, 2003 : 6 ; Graja-Zwolińska et Sychała, 2014 : 39).

Les organismes de gestion du tourisme considèrent également les milieux naturels comme fondement; selon la Western Tourism Commission, le tourisme de nature est un loisir qui tire parti des atouts naturels de matière naturelle (ATC, 1994 : 4).

Par ailleurs, le tourisme de nature n'est pas seulement caractérisé par la visite et la contemplation d'espaces naturels, mais se définit également par la volonté des touristes de s'immerger dans la nature (Tranquard, 2020 : 2). Selon Tourisme Québec, le tourisme de nature est caractérisé par les motivations premières du touriste à savoir la découverte et les expériences en milieux naturelles :

« Dans le cas spécifique du tourisme de nature, une des motivations premières des touristes à séjourner et à vivre des expériences de découverte au Québec est la possibilité d'être en contact avec une nature comportant une certaine qualité biologique ainsi qu'une diversité de paysages, présentant une pollution de tout ordre la moins marquée possible, et dans un contexte de relative quiétude et d'isolement » (Tourisme Québec, 2002, 2007; AEQ, 2004).

De ce fait, le tourisme de nature induit également une démarche participative des touristes qui sont donc acteurs de leur découverte et expériences en milieux naturels (Macouin et Pierre, 2003 : 30). Selon la définition de Fredman *et al.* (2009), fondée sur la définition suédoise officielle du tourisme, le tourisme de nature se définit comme suit :

« Le tourisme basé sur la nature est une activité humaine qui se produit lors de la visite de zones naturelles en dehors du voisinage ordinaire de la personne". Il en découle que "l'industrie du tourisme de nature représente les activités de différents secteurs visant à répondre à la demande des touristes de nature » (Fredman *et al.*, 2009, cité dans Fredman et Tyrväinen, 2010 : 178).

Le tourisme de nature peut être assimilé à un tourisme de « territoire », car les espaces naturels d'une destination deviennent les éléments constituant l'offre touristique :

« L'espace visité n'est plus un moyen, un espace réceptacle, mais devient une fin en soi, l'objet essentiel et la motivation principale de la visite » (UEC, 2006 : 1).

Les définitions du concept de tourisme de nature dans la littérature scientifique intègrent également la sensibilisation à l'environnement et du développement touristique écologique. Cependant de nombreuses activités liées au tourisme de nature ne sont pas nécessairement écologiques, les activités polluantes telles que la moto de neige ou le safari motorisé sont assimilées au tourisme de nature, de ce fait toutes les activités prenant lieu dans la nature ne sont pas toujours écologiques (Fredman et Tyrväinen, 2010 :177).

On remarque également différentes appellations du concept de tourisme de nature permettant de distinguer le tourisme axé sur la nature du tourisme basé sur la nature (Grenier, 2004 : 66). Le tourisme de nature appelé également « tourisme en milieu naturel » ou encore en anglais « *Nature based tourism* » suggère une interprétation différente du concept présenté jusqu'ici. En effet ces dernières sont catégorisées par les activités en lien avec la nature de ceux qui se déroulent en milieu naturel (Weaver, 2001 ; Grenier, 2004 : 66). Dans la littérature le tourisme basé sur la nature est présenté comme un synonyme du tourisme se déroulant uniquement en milieu naturel, certains auteurs considèrent de ce fait que l'expression du tourisme tourné vers la nature ne concerne pas seulement les zones protégées (Graja-Zwolińska et Spychała, 2014 : 39).

Selon Grenier (2004) on qualifiera de tourisme axé sur la nature, toute activité de tourisme dépendante du milieu naturel pour sa réalisation tandis que l'autre segment appelé tourisme basé sur la nature concerne les activités de tourisme transférables d'un cadre à un autre qu'il soit naturel ou urbain (Grenier, 2004 : 66). Selon Newsome *et al.* (2002), le tourisme basé sur la nature est défini comme suit :

*« Le tourisme basé sur la nature est un sous-ensemble du tourisme dans les espaces naturels. Selon ce système de classification, le tourisme dans les espaces naturels est défini simplement comme "le tourisme dans les espaces naturels" et comprend des activités aussi variées que le tourisme d'aventure, le tourisme de la vie sauvage, l'écotourisme et le tourisme basé sur la nature. Parmi ces activités, le tourisme dans les espaces naturels se distingue par l'accent qu'il met sur "l'étude et/ou l'observation de la partie abiotique (non vivante) de l'environnement, par exemple les roches et les formes de relief, ainsi que de sa composante biotique (vivante), par exemple la faune et la flore". » (Newsome *et al.*, 2002 : 13).*

De manière générale le tourisme de nature représente un ensemble de catégories de tourisme en lien avec la nature ou qui prend pour base les milieux naturels comme support d'activité, celle-ci regroupe différentes sous-catégories souvent décrites comme synonyme au concept. Cependant ces sous-catégories font référence aux terminologies liées à des écosystèmes tels que le tourisme polaire, forestier ou encore d'aventure qui se pratique dans la nature, mais sont associées à des types d'activités (Prinskin, 2001 : 639 ; Tranquard, 2020 : 11).

D'autre part la confusion de la nomenclature du tourisme de nature est d'autant plus accentuée par l'utilisation de l'expression « écotourisme » considérée comme synonyme du concept par de nombreux chercheurs (Fennell, 2001 :21 ; Graja-Zwolińska et Sychała, 2013: 38). À la différence de l'écotourisme, le tourisme de nature fait essentiellement référence à la découverte de faune et la flore d'espace naturel sans forme d'engagement. Néanmoins, cette forme de tourisme est proche du tourisme de nature, car les activités touristiques sont associées à la nature. De ce fait, il semble important de définir le concept d'écotourisme dans la deuxième partie afin de mieux appréhender le sujet d'étude.

En conclusion, nous retiendrons la définition du tourisme de nature présenté par Weaver (2001), celle-ci permet de mieux définir le concept au sens large. En effet, selon Weaver le tourisme de nature représente toute forme de tourisme qui prend lieu en milieu naturel (Weaver, 2001). Le milieu naturel détermine la condition principale pour que le tourisme de nature ait lieu, de ce fait les ressources naturelles deviennent l'attrait principal (Weaver, 2001). Les ressources naturelles telles que les rivières, plages, forêts, animaux sauvages sont devenues à travers le tourisme de nature de véritable attraction contribuant au rayonnement touristique des régions concernées, à titre d'exemple le Kilimandjaro au Kenya ou encore les baleines à Tadoussac au Québec. La définition présentée par Weaver permet d'aborder le sujet d'étude dans son aspect plus large en englobant tous les types et formes d'activités touristiques réalisées ou qui prennent forme en milieu naturel.

Un lien peut être fait avec le concept de l'écotourisme, en effet cette tendance touristique a su gagner en popularité notamment au travers du développement touristique écologique. Les touristes sont de plus en plus à la recherche de nouvelles sensations et expériences touristiques en rapport avec la nature et respectant des valeurs écologiques.

Nous allons à présent présenter le concept d'écotourisme qui vient compléter le concept de tourisme de nature.

2.2 L'écotourisme

L'écotourisme que l'on associe communément au « tourisme vert » ou au « tourisme responsable » est une forme de tourisme axée sur la préservation et la sensibilisation des touristes à des pratiques plus respectueuses de l'environnement (Tardif, 2003 : 5). Le terme écotourisme décrit ici signifie le développement touristique écologique.

Les questions sur la préservation de l'environnement et sur la protection des zones naturelles sont au cœur de l'actualité, notamment en tourisme.

En effet, certains touristes sont soucieux de pratiquer des activités touristiques respectueuses de l'environnement afin de réduire leur empreinte écologique. Selon l'organisation mondiale du tourisme, l'écotourisme est l'un des secteurs du tourisme qui croît le plus rapidement, avec une hausse annuelle de 10 à 30% (OCR, 2017 :10). De nombreuses activités touristiques tendent à devenir plus écologiques et responsables au fil des années en parallèle avec l'augmentation des préoccupations environnementales et sociétales des touristes (OCR, 2017 :10). La hausse de la compréhension et l'acceptation des principes de durabilité par les populations ont également favorisé le développement de l'écotourisme (Tardif, 2003 : 1).

L'écotourisme est perçu comme un outil efficace de développement; de ce fait, de nombreux pays ont adopté et intégré le concept d'écotourisme dans leurs stratégies de développement économique (Kiper, 2013 ; Zewdie et Kindu, 2011 : 73). L'écotourisme est souvent présenté comme le vecteur capable de concilier le développement économique, la protection de l'environnement et le bien-être des communautés locales (Tardif, 2003 : 1 ; Zewdie et Kindu, 2011 : 73). Face à l'intérêt grandissant des populations pour l'environnement et les voyages orientés vers les activités de plein air, l'écotourisme a su gagner en popularité et contester le phénomène du tourisme de masse aujourd'hui pointé du doigt par les organismes de la protection de l'environnement (Tardif, 2003 : 1). Cependant le concept est également confronté à la question de sa comptabilité avec le développement, le bien-être des communautés ainsi que celle de la préservation de l'environnement (McCool, 1995 cité dans Tardif, 2003 : 1). On retrouve une volonté pour les touristes d'adopter des pratiques de vacances durables. Selon une étude de la chaire de tourisme Transat, 70 % des voyageurs québécois s'impliquent dans des pratiques responsables lors de leur voyage (recyclage, compostage, encourager l'économie locale) et 3 voyageurs sur 5 estiment nécessaire de compenser les émissions de carbone de leur voyage (Lessard, 2020).

D'après la plateforme de réservation en ligne Booking.com 87% des voyageurs désirent voyager de façon durable et 72% mentionnent d'agir maintenant, il s'agit des voyageurs âgés de 46 à 55 ans et des milléniaux. Parmi les activités dites vertes, on retrouve l'achat de produits locaux, la réservation d'hébergements écoresponsables ou encore l'utilisation de transport moins polluant (Lessard, 2020). Cette tendance touristique représente une occasion en matière d'offre et de positionnement touristiques ; en effet, les chiffres démontrent l'intérêt des voyageurs pour le tourisme de nature et les pratiques écoresponsables.

Nous allons donc comprendre l'étendue de ce concept à travers les définitions présentées dans de la littérature.

2.2.1 Le phénomène de l'écotourisme

À l'origine l'écotourisme est un phénomène qui remonte aux années 1970 avec le développement du mouvement environnemental (Tardif, 2003 : 1 ; Zewdie et Kindu, 2011 : 73). Depuis, les chercheurs du monde étudient ce phénomène et de nombreux auteurs tentent de définir ce concept très controversé. Le concept de l'écotourisme a été introduit pour la première fois par l'écologiste mexicain Hetzer en 1965 en définissant comme :

« Tourisme qui repose principalement sur les ressources naturelles et archéologiques telles que les oiseaux et autres animaux sauvages, zones paysagères, récifs, grottes, sites archéologiques, zones humides et zones d'où vivent des espèces rares ou menacées d'extinction. » (Hetzer, 1965 cité dans OCR, 2017 : 10).

C'est en 1983 que le terme « écotourisme » ainsi que le concept ont été popularisés par l'archéologue mexicain Hector Ceballos Lascurain spécialisé en tourisme. Hector Ceballos Lascurain définit l'écotourisme comme un :

« Tourisme qui implique de voyager en perturbant peu et en ne contaminant pas des zones naturelles, dans le but spécifique d'admirer, d'étudier, et ce, en appréciant le paysage, ses plantes sauvages et ses animaux ainsi que les caractéristiques culturelles (passées et présentes) dans les régions visitées. » (Ceballos-Lascurain, 1991, cité dans OCR, 2017 : 10).

L'auteur propose une définition axée sur la préservation de l'environnement ainsi que sur celle des communautés locales. L'écotourisme est un concept très large et qui a été défini par plusieurs auteurs, en

intégrant la dimension écologique et sociale. Néanmoins on retrouve de nombreuses définitions similaires dans la littérature s'appuyant sur des composantes éducatives, sociales et culturelles. Parmi les définitions les plus utilisées dans la littérature, on retrouve celle définie par la Société Internationale d'écotourisme (1991) et celle de l'union mondiale pour la nature (1996). La Société Internationale d'écotourisme (1991) définit l'écotourisme comme une :

« Forme de voyage responsable, dans les espaces naturels, qui contribue à la protection de l'environnement et au bien-être des populations locales. » (TIES,1991).

Selon La Société Internationale d'écotourisme, l'écotourisme peut se résumer à un voyage en zone naturelle dont l'objectif est de participer à la conservation de l'environnement ainsi que celle des populations qui y vivent. (TIES,1991).

En complément de cette définition l'union mondiale de la nature intègre la dimension culturelle et l'aspect sur la préservation des milieux naturels en définissant l'écotourisme comme un :

« Voyage responsable sur le plan environnemental et visite de milieux naturels relativement peu perturbés dans le but d'apprécier la nature - ainsi que toute manifestation culturelle passée ou présente observable de ces milieux -, encourageant la conservation, ayant un impact négatif très limité et s'appuyant sur une participation active des populations locales dans le but de générer des avantages. » (UICN, 1996 cité dans Tardif, 2003 :3).

L'écotourisme se présente comme un modèle de consommation touristique responsable et qui tente de sensibiliser les touristes autour de pratiques et attitudes écoresponsables :

« L'écotourisme tente d'éveiller la conscience environnementale en explorant l'écologie et les écosystèmes et en proposant des expériences de type environnemental. Le fait de prendre part activement à l'écologie et d'obtenir des impressions de première main sur le fonctionnement des écosystèmes influence la façon de penser des gens, ce qui finit par les sensibiliser à la conservation et à la protection » (Ecotourism, 2005 :19).

2.2.2 Les caractéristiques de l'écotourisme

L'écotourisme présente des caractéristiques distinctes des autres formes de tourisme, en effet selon Chesworth (1995) l'écotourisme est un voyage composé de 6 caractéristiques à savoir : des voyages en zones naturelles ou sites archéologiques intacts, l'accent sur l'apprentissage et l'expérience, le profit économique aux communautés locales, la recherche et l'observation d'espèces rares, paysages inhabituels, la préservation des ressources, la contribution à la réparation des dommages causés à l'environnement et enfin le respect et l'appréciation des cultures et traditions locales (Chesworth, 1995). L'auteur Fennell (2001) rejoint également cette définition en considérant les éléments élémentaires à l'écotourisme après avoir comparé plus de 85 définitions (Fennell, 2001 : 24). Selon l'auteur l'écotourisme est généralement pratiqué dans un cadre naturel et consiste à faire l'apprentissage des aspects naturels et culturels de la région, limiter les impacts sur l'environnement visité, implication des touristes dans la protection de l'environnement et faire générer des bénéfices en faveur des communautés locales (Fennell, 2001 : 24).

Les valeurs naturelles et culturelles de la destination constituent également les caractéristiques de l'écotourisme, elles comprennent la position géographique, l'existence d'une faune et flore, des attraits du patrimoine, une architecture, culture et tradition, musique et festival (Kiper, 2013 : 781). De nombreux auteurs mentionnent l'apprentissage, la protection et l'entretien de l'environnement comme principales activités des touristes dans une perspective d'écotourisme (Graja-Zwolińska et Sychała, 2014 : 39).

En somme, l'écotourisme est un tourisme écologique qui vise à préserver la biodiversité des ressources culturelles et naturelles d'une zone géographique, à sensibiliser les touristes envers l'environnement et les populations locales, ces caractéristiques sont des éléments distincts des autres formes de tourisme de nature (Graja-Zwolińska et Sychała, 2014 : 39 ; Fennell, 2001 : 24 ; Kiper, 2013 : 781).

Une des notions très importantes de ce concept est la valorisation des cultures locales et la contribution à leur développement économique à travers les activités touristiques qui génèrent des revenus aux communautés d'accueil. Les randonnées accompagnées d'un guide local ou des activités culturelles permettent de faire vivre les communautés locales et font partie des principes de l'écotourisme.

Par ailleurs, l'écotourisme est un concept complexe qui fixe un certain nombre de conditions pour désigner une destination ou une activité comme étant « écotouristique » ou écologique. Selon certains auteurs, une destination « écotouriste » ne peut être développée sans planification en lien avec les préoccupations

environnementales et celle des populations locales (Kiper, 2013 : 783). En effet les caractéristiques d'une destination sur le plan des ressources naturelles ou les conditions climatiques peuvent avoir un impact direct ou indirect au développement touristique. De ce fait les destinations dites « écotouristes » doivent prendre en compte les enjeux environnementaux auxquels sont confrontées les destinations afin de proposer une offre touristique adaptée (Kiper, 2013 : 783). Cette dimension implique l'étude de la faune et de la flore, du comportement animal ou encore de l'écologie entre autres dans le cadre d'une promenade en forêt ou d'autres activités telles la pêche, le trekking, l'alpinisme ou encore un contact avec des animaux sauvages (Kiper, 2013 : 783).

2.2.3 La nature éducative de l'écotourisme

L'écotourisme a une visée éducative entre autres à travers l'apprentissage et la sensibilisation à l'environnement. Selon Kiper (2013), l'écotourisme offre l'occasion de découvrir et de mieux connaître la nature et la culture locale dans l'objectif de favoriser la réflexion personnelle des touristes quant à leurs attitudes, en particulier en ce qui concerne le respect de l'environnement (Kiper, 2013 : 784). Tardif (2003) ajoute que ce type de tourisme implique un niveau d'apprentissage, de ce fait l'auteur qualifie l'éducation et l'interprétation comme les éléments incontournables de l'écotourisme (Tardif, 2003 : 6).

2.2.4 La dimension culturelle

Le développement touristique écologique renvoie à la protection du patrimoine naturel et culturel des destinations touristiques et contribue à sensibiliser les touristes aux valeurs culturelles des communautés locales (Marcotte *et al.*, 2017). Le tourisme culturel peut-être également être considéré comme une composante du tourisme de nature et de l'écotourisme puisqu'il maintient un lien étroit avec ces dernières à un certain niveau. On retrouve notamment une dimension culturelle dans les activités dites « écotouristiques ». (Tardif, 2003).

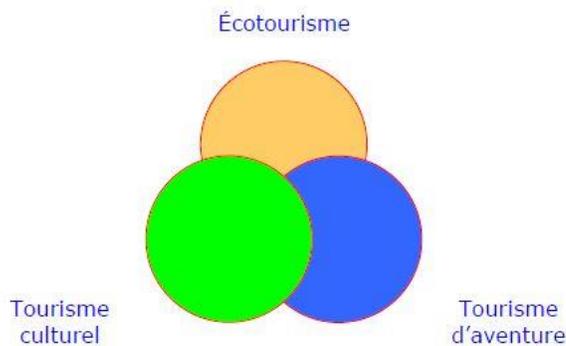


Figure 5 : Écotourisme et développement durable : Tardif, 2003

En conclusion, nous retiendrons la définition présentée par Hector Ceballos Lascurain (1991), celle-ci définit le concept d'écotourisme comme un voyage en zones naturelles dont l'objectif est d'admirer les ressources naturelles ainsi que les caractéristiques culturelles d'une région en limitant son impact sur la nature (Hector Ceballos Lascurain, 1991, cité dans OCR, 2017 : 10). Cette définition vient compléter le concept de tourisme de nature, présenté dans cette étude. En effet les activités de nature doivent impacter le plus faiblement possible les ressources afin de permettre la continuité de l'activité. Le camping, la pêche ou autre activité de nature doivent prendre en compte les enjeux écologiques des ressources et de la région que l'on retrouve dans le développement touristique écologique.

Cependant l'écotourisme coexiste avec le tourisme culturel. En effet une relation complexe les unit, dans la mesure où l'idée contemporaine d'écotourisme englobe la notion de protection et de conservation tant du patrimoine naturel que du patrimoine culturel. Raison pour laquelle nous définirons dans la prochaine section le tourisme culturel.

2.3 Tourisme culturel

Le tourisme culturel est sans doute la plus ancienne forme de tourisme; cette dernière est liée à l'aspect culturel et historique d'une destination touristique. Le tourisme culturel est entre autres présenté comme une pratique touristique visant à découvrir des cultures étrangères (Mousavi *et al.*, 2019: 70).

Véritable phénomène social et économique, le tourisme culturel représente l'une des plus grandes parts de marché du secteur touristique (Levasseur, 2018). En effet d'après L'UNESCO, le voyage culturel et patrimonial est l'un des segments touristiques en forte croissance (Jamaa, 2011).

D'après un sondage annuel administré par Vivadata, les visites de musée, de galerie d'art ou encore d'évènement culturel, représentent les activités les plus populaires chez les touristes québécois juste après les excursions à la plage, les visites touristiques et le magasinage (Levasseur, 2018). Cette forme de tourisme gagne en popularité au fil du temps, en effet environ 22 à 23% des Québécois ont participé à une activité culturelle les 12 derniers mois précédant l'enquête (Levasseur, 2018).

Selon une enquête d'Atlas, les musées, les sites et les monuments historiques figurent parmi les attractions les plus achalandés par les touristes derrière les concerts et spectacles (Jamaa, 2011). Cet engouement est notamment traduit par le désir des touristes de vivre et d'expérimenter une culture locale de manière authentique à travers l'immersion dans la culture et la compréhension de l'histoire ainsi que celle des populations locales (Jamaa, 2011).

Le tourisme culturel tend à se diversifier au niveau de l'offre afin de conquérir une clientèle plus large. En effet, cette forme de tourisme englobe le tourisme architectural, la visite des sites naturels, le tourisme marin, religieux, l'agrotourisme, les festivals, la gastronomie ou encore des activités plus classiques telles que la visite de musée et de galerie d'art (Jamaa, 2011).

Cette tendance touristique représente une réelle occasion pour les organismes du secteur de développer une offre touristique basée sur les ressources existantes telles que l'histoire, les traditions et le patrimoine culturel. De ce fait, les destinations misent sur le tourisme culturel afin de se démarquer des autres destinations qui mettent l'accent sur l'actif culturel, matériel et immatériel d'une région transformée en attrait (Jamaa, 2011).

Ces attraits deviennent par la suite l'image de marque des destinations touristiques, tel est le cas du monument de la tour Eiffel à Paris devenue l'image de marque de la ville et de la France au niveau international. De nombreux dirigeants et personnalités influentes de Montréal ont souligné l'importance de la culture pour le développement économique et touristique de la métropole québécoise (Chevrier, 2006).

En effet la culture est souvent considérée comme un facteur favorisant l'essor des régions, et également comme une valeur ajoutée au développement économique et touristique des communautés (Payeur, 2019). Le tourisme culturel se présente comme un moyen stratégique de développement touristique à travers la mise en valeur des atouts culturels d'une région (Payeur, 2019).

Au-delà du point de vue économique, le concept du tourisme culturel est un concept très large qui regroupe la notion de « culture » et de « tourisme ». Dans la littérature, il existe autant de définitions reliées au concept du tourisme culturel qu'il existe de catégorie de touristes culturels (Mousavi *et al.*, 2016).

Il semble donc essentiel d'intégrer le tourisme culturel dans le plan de développement touristique afin de développer ou réinventer une région en tirant profit des actifs existants. Dans le contexte de la ville de Rivière-au-Tonnerre, la municipalité dispose d'un patrimoine matériel très riche, mais également d'un patrimoine culturel et immatériel peu développé. Le développement d'un tourisme culturel représente une opportunité afin de mettre avant l'actif existant et de diversifier l'offre de service touristique.

Dans la prochaine sous-section, nous allons définir le concept du tourisme culturel selon les approches de différents auteurs.

2.3.1 Définition du concept :

Les institutions internationales seraient à l'origine de la définition du tourisme culturel. En effet, déjà dans les années 1960, l'UNESCO, l'ICOMOS et l'organisation mondiale du tourisme se penchent sur le tourisme et sur les interactions des touristes avec les populations locales, lesquelles possèdent une culture et une identité particulière (Cousin, 2006 : 155). En 1976, le tourisme culturel se formalise à travers la « charte du tourisme culturel », définissant le tourisme culturel comme un objet de découverte des sites et monuments (Lazarotti, 2010). Le tourisme culturel suscite également l'intérêt des collectivités locales qui voit en ce phénomène un moyen de valoriser et commercialiser l'image de leur région (Cousin, 2006 : 156).

Selon « The Unesco Courrier », la préservation des sites permet de faire vivre le tourisme culturel qui est un levier économique inexploité, de ce fait il est nécessaire de transformer les biens culturels en bien économiques afin d'en tirer profit (UNESCO 1966 : 5 ; 11, cité dans Cousin, 2008).

Avec la création de L'Icomos en 1965, la notion du tourisme culturel est devenue plus récurrente. L'Icomos a pour objectif d'évaluer les biens culturels et mixtes en fonction du critère de « valeur universelle exceptionnelle » et de ceux établis par la convention du patrimoine mondial (Cousin, 2008). Selon l'organisation mondiale du tourisme (1985), le tourisme culturel est défini comme :

« Mouvements de personnes pour des motifs essentiellement culturels, tels que les voyages d'études, les tournées culturelles et de spectacles, les voyages à l'occasion de festivals et autres manifestations culturelles, les visites de sites et de monuments, les voyages d'étude de la nature, du folklore ou de l'art, et les pèlerinages. » (OMT, 1985).

Le tourisme culturel est donc défini comme une forme de tourisme qui a pour objectif de faire découvrir le patrimoine culturel d'une région à travers les festivals, visite des sites ou encore de l'art (OMT, 1985). Cette forme de tourisme est considérée comme une rencontre des systèmes sociaux et des cultures qui sont régies par un ensemble d'acteurs tels que les professionnels du tourisme, agence de voyages ou encore gouvernements (Mousavi *et al.*, 2016 :74).

Par ailleurs le tourisme culturel est souvent représenté comme un consommateur d'attractions et de valeurs culturelles. Selon McIntosh et Goeldner (1986) il se présente comme :

« tous les aspects du voyage, qui permettent aux voyageurs de se familiariser avec le patrimoine et l'histoire des autres ou avec leurs modes de vie ou de pensée contemporains ». (McIntosh et Goeldner, 1986).

La notion de valeur et d'héritage est reliée au concept du tourisme culturel, qui est considéré par certains auteurs comme un voyage par lequel les voyageurs se familiarisent avec la culture et les valeurs locales (McIntosh et Goeldner, 1986). L'auteur Pereiro (2002) souligne également cet aspect en définissant le tourisme culturel comme :

« Un processus de marchandisation, une nostalgie du patrimoine et du passé, une expérience psychologique, un processus d'apprentissage et de curiosité, une forme moderne de pèlerinage, une industrie qui représente des valeurs culturelles et un mode spécifique de consommation culturelle » (Pereiro, 2002, cité dans Mousavi *et al.*, 2019: 73).

Pour certains auteurs le tourisme culturel ne se résume pas à un intérêt pour les produits culturels du passé, mais inclut également le mode de vie contemporain et la culture des communautés locales (Mousavi *et al.*, 2016 :74). En effet, le tourisme culturel ne se limite pas seulement à la visite de lieux patrimoniaux, ce type de tourisme est également une forme d'échanges et d'expériences culturels intangibles véhiculée à travers la musique, la cuisine, les traditions, et les croyances d'une population locale (Reisinger, 1994 : 24). Le patrimoine immatériel est adopté seulement en 2003 dans la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel par l'UNESCO qui définit le patrimoine comme :

« Les pratiques, représentations, expressions, connaissances et savoir-faire – ainsi que les instruments, objets, artefacts et espaces culturels qui leur sont associés – que les communautés, les groupes et les individus reconnaissent comme faisant partie de leur patrimoine culturel » (UNESCO, 2003, cité dans Cousin, 2008).

En 2017, l'organisation mondiale du tourisme modifie le concept de tourisme culturel en intégrant la notion du patrimoine immatériel :

« Un type d'activité touristique dans lequel la motivation essentielle du visiteur est d'apprendre, de découvrir, d'expérimenter et de consommer les attractions/produits culturels tangibles et intangibles d'une destination touristique. Ces attractions/produits sont liés à un ensemble de caractéristiques matérielles, intellectuelles, spirituelles et émotionnelles distinctives d'une société qui englobe les arts et l'architecture, le patrimoine historique et culturel, le patrimoine culinaire, la littérature, la musique, les industries créatives et les cultures vivantes avec leurs modes de vie, leurs systèmes de valeurs, leurs croyances et leurs traditions. » (OMT, 2017).

La notion de biens intangibles et d'autant plus importants dans la définition du concept du tourisme culturel, car celle-ci englobe toute l'histoire et l'héritage d'une communauté véhiculée à travers les traditions, croyance constituant l'identité d'une région (OMT, 2017). Le tourisme culturel contribue donc à la création identitaire d'une région à travers la promotion des monuments nationaux et des valeurs culturelles nationales projetées (Mousavi *et al.*, 2016 :74).

Par ailleurs, le tourisme culturel est également présenté par certains auteurs comme une forme de tourisme écologique, en effet selon Butler (1990) :

« Les touristes culturels sont généralement considérés comme de " bons " touristes qui voyagent en petit nombre et causent peu de dommages. » (Butler, 1990).

Cette forme de tourisme est également considérée comme un moyen de désengorger les sites touristiques très fréquentés avec une offre touristique alternative perçue comme plus « acceptable » en comparaison avec le tourisme de masse (Butler, 1990).

Le concept de tourisme culturel est un concept très large et controversé dans la littérature, de ce fait le tourisme culturel peut-être défini selon deux approches. D'une part une définition axée sur les biens matériels et immatériels et d'autre part sur les motivations et la typologie des touristes culturels.

2.3.2 Typologies de touristes culturels

Selon Chevier (2006), la compréhension du concept de tourisme culturel est composée de l'approche fonctionnelle qui est axée sur l'offre et plus souvent intégrée dans le cadre institutionnel (Chevier, 2006). Et d'autre part de l'approche conceptuelle axée sur la demande et qui prend en compte les intentions et motivations des touristes à travers l'analyse du rôle de la culture dans les motifs de voyage des touristes (Chevier, 2006).

Selon la typologie de Mc Kercher et Du Cros, les catégories des touristes dits « culturels » sont définies en fonction de leurs attentes et motivation selon l'approche conceptuelle. On retrouve cinq catégories de touristes culturels à savoir : les passionnés, les consciencieux, les instinctifs, les désinvoltes et les accidentels (McKercher et Du Cros, 2003).

Les passionnés, « purposeful cultural tourists », sont motivés par la culture lors des visites, cette catégorie de touriste veut vivre une expérience culturelle profonde. Pour les consciencieux, « sightseeing cultural tourists », la visite d'une destination est motivée par l'aspect culturel, mais sans nécessairement vouloir vivre une expérience profonde. Les instinctifs, « serendipitous cultural tourists », ne voyagent pas pour des raisons culturelles, mais leur voyage les amènent à vivre une expérience culturelle profonde. Comme les instinctifs, la culture n'est pas la motivation première des désinvoltes, « casual cultural tourists » ; pour ces derniers, l'expérience culturelle est superficielle. Enfin, les accidentels, « incidental cultural tourists » ne voyagent pas non plus pour des raisons culturelles ; cependant, la participation à des activités leur font vivre une expérience culturelle superficielle (Chevier, 2006 ; Mc Kercher et Du Cros, 2003).

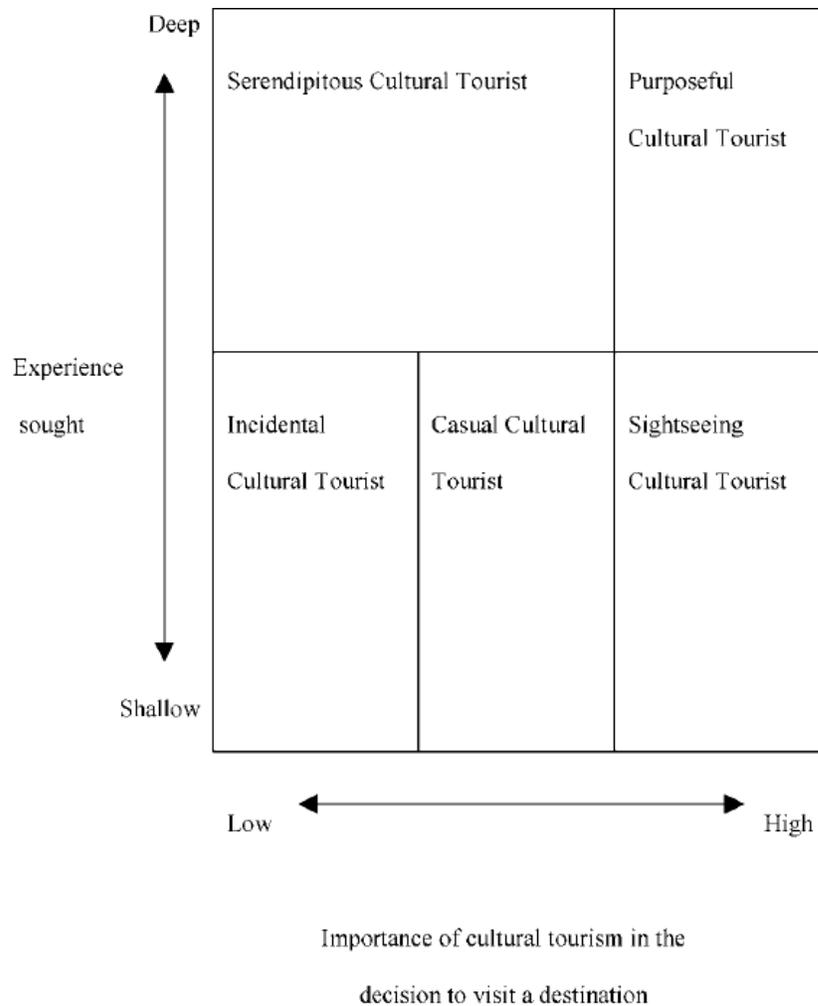


Figure 1. A cultural tourist typology

Figure 6: Une typologie de touriste culturel : Mc Kercher et Du Cros, 2003

Le tourisme culturel peut également être classifié en quatre formes de tourisme distinctes, mais liées les unes aux autres : patrimonial, culturel, artistique et créatif (Chevrier, 2006). Cette typologie met en évidence les deux approches mentionnées, soit conceptuelles et fonctionnelles, du tourisme culturel. Le tourisme culturel regroupe une multitude de catégories reliées aux types d'activité et aux motivations principales des touristes lors de leur voyage. Le phénomène de tourisme culturel est aussi complexe que sa définition (Chevrier, 2006).

En conclusion nous retiendrons la définition du tourisme culturel présenté par l'Organisation mondiale du Tourisme (2017), celle-ci définit le concept comme un type de tourisme motivé par l'apprentissage et la consommation de produit culturel matériel et immatériel. On retrouve la dimension éducative et la découverte de nouvelle culture à travers le patrimoine bâti ou encore les valeurs et héritages des populations locales (OMT, 2017).

Dans le prochain chapitre nous présenterons la méthodologie de recherche.

CHAPITRE 3

MÉTHODOLOGIE

3.1 Contexte de recherche

Dans le cadre du mandat, j'ai été amenée à réaliser un plan directeur de développement touristique pour la ville de Rivière-au-Tonnerre. Ce mandat a consisté à la création et à la gestion des différents livrables attendue par le client. En matière de livrable, l'entreprise M3DP Consulting a été mandatée pour produire un rapport d'étape (analyse de marché), un rapport final visant entre autres un plan d'action et une présentation des résultats de l'analyse des données.

Le rapport d'étape a été déposé auprès de la municipalité en janvier 2021 ; ce document avait pour objectif de présenter de façon préliminaire les résultats de la recherche d'informations et une analyse exploratoire par rapport aux objectifs du mandat.

Le rapport final a été déposé en avril 2021 ; ce rapport présente un plan d'action pluriannuel sur 3 ans visant une croissance et un développement préalablement fixés par la municipalité.

Nous avons effectué une recherche documentaire dans des sources officielles, soit les données statistiques produites par le ministère du Tourisme du Québec pour la région Côte-Nord qui compte deux circonscriptions électorales: Duplessis et René-Lévesque. Rivière-au-Tonnerre étant une municipalité appartenant à la MRC Minganie, elle-même incluse dans la circonscription électorale Duplessis, seule cette zone a été étudiée. Il en est de même pour les données fournies par l'Association touristique régionale Côte-Nord qui couvre deux régions : Duplessis et Manicouagan. Seules les données pour la région de Duplessis ont été étudiées.

L'étude menée a fait appel à une méthodologie qualitative ; ce chapitre présente la démarche méthodologique en fonction des questions de recherches présentées dans le chapitre 1, les méthodes de collecte de données, les outils d'analyse et le calendrier de réalisation.

3.2 Recherches préliminaires

Pour la réalisation du projet, des données et des statistiques de la municipalité ont d'abord été recueillies. Cette recherche préliminaire a permis de définir le potentiel touristique de la ville et d'analyser les points saillants à développer. Ces analyses préliminaires sont issues d'une importante recherche documentaire et de la connaissance approfondie la municipalité et la région par Monsieur Pagé, directeur de M3DP Consulting et ancien résident de la ville. Une analyse de marché a été réalisée afin d'établir un premier diagnostic ; cette analyse a fait appel à une analyse marketing selon la matrice SWOT, analyse macro et micro-environnement, ainsi que d'une analyse de la concurrence (Filiatrault et Vachon, 2014). Cette analyse de marché a donné l'occasion d'identifier les attraits et les offres touristiques présentes dans la municipalité à travers le portrait touristique de la ville. Cette première approche a permis de mettre en évidence les forces et faiblesses du territoire au niveau touristique afin de proposer une stratégie adaptée au besoin. Il s'agissait entre autres de définir les caractéristiques de la clientèle cible à savoir : la tranche d'âge des touristes, les motivations de voyage, le type d'activité, les périodes d'achalandage et la durée moyenne des séjours. L'analyse a mis en évidence le potentiel touristique au niveau des attraits naturels et culturels, mais à également révélée les aspects à améliorer à travers l'identification des points faibles au niveau de l'offre touristique et des dispositifs d'accueil manquants. Pour finir, l'analyse de la concurrence permet d'identifier les principaux concurrents susceptibles d'impacter ou d'influencer les tendances sur le marché touristique. Dans le contexte présent, l'identification des principaux concurrents de la Côte-Nord a pour objectif de définir les avantages concurrentiels et les points faibles chez la concurrence afin de proposer une offre touristique distincte et innovatrice. L'objectif étant de positionner Rivière-au-Tonnerre comme l'un des principaux secteurs visités de la Côte-Nord.

À cause du contexte particulier attribuable aux conditions sanitaires entourant la pandémie de COVID19 et pour réaliser le projet en fonction du calendrier déterminé par la municipalité, il a été proposé qu'un rapport d'étape soit déposé préalablement aux entrevues. Ce rapport d'étape présentait des analyses portant sur le diagnostic préliminaire, la proposition d'une image de marque et l'identification des projets porteurs ; celles-ci ont été validées dans une série d'entrevues réalisées en février et mars 2021.

3.3 Approche qualitative

Sur le plan méthodologique, notre recherche est de nature qualitative basée sur une méthode inductive. Notre recherche a fait appel à l'analyse de contenus provenant de la littérature scientifique et des documents officiels produits par deux instances de la région Côte-Nord (ATR et MCR) ainsi que d'entretiens individuels semi-dirigés (voir les annexes 2 et 3). Pendant ces entretiens, les répondants ont été amenés à répondre à une série de questions ouvertes en fonction de leur nature selon quatre catégories sociales professionnelles (partenaires d'affaires, associations, élus et administrations) sur les thématiques suivantes : rôle et intérêt, environnement institutionnel et réalisations, perceptions et attentes visant le développement touristique. Les entrevues ont eu pour objectif de confirmer le diagnostic préliminaire présenté dans le rapport d'étape et de recueillir des informations quant aux orientations. Ces entrevues ont également été le moyen d'entrer en contact avec les différents acteurs touristiques de la ville afin de solliciter leur contribution au plan de développement, ou plan d'action.

3.4 Méthode échantillonnage

Afin de répondre aux objectifs de recherche soit de valider les propositions présentées dans le premier rapport et de recueillir des informations concernant la gestion et le portrait touristique, une méthode d'échantillonnage non probabiliste a été sélectionnée. La sélection des participants a été préalablement définie par Monsieur Pagé en fonction de la pertinence et de la contribution des répondants au plan de développement. L'échantillon compte des représentants de la plupart des acteurs touristiques de la région de la Côte-Nord ayant une interaction avec la municipalité de Rivière-au-Tonnerre. Ainsi, les participants à ces entretiens ont été sélectionnés en fonction de leur rôle dans le secteur touristique de la région de la Côte-Nord. L'échantillon comptait quatorze participants subdivisés en trois catégories:

- Les élus et administrations : Représentants régionaux du développement touristique, MRC Minganie, Représentant régional du ministère de la Culture et des Communications, Maires et élus municipaux Rivière-au-Tonnerre ;
- Les associations : Conseiller développement touristique, Côte-Nord, Directeur ATR Côte-Nord ;
- Les partenaires d'affaires : Propriétaire d'entreprise touristique (excursions de mer, croisière, pêche, terrain de camping), directeurs d'agence de voyages.

Vingt participants ont d'abord été sélectionnés pour réaliser les entrevues ; de ceux-ci, dix-neuf ont pu être sollicités et seulement quatorze ont participé aux entrevues.

3.5 Outils et méthodes de collecte de données

Les entrevues individuelles semi-dirigées ont été réalisées de février à mars 2021 suivant un guide d'entrevue en annexe composé de 20 questions ouvertes (voir les annexes 2 et 3). Compte tenu des conditions exceptionnelles du COVID-19, les répondants ont été sollicités par téléphone et courriel. Les entrevues ont été organisées selon une planification définie en fonction des disponibilités des répondants. Un courriel d'invitation a été envoyé aux participants disposant d'un courriel et des appels téléphoniques ont été émis pour les participants ne disposant pas d'adresses courriel (voir annexe 1). Les contacts des différents participants ont été fournis par mon responsable en milieu de stage et une planification partagée en ligne (doodle) a été créée afin de faciliter la prise de rendez-vous. Les entretiens individuels d'une durée de quarante minutes à une heure ont été effectués par vidéoconférence sur Zoom et par téléphone. Les entrevues ont été enregistrées sur zoom avec l'accord des participants afin de faciliter la retranscription.

3.6 Technique d'analyse des données

La méthode d'analyse de données choisie pour cette étude est l'analyse de contenu; cette dernière permet de dégager les hypothèses les plus réalistes quant aux actions à inclure dans le plan de développement touristique pour la municipalité. Les entrevues ont tout d'abord été retranscrites en verbatims ensuite organisés par catégorie. Nous avons utilisé un logiciel de traitement de texte (Word) afin de retranscrire les verbatims de chaque répondant. Un document de synthèse des entrevues a été produit et intégré au rapport final.

La méthode d'analyse des entrevues a été basée sur l'analyse de contenu de vérification (Aktouf, 1987 :113). Cette technique d'analyse permet de vérifier le réalisme et le degré de validité de l'hypothèse présentée, dans le cadre de cette étude, il s'agit de vérifier l'hypothèse suivante : le tourisme culturel et de nature participe au développement de Rivière-au-Tonnerre.

Rappelons aussi les objectifs de la recherche :

1. Valider les propositions quant à un développement culturel et de nature ;
2. Définir les actions prioritaires à mettre en place pour le développement touristique de Rivière-au-Tonnerre.

Une grille d'analyse a été établie selon quatre catégories définies au préalable afin de regrouper les opinions des différents répondants en fonction des sujets abordés. La grille d'analyse était constituée des catégories suivantes : tourisme de nature, tourisme culturel, positionnement et communication (avoir annexe 4). L'unité d'information était la proposition (Aktouf, 1987 :118). Notre analyse des résultats synthétise les deux parties du guide d'entretien en fonction de notre sujet d'étude, soit le développement touristique de nature et culturel. L'analyse des résultats est centrée sur la perception et les attentes quant au développement touristique, sur l'environnement institutionnel et sur les réalisations. Le guide d'entrevue compte d'autres rubriques portant sur la gestion et la gouvernance du développement touristique de Rivière-au-Tonnerre. Ces aspects sont importants pour la municipalité, mais constituent une question de recherche différente ; ils ne seront pas présentés dans ce rapport de recherche.

Dans le prochain chapitre, nous présentons les résultats de la recherche.

CHAPITRE 4

RÉSULTATS

À l'issue des entretiens réalisés auprès des différentes parties prenantes, une analyse a été réalisée autour des thèmes abordés du guide d'entretien. La grille d'analyse synthétise les échanges avec les parties prenantes concernant les actions à privilégier pour le développement touristique de Rivière-au-Tonnerre. Afin de traiter les données, la technique d'analyse de contenu a été utilisée durant laquelle les données narratives ont pu être examinées à travers les 4 catégories : le tourisme de nature, le tourisme culturel, le positionnement et la communication. Les différents participants ont donc pu exprimer leur point de vue et axe d'orientations suggéré. L'analyse des entretiens qui suit contribue à valider le diagnostic préliminaire et à définir le plan d'action à réaliser pour la ville de Rivière-au-Tonnerre.

4.1 Analyse des entretiens

De manière générale, la mise en place d'un plan de développement touristique a été globalement bien reçue par les participants, parmi eux les gens d'affaires ont souligné l'importance d'intégrer les acteurs du secteur touristique dans le plan de développement afin de proposer une offre adéquate. De façon synthétique, les entretiens ont permis d'orienter les créneaux prioritaires de développement touristique à savoir le tourisme de nature et le tourisme culturel. L'ensemble des participants ont mentionné l'importance de valoriser les attraits naturels de la ville. Par exemple (la lettre et le chiffre identifient le répondant):

H4 : « Je vois pour Rivière-au-Tonnerre une vision élargie et variée pour représenter les atouts de la ville, tout est à construire à Rivière-au-Tonnerre, il y a beaucoup de ressources naturelles disponibles pour le tourisme d'aventure ou de nature par exemple, mais qui ne sont pas mises en valeur, c'est juste du contemplatif, il serait intéressant aussi d'élargir l'offre, car il y a peu d'hébergement pour faire vivre des expériences aux touristes, »

Cette vision est en accord avec celles de Tranquard (2020) et de Weaver (2001). Les ressources disponibles à Rivière-au-Tonnerre peuvent favoriser le développement touristique à travers la mise en valeur des attraits et la création d'une offre axée sur le tourisme de nature comme exprimés par les répondants.

D'après la majorité des répondants, le plan doit s'orienter vers un développement des attraits naturels et culturels de la ville, en effet le plan devra contribuer au développement d'une image de marque afin de se démarquer des autres villes concurrentes de la Côte-Nord. Les activités touristiques de nature soulèvent également les questions quant au respect de la nature de l'environnement et à la conservation des ressources naturelles. Certains répondants ont manifesté leur désir de voir la stratégie de développement touristique orienté vers des valeurs écologiques. Ainsi :

F2 : « Le développement touristique de Rivière-au-Tonnerre doit être tourné vers une vision écotouriste afin de garantir le respect de l'environnement et garder l'authenticité des ressources naturelles pour éviter de nuire à celle-ci ».

Les réponses apportées par les participants viennent donc appuyer le besoin d'inclure la dimension écologique dans le plan de développement axé sur la nature, ce qui s'aligne à la conception de l'écotourisme selon Ceballos-Lascurain (1991)

Dans l'ensemble, les répondants soutiennent que Rivière-au-Tonnerre doit développer son offre touristique basée sur des ressources déjà existantes à savoir les ressources naturelles (Rivière, lacs, plages, forêts) et culturelles (Églises, maison, chicoutai, gastronomie, etc....). Par exemple :

H5 : « En termes de développement touristique il y a une opportunité de présenter l'aspect gourmand de la ville avec la maison de chicoutai, produit du terroir, le grenier boréal avec la cueillette de légume, bleuet, les habitants ont chacun leur petit jardin, ils pourraient participer à des marchés ou même présenter les activités de chasse et de pêche. Possibilité aussi de développer un centre d'interprétation ».

En lien avec des auteurs tels que Reisinger (1994) et Mousavi et al., (2016), nous pouvons voir d'après les réponses des entrevues que des ressources en matière de patrimoine bâti sont existantes, mais peu mise en valeur, de plus l'aspect gastronomie et rencontre avec les populations autochtones de la région sont également des richesses culturelles immatérielles méconnues. Au travers de définition du concept de tourisme culturel, nous avons pu voir que cette pratique a pour objectif de favoriser le développement touristique en se basant sur les ressources culturelles existantes. De ce fait, le développement d'un tourisme de culture représente une opportunité réalisable pour favoriser le développement touristique de Rivière-au-Tonnerre.

Les répondants ont également mis l'accent sur le développement d'activité afin d'élargir l'offre touristique à travers notamment le camping, la pêche, les visites culturelles ou encore les rencontres avec les populations autochtones. De nombreux répondants ont proposé des idées d'actions de développement telles que l'aménagement paysager, le développement de circuit découvert ou encore l'installation d'infrastructure d'accueil. Pour conclure, les personnes rencontrées ont toutes validé la nécessité d'avoir des actions simples, réalistes, peu coûteuses et qui tiennent compte de la disponibilité des ressources naturelles et du patrimoine existant de façon optimale.

Les résultats des entrevues nous permettent donc de valider l'hypothèse de l'étude, soit que le tourisme de nature et culturel participe au développement touristique de Rivière-au-Tonnerre. Les actions et moyens déployés pour la mise en œuvre du plan de développement proposé sont présentés dans la section suivante.

4.2 Créneaux prioritaires : tourisme de nature et tourisme culturel

Deux créneaux prioritaires de réalisation ont été choisis pour développer le tourisme de Rivière-au-Tonnerre à savoir le tourisme de nature et le tourisme culturel. Ces propositions sont appuyées d'une étude de marché concernant l'analyse de la concurrence, l'identification des attraits, une analyse SWOT et une analyse de l'environnement, macro et micro (voir les annexes 5,6 et 7).

Rivière-au-Tonnerre est une municipalité éloignée, mais elle reste la porte d'entrée d'une région et d'un territoire attirant et présent dans l'imaginaire collectif, la Côte-Nord et la Minganie. Les recherches documentaires et les différentes entrevues ont permis de démontrer avec certitude la richesse du patrimoine tant naturel, bâti que culturel, matériel et immatériel, dont dispose la municipalité de Rivière-au-Tonnerre. La ville est le point de ralliement de trois territoires distincts et complémentaires – l'arrière-pays, le littoral et le maritime. Tous ces éléments et ces attraits peuvent potentiellement constituer une offre généreuse et complète aux visiteurs en quête de nature, de découverte et d'exploration.

Aux vues des tendances touristiques de nature, et des microvacances, la municipalité peut se positionner comme le point de ralliement pour des séjours de courtes et moyennes durées afin de découvrir les richesses patrimoniales de la Minganie à travers la découverte de la nature et de sa culture. À cette fin, le tourisme de nature développera les aspects de la nature de Rivière-au-Tonnerre à savoir la villégiature en milieu naturel, les plages, le fleuve Saint-Laurent comme support d'activités plein air, la randonnée

pédestre, l'autocueillette, l'observation et l'interprétation de la nature présentent. Le tourisme culturel développera quant à lui les aspects culturels de la municipalité comme la découverte des produits de la mer et de la terre, la mise en valeur de l'Église Saint-Hippolyte, la mise en valeur et l'interprétation des paysages et la mise en valeur du quartier du havre de pêche.

4.2.1 Diagnostic stratégique

Un diagnostic stratégique de l'activité touristique de Rivière-au-Tonnerre a pu être établi sur le modèle de la matrice SWOT (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces) [voir figure 7 de la page suivante]. Ce diagnostic a permis de mettre en reliefs les points à développer en prenant en compte les réalités de la destination. L'analyse des opportunités et des menaces peut être divisée en trois pôles : les éléments de nature contextuelle et structurelle et ceux relatifs aux caractéristiques naturelles propres de Rivière-au-Tonnerre. Les trois pôles correspondent aux différents contextes d'intervention auxquelles Rivière-au-Tonnerre doit faire face par rapport aux opportunités et menaces en tourisme. Les 2 sections du tableau ont été subdivisées en trois parties afin de faciliter la compréhension et distinguer les contextes concernés par les points identifiés. Le premier pôle concerne les éléments relatifs au cadre actuel de l'étude c'est-à-dire, durant la période pandémique du COVID-19 qui a engendré une hausse du tourisme interrégional inhabituel et la modification du comportement des touristes. De ce fait il semble nécessaire d'identifier les points propres au contexte exceptionnel du COVID-19. En deuxième pôle nous retrouvons le niveau structurel, il s'agit de définir les opportunités et menaces concernant la structure et la gestion économique de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre. Et enfin le pôle attrait naturel et situation géographique concernant les atouts naturels à en devenir de la région et ceux qui peuvent avoir un impact négatif sur la rétention touristique de la municipalité ainsi qu'au niveau géographique par rapport eu ville concurrente voisine.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Milieux naturels; • Terre inexplorée et terrain vierge; • Pas de sur tourisme; • Trois environnements – mer, littoral, arrière-pays; • Haute vitesse à domicile; • Porte d'entrée de la Minganie; • Village relais du Québec; • Présence de Voyage Coste; • Communautés acadiennes et innu; • Proximité de lieux touristiques réputés : Anticosti, Archipel des Mingan, Natashquan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Difficulté d'accessibilité et coût du transport aérien; • Peu d'infrastructure touristique et un état dégradé; • Absence de parcours structuré favorisant l'attraction et la rétention; • Une offre concentrée sur le pôle mer; • Offre en restauration limitée; • Hébergement limité tant quant à la qualité qu'au nombre; • Accueil touristique restreint à la saison estivale; • Signalisation déficiente; • Absence de certains services touristiques; • Saison estivale courte; • Moustiques; • Aucun placement publicitaire/ marketing; • Peu de main-d'œuvre qualifiée.

Opportunités	Menaces
<i>Niveau contextuel</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • COVID-19 ; • Accroissement du tourisme intérieur (Québec-Canada); • Développement du tourisme court pour les populations des grandes villes de la région (Sept-Îles et Baie-Comeau et Québec); • Saturation des concurrents ; • Unanimité et détermination plan institutionnel. 	<p><i>Menaces</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Absence de prévisibilité à court et moyen terme ; • Limitation des déplacements interrégionaux.
<i>Niveau structurel</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Désigné comme pôle touristique émergent dans le cadre de la planification stratégique de développement touristique de la MRC Minganie; • Leviers économiques aux différents paliers gouvernementaux afin de promouvoir l'industrie touristique ; • Toutes saisons ; • Modification des tendances touristiques. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pas d'offre structurée ; • Faible capacité de prise en charge au niveau local ; • Maintien du statut de village-relais ; • Faiblesse de l'emploi et concurrence avec les travailleurs de la construction.

<i>Au niveau des attraits naturels et de sa situation géographique</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Candidature d'Anticosti au patrimoine mondial de l'UNESCO; • Potentiels de développement des milieux naturels présents ; • Accroissement de l'attrait pour la découverte des communautés innu et Acadiennes – Le « retour aux sources » ; <p>Changements climatiques – Diminution</p> <ul style="list-style-type: none"> • progressive de la qualité de l'offre de tourisme hivernal dans les régions plus du Québec situées plus au Sud ; • Tendances touristiques : tourisme de nature, écotourisme, microvacances. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vue comme une destination de passage sur la 138 ; • Concurrence des autres destinations intra et extrarégionales; • Éloignement des marchés ; • Perception négative de la région quant aux insectes et à la météo.

Figure 7: Matrice SWOT

Au vu de la réalisation de l'analyse stratégique basée sur le modèle de la matrice SWOT, un diagnostic stratégique peut être établi. La présentation des forces de la ville met en évidence qu'il existe un fort potentiel de développement pour Rivière-au-Tonnerre fondé des espaces de nature et un cadre naturel vierge. Au niveau des faiblesses, l'absence d'offre touristique structurée et le manque de structure d'accueil freinent le développement de la municipalité. D'autre part la richesse des attraits est largement

sous-exploitée. Rivière-au-Tonnerre est une municipalité éloignée, mais elle reste la porte d'entrée d'une région et d'un territoire attirant et présent dans l'imaginaire collectif, la Côte-Nord et la Minganie. Toutefois, comme beaucoup de municipalités comparables, Rivière-au-Tonnerre souffre d'une faible vitalité économique, victime d'une industrie plus difficile, la pêche, et d'une démographie décroissante. Par ailleurs, la main-d'œuvre reste peu qualifiée et peu nombreuse, limitant et encadrant ainsi la capacité de développement d'une offre touristique. De plus l'activité touristique, essentiellement estivale, reste limitée et peu entretenue, souffrant de l'absence de planification et de capacité pour soutenir le secteur. Enfin le manque de visibilité et de signalisation des attraits de la ville limite l'attractivité touristique. Ces éléments témoignent du fait que Rivière-au-Tonnerre, porte d'entrée de la Minganie, est positionnée comme halte est non une destination. Rivière-au-Tonnerre doit savoir mêler les deux aspects afin de profiter du fort potentiel de développement tant de la région que celui tiré de son patrimoine. Elle ne pourra pas être seulement une destination vacances, mais ne pourra se développer avec autonomie si elle reste seulement une porte d'entrée vers la Minganie.

Au niveau des opportunités la municipalité peut aussi bien travailler à renforcer son offre de nature, tant pour les 55-64 ans que pour les 35-44 ans, clientèle identifiée dans le portrait touristique de la ville (Annexe 6). Pour cela, il lui faut miser sur le développement d'une offre fondée sur l'expérience et principalement sur l'expérience sensoriel et dont la présence des trois territoires peut aisément combler. Par ailleurs, les micros-vacances peuvent être une occasion d'attirer une nouvelle clientèle plus jeune et de renforcer sa clientèle des 35-44 ans afin de tenter de la séduire et de la fidéliser. La hausse du nombre de visiteurs liée au contexte pandémique est également une opportunité, soit de diversifier l'offre d'activité proposée. Néanmoins, la municipalité devra prendre en compte l'instabilité du contexte pandémique, pouvant modifier les comportements des consommateurs, mais également faire face à la concurrence des destinations intrarégionale et extra régional.

4.3 Vision et positionnement

Les entrevues et le diagnostic stratégique ont permis de valider la vision du développement et les orientations à prendre afin de favoriser le développement touristique et notamment quant à la forme des actions à privilégier. La qualité de pôle émergent, la rareté des ressources humaines et l'absence d'image de marque exigent d'orienter les actions vers la mise en place ou la pérennisation des structures d'accueil, d'information et de recension. La réalisation de structures majeures d'accueil touristique qui nécessitent

des investissements humain et financier importants devra être envisagée à plus long terme afin de pouvoir être rentabilisée.

À la suite de ces analyses, une proposition de vision a été formulée comme suit :

« Donner à Rivière-au-Tonnerre les moyens de devenir un pôle d'attraction touristique au sein de la Minganie par la mise en valeur et une meilleure accessibilité à son patrimoine naturel et son culturel dans le but d'offrir aux visiteurs une diversité d'expérience tout en respectant l'intégrité et le caractère sauvage des milieux, et ce en toute saison. »

Positionnement :

La position de Rivière-au-Tonnerre sur la carte (voir figure 8 à la page suivante) représente le positionnement actuel de la ville concernant l'offre touristique, culturel et de nature présente, c'est-à-dire une offre de nature présente, mais en retrait et une offre culturelle à développer. L'analyse de la concurrence nous a permis de définir les 2 axes de la carte perceptuelle en fonction des produits touristiques offerts par les villes concurrentes en rapport avec le taux d'achalandage observé en 2019. Rivière-Tonnerre dispose d'atouts touristiques cependant, l'offre demeure peu structurée et développée. L'offre culturelle reste limitée et manque de diversité : par exemple, l'instauration de visite guidée, festivals ou encore création de musées, et d'autre part l'offre touristique de nature, bien que celle-ci soit présente, elle manque de structuration et de visibilité. L'objectif est de positionner Rivière-au-Tonnerre comme l'une des destinations de nature et les plus visités de la Côte-Nord à travers le développement d'une offre axée sur la découverte des territoires inexplorés. Le positionnement voulu pour la municipalité permettra de gagner des parts de marché et de se positionner face à ces principaux concurrents à savoir la ville de Tadoussac, Sept-Îles et de Baie-Comeau qui sont par ailleurs les villes les plus visitées de la Côte-Nord.

La vision présentée ci-dessus se concrétise dans le positionnement que voici :

« Un lieu de découverte et d'expérience sensorielle au cœur de Territoires inexplorés. »

Voici le message destiné aux clientèles ciblées :

« À la découverte de territoires inexplorés. »

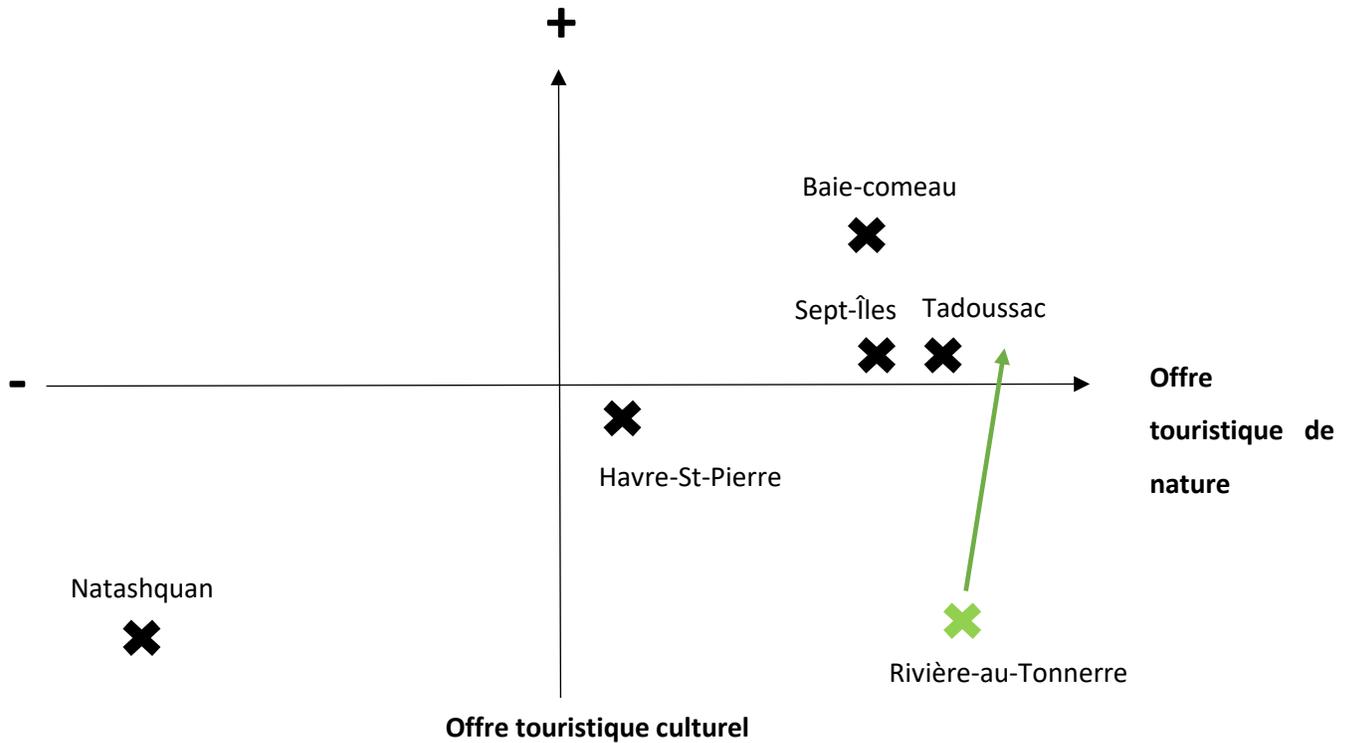


Figure 8 : Carte perceptuelle

4.4 Orientations stratégiques

Pour le pôle émergent qu'est Rivière-au-Tonnerre, la priorité pour les trois prochaines années est de mettre en place les fondations d'un développement touristique en profitant de la fenêtre d'opportunité offerte par le contexte sanitaire ce qui lui permettra dans un second temps de développer des projets de plus grandes envergures en vue de lui donner le statut de pôle d'attraction. La mise en place de ces fondations guide le choix des trois orientations stratégiques et douze stratégies pour la planification

stratégique 2021-2024, les orientations pour les atteindre et le pôle d'attraction 2027 (voir la figure 9 page suivante).



Figure 9 : Orientations stratégiques

Le plan de développement est orienté vers 3 objectifs stratégiques, à savoir ;

- 1) Préparer Rivière-au-Tonnerre afin de la transformer en un pôle d'attraction :
- 2) Augmenter l'achalandage et la durée des séjours en toute saison :
- 3) Améliorer l'expérience touristique.

L'objectif premier est de préparer à la ville à devenir un pôle émergent afin de s'imposer sur le marché touristique de la région. Afin d'atteindre cet objectif, nous recommandons certaines actions à mettre en place, tout d'abord la mise en place d'une instance pour coordonner les actions et la concertation entre les acteurs. Cette action permettra d'impliquer les acteurs du tourisme dans le plan de développement et de proposer une offre adéquate. Nous recommandons également de mettre en place des actions afin d'accroître la présence numérique de la municipalité notamment à travers les plateformes de réservation, site internet ou encore les réseaux sociaux pour augmenter la visibilité. En troisième action nous recommandons de développer la signalisation de Rivière-au-Tonnerre notamment avec l'installation de pancarte pour identifier les attraits. En dernier lieu, nous recommandons de développer l'aménagement paysager et urbain avec l'installation de sanitaire et de structure d'accueil pour les visiteurs.

En deuxième objectif il s'agit d'augmenter l'achalandage et la durée des séjours en toute saison, afin d'atteindre cet objectif, nous recommandons d'encourager le développement des entreprises touristiques locales et de mener des actions afin de soutenir la diffusion de l'offre commerciale. Nous recommandons également de mettre en place des actions permettant de faciliter l'accès à l'information au touristique, comme des plans de routes ou guide sur les attraits et services disponibles de ville. Et enfin nous recommandons de renforcer l'offre d'hébergement afin d'attirer davantage de touristes notamment avec

l'instauration d'un système communautaire de location de logement ou encore l'implantation de chaîne d'hôtel.

En dernier objectif il s'agit d'améliorer l'expérience touristique pour atteindre cet objectif, nous recommandons de proposer des actions afin d'offrir un milieu de vacances sécuritaire et de qualité. Nous recommandons de mettre en place des actions afin de valoriser le patrimoine culturel et naturel à travers des événements ou circuit touristique et développer des parcours d'activités. En dernier lieu, mettre en place des actions pour étudier la possibilité de développer des activités d'appel.

4.4.1 Axes d'intervention

Afin d'atteindre les objectifs stratégiques, quatre axes d'interventions ont été élaborés afin d'encadrer les stratégies et les actions de planification stratégique. Ces axes vont permettre d'encadrer les stratégies et les actions de développement touristique proposé à la municipalité.

- *Axe 1 : La concertation*

Les entrevues ont démontré que la réussite des actions de développement touristique repose sur une condition essentielle et préalable, la mise en place d'une structure de gouvernance qui prend en compte l'ensemble des parties prenantes, veille à la coordination des projets publics et privés, favorise la diffusion de l'information quant aux occasions de développement et veille à l'image de marque de la municipalité quant au tourisme.

- *Axe 2 : Le rayonnement*

Bien que le développement touristique de Rivière-au-Tonnerre s'inscrive dans le respect des planifications régionales, faire de la municipalité un point d'attraction touristique à part entière devra passer nécessairement par la création et la promotion d'une signature touristique propre à la municipalité ce qui induira un traitement de l'information au niveau local.

- *Axe 3 : L'information et l'orientation*

Les différentes offres de parcours touristiques viseront à créer un lien intime avec le touriste en établissant une réelle interaction avec ce dernier tout en veillant à garantir l'autonomie recherchée par les publics visés. La découverte des différentes composantes du patrimoine naturel, culturel et patrimonial de Rivière-au-Tonnerre devra mettre l'accent sur les expériences sensorielles, que cela soit la vue à travers les paysages uniques et non dénaturés, une absence de pollution lumineuse, l'odorat avec le littoral marin, l'ouïe par l'absence de pollution sonore urbaine et la présence d'une importante faune terrestre et le goût par les produits locaux issus de la cueillette et de la pêche. Des parcours expérientiels présentant l'histoire et l'environnement devront répondre aux besoins d'exploration, d'autonomie, de liberté et de sécurité.

- *Axe 4 : L'accueil*

Ce renforcement du pôle touristique de Rivière-au-Tonnerre devra s'appuyer non seulement sur le développement d'une infrastructure d'accueil touristique qui prend en compte les contraintes en matière d'emploi et de financement propres à la région, mais aussi sur la recherche d'une offre touristique respectueuse de l'environnement et de la ruralité de la région. Par ailleurs, il sera nécessaire de veiller à son intégration à la fois auprès des acteurs publics et associatifs locaux que dans l'offre régionale afin de garantir une offre cohérente et complète.

4.5 Plan stratégique 2021-2024

Le plan stratégique présente les actions, les cibles et les échéanciers des différentes orientations stratégiques proposées par l'équipe de travail sur 3 ans de 2021 à 2024 (voir la figure 10 ci-dessous et l'annexe 8). Le plan présente les actions immédiates sur 1 an à réaliser afin de démarrer l'activité touristique et celle à développer dans les 2 prochaines années. Ce dernier regroupe 3 orientations stratégiques, 4 axes de développements, 12 stratégies et 44 actions. De manière synthétique les actions préconisées sont basées sur le développement d'un tourisme culturel et de nature et sont présentées selon les 3 objectifs à atteindre du plan de développement.



Figure 10 : Plan stratégique

4.5.1 Préparer Rivière-au-Tonnerre en un pôle d'attraction

Le premier objectif est celui de transformer la municipalité en un pôle d'attraction émergent en faisant appel aux 4 axes d'intervention présentés plus haut sur 1 an. Afin d'atteindre cet objectif, le plan préconise 4 stratégies à mettre en place à savoir : coordonner les relations entre les acteurs du tourisme, accroître la présence numérique, développer une signalisation et développer l'aménagement paysager et urbain. Les actions de ses différentes stratégies consistent à développer une image de marque à travers une signature et un visuel, installer des panneaux d'interprétation pour au moins 80% des attraits installés, création des aires de point de vue sur les 3 localisations créées et enfin professionnaliser la prise en charge du développement touristique à travers l'embauche d'une ressource mutualisée.

4.5.2 Augmenter l'achalandage et la durée des séjours en toute saison

Le deuxième objectif qui est celui d'augmenter l'achalandage et la durée des séjours s'insère également dans les 4 axes de développement. Quatre stratégies sont présentées afin d'atteindre cet objectif à savoir : encourager le développement des entreprises locales à travers l'intégration des produits locaux dans l'offre touristique, soutenir la diffusion de l'offre commerciale en mettant en place des outils promotionnels afin de garantir à 100% de leur présence sur le site touristique de la municipalité. De plus l'objectif met en place une stratégie pour faciliter l'information et l'accès aux touristes à travers le développement de carte interactive sur les services et commodité et enfin renforcer l'offre d'hébergement avec la création de 20 espaces de camping sauvage sur des attrants de gestion municipale.

4.5.3 Améliorer l'expérience touristique

Pour finir le troisième objectif celui d'améliorer l'expérience touristique selon les 4 axes de développement sur 1 à 3 ans. Pour atteindre cet objectif, le plan préconise 4 stratégies à mettre en place tel que : restauré l'église St Hyppolyte à travers une subvention au ministère du Patrimoine, mettre en valeur le patrimoine innu grâce à l'intégration du patrimoine et histoire innue dans le portrait de la municipalité. Également développer des activités sportives et récréatives autour des ressources marines et fluviales à travers une étude de faisabilité sur un complexe récréatif de nature et enfin étudier la possibilité de créer un festival gastronomique et culturel local.

CHAPITRE 5

COMMENTAIRES ET DISPOSITIONS PARTICULIÈRES

5.1 Retour critique sur le stage

L'intervention de recherche réalisée a été une expérience très enrichissante, en effet cette intervention m'a permis de me confronter au milieu touristique au sein des instances publiques qui était un secteur méconnu pour ma part. J'ai également eu l'occasion de travailler en collaboration avec l'entreprise mandataire M3DP Consulting tout au long du mandat, et d'être immergé dans un projet de recherche d'une grande envergure, ce qui a également été un défi. L'intervention de recherche m'a permis de découvrir et d'apprendre de manière pratique le travail de recherche quant à la mise en place d'un plan de développement touristique. La collaboration avec le client et l'équipe de travail a été une première expérience formatrice me permettant d'aborder avec plus grande ferveur les travaux professionnels dans le domaine touristique. Bien que le cadre de travail dû au COVID-19 a rendu les conditions de travail particulières (télétravail, visioconférence), cette dernière n'a pas été un frein quant à la réalisation des différents livrables demandée par le mandataire.

Cependant les restrictions de voyages et d'interaction en présentiel ont limité l'étendue de la recherche qui a été basée sur des aspects de recherches possibles à effectuer à distance. Durant la période de stage, j'ai rencontré quelques difficultés au niveau des recherches préliminaires pour établir le constat, en effet le manque de données récentes sur les activités touristiques de la municipalité a limité l'analyse. De ce fait une majeure partie des données ont été récupérée des autres municipalités voisines ou déduit des rapports touristiques réalisés par Tourisme Côte-Nord et La MRC de Minganie auxquelles appartient Rivière-au-Tonnerre.

Nous avons spécifié ce problème dans le rapport final en intégrant dans les recommandations la mise en place d'outil de collecte d'informations et la mise à jour de celle existante afin de favoriser le développement de la ville. Si le problème avait été connu au départ, j'aurais proposé d'établir une collecte d'information afin de définir le type de clientèle, le taux d'achalandage et le profil des visiteurs afin d'obtenir des données marketing pertinentes centrées sur Rivière-au-Tonnerre. Cette intervention de recherche m'a également permis de découvrir les réalités du marché touristique, le contexte sanitaire a représenté un réel défi, car j'ai dû m'adapter et maîtriser très rapidement la situation présente.

Je me suis particulièrement investie dans la réalisation des analyses de marché, les entrevues et les propositions d'actions à mener. Mes horaires de travail étaient flexibles, ce qui me permettait d'organiser mon emploi du temps et rendre les livrables demandés à temps. J'ai aussi apprécié les retours positifs du comité lors de la présentation du rapport d'étape qui ont permis d'aboutir au résultat final.

De manière générale, l'intervention de recherche s'est très bien déroulée, j'ai été accompagné par Monsieur Pugeaud lors des travaux et j'ai pu bénéficier de son aide et conseil dans la réalisation de chacune des parties du rapport qui ont été divisées selon les compétences de chacun.

De plus, les objectifs quant à la réalisation des livrables et les attentes du client ont été largement satisfaits, nous avons reçu un retour positif du conseil municipal pour la réalisation du rapport.

Je recommande cette entreprise pour les futurs étudiants en maîtrise, car les tâches ont été très intéressantes à réaliser, de plus Monsieur Page a été très pédagogue et soucieux de l'avancement de mon travail. J'ai pu travailler avec une équipe très chaleureuse et bienveillante, mais j'ai également pu prendre des décisions, proposer des actions et travailler en autonomie.

5.2 Limite de l'étude

Initialement, notre équipe de travail devait se rendre sur place dans la municipalité de Rivière-au-Tonnerre afin de rencontrer les acteurs de la région et de procéder à une analyse terrain. Cependant dû aux restrictions de voyages du COVID-19, les recherches et analyses ont été effectuées à distance au travers des documents officiels des différentes instances publiques touristiques de la ville concernant le type de clientèle présent dans la région, le secteur d'activité touristique, le taux d'achalandage, etc.

L'intervention de recherche a été basée sur des entrevues réalisées auprès de certains acteurs de la région, les associations ou encore la communauté innue qui n'ont pu être représentées pour cause de la difficulté de joindre par téléphone ou courriel les représentants. De ce fait, seules les connaissances du directeur Monsieur Pagé ont pu être contactées, ce qui a limité l'étendue de l'échantillon. D'autre part, l'étude n'est pas basée sur une analyse terrain, il aurait été intéressant d'effectuer une analyse sur le territoire afin de mieux appréhender les enjeux et défis du secteur touristique.

Il aurait été également intéressant de définir une autre cible pour les entrevues à savoir les touristes de nature et culture afin d'obtenir des résultats plus réalistes et représentatifs de la demande. De plus les recherches concernant le développement du tourisme de nature et de culture sont peu nombreuses ce qui ne permet pas d'obtenir une grande quantité de données récentes à sujet afin d'effectuer une comparaison.

CONCLUSION

L'année 2020 a été marquée par l'apparition de la COVID-19 qui a poussé de nombreux Québécois à venir découvrir la région de la Côte-Nord et Rivière-au-Tonnerre. Le contexte sanitaire a donc offert une formidable occasion de développement touristique. Ainsi la Municipalité de Rivière-au-Tonnerre a mandaté la firme M3DPConsulting afin de réaliser un plan de développement touristique avec pour objectif de déterminer les potentiels de développement au regard des clientèles visées, tendances touristiques observées afin de proposer une stratégie de développement. Au vu des recherches et analyses réalisées, nous avons proposé un plan axé sur le tourisme de nature et de culture. En effet, le tourisme de nature et le tourisme culturel figurent parmi les tendances touristiques actuelles ; ces créneaux sont une occasion de développement pour les territoires disposant de ressources naturelles et d'éléments patrimoniaux. Dans le cas à l'étude, la municipalité dispose d'un patrimoine bâti riche avec son église et de ressources naturelles peu mises en valeur telles les rivières, plages, chutes ou encore des activités de nature comme la pêche, la chasse ou encore le camping. L'objectif de la recherche a été de valider le potentiel touristique de Rivière-au-Tonnerre afin d'identifier les axes d'orientation stratégique de développement. À cet effet, deux concepts fondamentaux ont été étudiés en profondeur à savoir le tourisme de nature et le tourisme de culture.

Afin de valider l'hypothèse de départ à savoir : le tourisme de nature et de culture permet le développement touristique de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre, la recherche a été constituée d'une analyse qualitative basée sur des entrevues et d'une importante recherche documentaire. Différents acteurs touristiques de Rivière-au-Tonnerre ont pu être interrogés par téléphone et vidéoconférence compte tenu des conditions exceptionnelles du COVID-19.

Les résultats de la recherche ont mis en relief la nécessité de mettre en valeur les attraits existants de la municipalité, celle-ci se traduit par le développement d'un tourisme axé sur la nature et sur la culture. D'autre part, les actions de développement touristique devront prendre en compte les réalités du territoire au niveau de la conservation des ressources naturelles et contribuer au rayonnement économique en intégrant les parties prenantes au plan de développement. Ainsi, un plan de développement échelonné sur trois ans et portant sur trois orientations a été proposé : augmenter l'achalandage et la durée du séjour, transformer Rivière-au-Tonnerre en un pôle touristique et améliorer

l'expérience touristique, tout ceci basé sur quatre axes de développement, douze stratégies et quarante-quatre actions.

ANNEXE 1

Courriel d'invitation entrevue

Bonjour xxxx,

Dans le cadre de l'élaboration du plan directeur de développement touristique de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre, nous souhaiterons réaliser des entrevues avec les acteurs de la région afin d'enrichir la proposition de développement.

À cet effet, nous sollicitons votre contribution afin de réaliser une entrevue individuelle d'une durée de 30 à 45 minutes au sujet du développement touristique de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre. Nous garantissons la confidentialité de l'information recueillie.

Afin de participer aux entrevues, vous trouverez ci-dessous un lien Doodle qui vous permettra de sélectionner l'horaire qui vous convient pour réaliser cette entrevue.

https://doodle.com/poll/v6y6a93zbyw9xc59?utm_source=poll&utm_medium=link

En vous remerciant pour votre contribution au projet, nous nous tenons à disposition pour toutes informations complémentaires aux entrevues.

Estelle Kante.

M3DPConsulting.

ANNEXE 2

Guide d'entrevue, Canevas pour les élus de Rivière-au-Tonnerre

Rôle

1. Depuis quand êtes-vous élu de Rivière-au-Tonnerre?
2. Quelles sont vos fonctions d'ordre général à Rivière-au-Tonnerre?
3. Avez-vous d'autres fonctions électives ou êtes-vous membres d'une autre instance administrative locale, régionale ou nationale?
4. Quel est votre rôle quant au développement économique au niveau local et régional?
5. Quel est votre rôle quant au développement touristique au niveau local et régional?
6. Avez-vous participé dans le passé à un groupe de travail sur le développement touristique tant au niveau local que régional ou national?
7. Si oui, pourriez-vous nous préciser quels sont ce ou ces groupes, leur mandat et ce qu'il est ressorti?
8. Sur quoi avez-vous le plus de contrôle dans le cadre du développement touristique ou économique?

Si la personne interrogée est l'une de celle qui a participé à la prise de décision pour nous donner le mandat

9. Quel est le contexte (économique, budgétaire, social, politique, environnemental) qui vous a poussé à donner un mandat à notre firme?
10. Quelles sont vos attentes quant à la réalisation de ce mandat?

Environnement institutionnel et réalisations

Certains éléments de réponse pourraient se recouper avec la partie précédente si la personne interrogée est une partie prenante active de groupes de travail. Ajuster cette partie en conséquence.

11. Quelles sont les parties prenantes tant au niveau local que régional et pourriez-vous identifier les acteurs incontournables de ces parties prenantes?
12. Êtes-vous au fait de précédents rapports réalisés quant au développement touristique tant au niveau local que régional?
13. Si oui, pourriez-vous nous parler de ces rapports et des suites qui ont été données?
14. Si aucune suite n'a été faite, savez-vous pourquoi?
15. Êtes-vous au fait de travaux institutionnels actuels concernant le développement touristique tant au niveau local que régional?
16. Si oui, pourriez-vous nous parler de ces travaux, leurs mandats et objectifs et leur état d'avancement?
17. Comment jugez-vous la gouvernance actuelle du développement touristique dans son aspect organisationnel (**attention, ici préciser que l'on ne veut pas juger des réalisations ou du travail des acteurs, mais plutôt de l'organisation du schéma de gouvernance du développement touristique**)

Perceptions et attentes quant au développement touristique

18. Comment jugeriez-vous l'état actuel du développement touristique à Rivière-au-Tonnerre et dans la MRC?
19. Quels sont vos points forts et vos points faibles tant au niveau local que régional?
20. Quelle est votre vision du développement touristique pour Rivière-au-Tonnerre?

Discuter au regard de la vision développée dans le rapport d'étape

21. Sur quoi devrions-nous travailler prioritairement?
22. Quel(s) projet(s) déjà envisagé(s) ou non serait selon vous à éviter?
23. Selon vous, comment le développement touristique de Rivière-au-Tonnerre devrait s'insérer au niveau régional sur le plan organisationnel et institutionnel?

Si la personne interrogée est l'une de celle qui participe à la prise de décision quant aux suites du rapport

24. Quelles ressources sur les plans humain, institutionnel et budgétaire seriez-vous prêtes à engager?

Participation citoyenne, associative et des gens d'affaires

25. Quel est selon vous le rôle du citoyen de Rivière-au-Tonnerre dans la planification, l'organisation et la mise en œuvre du développement touristique?
26. Quel est selon vous le rôle des associations locales et régionales dans la planification, l'organisation et la mise en œuvre du développement touristique?

Identification, si non répondu dans la partie précédente

27. Quel est selon vous le rôle de la communauté d'affaires tant au niveau local que régionale dans la planification, l'organisation et la mise en œuvre du développement touristique?

Identification, si non répondu dans la partie précédente

Financement

28. Pourriez-vous identifier les avenues de financement possible quant à d'éventuels projets de développement touristiques à Rivière-au-Tonnerre? Rivière-au-Tonnerre

ANNEXE 3

Guide d'entrevue, Canevas pour les gens d'affaires

Rôle et intérêts

1. Depuis quand êtes-vous au service de l'entreprise?
2. Quel est votre mandat au sein de cette entreprise?
3. Avez-vous, à titre personnel, des fonctions ou mandats touchant au développement économique ou touristique tant au plan local, régional que national?
4. Si oui, dans quelle organisation et quel est votre mandat?
5. Avez-vous, à titre corporatif, des fonctions ou mandats touchant au développement économique ou touristique tant au plan local, régional que national?
6. Si oui, dans quelle organisation et quel est votre mandat?
7. Quel est votre intérêt corporatif quant au développement touristique au niveau local et régional?
8. Avez-vous participé dans le passé à un groupe de travail sur le développement touristique tant au niveau local que régional ou national?
9. Si oui, pourriez-vous nous préciser quels sont ce ou ces groupes, leur mandat et ce qu'il est ressorti?

Environnement institutionnel et réalisations

Certains éléments de réponse pourraient se recouper avec la partie précédente si la personne interrogée est une partie prenante active de groupes de travail. Ajuster cette partie en conséquence.

10. Quelles sont selon vous les parties prenantes tant au niveau local que régional et pourriez-vous identifier les acteurs incontournables de ces parties prenantes?
11. Êtes-vous au fait de précédents rapports réalisés quant au développement touristique tant au niveau local que régional?
12. Si oui, pourriez-vous nous parler de ces rapports et des suites qui ont été données?
13. Si aucune suite n'a été faite, savez-vous pourquoi?
14. Êtes-vous au fait de travaux institutionnels actuels concernant le développement touristique tant au niveau local que régional?
15. Si oui, pourriez-vous nous parler de ces travaux, leurs mandats et leurs objectifs et leur état d'avancement?
16. Comment jugez-vous la gouvernance actuelle du développement touristique dans son aspect organisationnel (**attention, ici préciser que l'on ne veut pas juger des réalisations ou du travail des acteurs, mais plutôt de l'organisation du schème de gouvernance du développement touristique**)

Perceptions et attentes quant au développement touristique

17. Comment jugeriez-vous l'état actuel du développement touristique à Rivière-au-Tonnerre et dans la MRC?
18. Quels sont les points forts et les points faibles tant au niveau local que régional?
19. Quelle est votre vision du développement touristique pour Rivière-au-Tonnerre ou la MRC?

Discuter au regard de la vision développée dans le rapport d'étape

20. Sur quoi devrions-nous travailler prioritairement?
21. Quel(s) projet(s) déjà envisagé(s) ou non serait selon vous à éviter?
22. Selon vous, comment le développement touristique de Rivière-au-Tonnerre devrait s'insérer au niveau régional sur le plan organisationnel et institutionnel?

Participation citoyenne, associative et des gens d'affaires

23. Quel est selon vous le rôle du citoyen dans la planification, l'organisation et la mise en œuvre du développement touristique?
24. Quel est selon vous le rôle des associations locales et régionales dans la planification, l'organisation et la mise en œuvre du développement touristique?

Identification, si non répondu dans la partie précédente

25. Quel est selon vous le rôle de la communauté d'affaires tant au niveau local que régionale dans la planification, l'organisation et la mise en œuvre du développement touristique?

Identification, si non répondu dans la partie précédente

26. Quelles ressources votre entreprise pourrait apporter afin de soutenir le développement touristique de Rivière-au-Tonnerre?

ANNEXE 4
Grille d'analyse

18. Quels sont les points forts et les points faibles tant au niveau local que régional ?			
	Idées manifestes	Idées latentes « émergente »	Catégories
- H1 : « Il est difficile de connaître RAT si on ne vient pas de la région, à cause du manque de visibilité, c'est dommage, car RAT détient un patrimoine bâti avec l'église tournée vers le fleuve pour des raisons historiques qui pourrait faire venir les touristes européens par exemple »	Manque de visibilité patrimoine bâti avec l'église tournée vers le fleuve pour des raisons historiques	- Besoin d'augmenter la visibilité - Mise en avant du patrimoine matériel	- Communication - Tourisme culturel
- H2 : « Les aspects de la nature comme les chutes de RAT qui devrait être mis en valeur, la facilité d'accès à la plage sont également des atouts, la cueillette sauvage, les serres de légume. RAT détient les plus beaux couché de soleil »	Les aspects de la nature comme les chutes de RAT qui devrait être mis en valeur, la facilité d'accès à la plage sont également des atouts, la cueillette sauvage, les serres de légume	- Mise en valeur des attraits naturels de la ville	- Tourisme de nature
- H3 : « RAT dispose d'attrait naturel comme les Parcs, Rivière, les anses, les baies pour faire des promenades, »	dispose d'attrait naturel comme les Parcs, Rivière, les anses, les baies	- Présence d'attrait naturel	- Tourisme de nature

<p>- H4 : « RAT est la porte d'entrée de la Minganie, c'est aussi le premier village quand on rentre dans la région, la ville a un emplacement privilégié à 100 kilomètres d'un moyen centre, c'est aussi le premier arrêt que l'on rencontre, donc bien localisé par rapport aux autres villes »</p>	<p>bien localisé par rapport aux autres villes</p>	<p>- Bonne localisation géographique</p>	<p>- Positionnement</p>
<p>- H5 : « Les points forts de RAT sont les cadres naturels, avec les chutes du grand saut, plusieurs chutes et autres rapides, la rivière sholdreck, les rochers de RAT, le littoral entre RAT, les sentiers de randonnée pédestre, une possibilité également de faire du tourisme culturel, de la descente de rivière, on retrouve une très bonne complémentarité des attraits dans la région »</p>	<p>cadres naturels, avec les chutes du grand saut, plusieurs chutes et autres rapides, la rivière sholdreck, les rochers de RAT, le littoral entre RAT, les sentiers de randonnée pédestre</p> <p>du tourisme culturel</p>	<p>- Cadres et attraits naturels présents</p> <p>- Possibilité de tourisme culturel</p>	<p>- Tourisme de nature</p> <p>- Tourisme culturel</p>
<p>- F1 : « Les points forts se trouvent au niveau des atouts naturels comme la présence de 2 sentiers pédestres, les cascades la chute manitou qui est l'un des attraits les plus convoités »</p>	<p>niveau des atouts naturels comme la présence de 2 sentiers pédestres, les cascades la chute manitou</p>	<p>- Présence de sentiers et cascade</p>	<p>- Tourisme de nature</p>
<p>- F2 : « Les points faibles au niveau touristique est le manque de communication, avec les gens d'affaires qui</p>	<p>le manque de communication, avec les gens d'affaires qui</p>	<p>- Besoin de créer davantage d'activité afin de développer</p>	<p>- Communication</p> <p>- Positionnement</p>

<p>ne sont de sont pas consulté par les élus dans le développement touristique, or leur implication est primordiale au développement, il manque aussi des activités pour amener les gens vers le village, vers les attraits naturels existants de la région »</p>	<p>ne sont de sont pas consulté</p> <p>il manque aussi des activités pour amener les gens vers le village, vers les attraits naturels existants de la région »</p>	<p>l'image de la destination</p> <ul style="list-style-type: none"> - Améliorer la communication avec les gens d'affaires 	
<ul style="list-style-type: none"> - F3 : « L'offre touristique n'est pas variée, le problème au niveau de la restauration de RAT c'est qu'il manque des entreprises et de la main-d'œuvre, ce qui est dommage, car la ville possède des atouts culturels à mettre en valeur comme l'église ou les attraits naturels comme les chutes rivière, il y a un potentiel de développement de la route blanche avec le tourisme hivernal » 	<p>L'offre touristique n'est pas variée</p> <p>atouts culturels à mettre en valeur comme l'église</p> <p>Les attraits naturels comme les chutes rivière,</p> <p>il y a un potentiel de développement de la route blanche avec le tourisme hivernal</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Manque de diversité touristique - Tourisme culturel - Tourisme de nature - Potentiel de développement tourisme hivernal 	<ul style="list-style-type: none"> - Communication - Tourisme culturel - Tourisme de nature - Positionnement

19. Quelle est votre vision du développement touristique pour Rivière-au-Tonnerre ou la MRC?			
	Idées manifestes	Idées latentes « émergente »	Catégories
- H1 : « Pour une vision à long terme je vois un grand potentiel pour le tourisme de nature, d'aventure de plein air et culturel avec les atouts disponibles à mettre en valeur »	le tourisme de nature, d'aventure de plein air culturel	- Possibilité de développer du tourisme d'aventure et plein air - Tourisme culturel	- Positionnement - Tourisme de nature
- H2 : « Un vision élargi et varié pour représenter les atouts de la ville, tout est à construire à RAT, il y a beaucoup de ressources disponibles pour le tourisme d'aventure, mais qui ne sont pas mis en valeur c'est juste du contemplatif aussi élargir l'offre peu d'hébergement pour faire vivre des expériences aux touristes ; actuellement RAT pense à court terme, la vision est de penser à long terme, il faudrait ouvrir les champs et définir une stratégie réaliste»	de ressources disponibles pour le tourisme d'aventure élargir l'offre peu d'hébergement pour faire vivre des expériences aux touristes	- Ressources existantes pour développer le tourisme d'aventure - Besoin d'une variété de service touristique	- Positionnement - Communication
- H3 : « Faire de RAT le point d'arrêt touristique de la région, s'assurer que les gens ont une vision plus large pour amener les visiteurs à visiter toute la région et se baser sur des valeurs de RAT »	Faire de RAT le point d'arrêt touristique de la région baser sur des valeurs de RAT	- Développement d'un point d'arrêt - Communication autour des valeurs de la ville	- Positionnement - Communication
- F2 : « Le développement touristique de Rivière-au-tonnerre doit être tourné vers une vision écotouriste	une vision écotouriste afin de garantir le	- développement écologique	- Tourisme de nature

afin de garantir le respect de l'environnement et garder l'authenticité des ressources naturelles pour éviter de nuire à celle-ci »	respect de l'environnement		
- F3 : « transformer la ville en un pôle attractif avec pour objectif de retenir au moins une nuit le voyageur et de ne pas être seulement un lieu de passage »	transformer la ville en un pôle attractif	- Pôle attractif	- Positionnement

20. Sur quoi devrions-nous travailler prioritairement ?			
	Idées manifestes	Idées latentes « émergente »	Catégories
- H1 : « RAT doit se mettre en avant, connaître les raisons auprès des touristes de savoir pourquoi je m'arrêtera à RAT ? Quels sont les attraits et comment les mettre en valeurs ? »	connaître les raisons auprès des touristes de savoir pourquoi je m'arrêtera à RAT	- Étude des motivations intérêts des touristes	- Positionnement
- H2 : « Il serait important de se focaliser sur la saison estivale d'abord, le tourisme hivernal de la côte nord actuelle se résume à la motoneige or la région à plus à offrir »	se focaliser sur la saison estivale d'abord	- Saison estivale	- Positionnement

<p>- H3 : « Il serait intéressant de travailler sur le microtourisme interrégional, faire de la création de contenu pour faire découvrir la région au nord côtier et de faire de RAT pas seulement un lieu de passage, mais une destination, un lieu d'arrêt, le tourisme intérieur est un marché à développer. Il faudrait développer un sentiment de fierté, avec des ambassadeurs de la région, Création d'un camping municipal avec 1 personne à temps partiel. »</p>	<p>Microtourisme interrégional</p> <p>Création de contenu pour faire découvrir la région au nord côtier et de faire de RAT pas seulement un lieu de passage, mais une destination un lieu d'arrêt</p> <p>de fierté, avec des ambassadeurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Microtourisme pour faire découvrir la région - Création de contenu - Développement d'une identité culturelle 	<ul style="list-style-type: none"> - Positionnement - Communication
<p>H4 : « Pour le la notoriété de Rat il est plus judicieux de travailler sur les périodes où il y a le plus de monde en été en hausse d'achalandage de 10% par année depuis 2017, 2020 et 2021 seront des anomalies statistiques, il faut également travailler sur l'installation d'Infrastructure d'accueil à comme les sanitaire et endroits pour dormir qui ont été demandés par les touristes cet été »</p>	<p>travailler sur les périodes où il y a le plus de monde en été hausse d'achalandage de 10%</p> <p>l'installation d'Infrastructure d'accueil à comme les sanitaire et endroits pour dormir</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Développer l'offre sur la saison estivale - Aménagement de l'espace afin d'accueillir les visiteurs 	<ul style="list-style-type: none"> - Positionnement

<p>- H5 : « Il faudrait mettre en place des attractions pour arrêter les gens dans la ville, il est nécessaire de faire un plan pour savoir ou partir »</p>	<p>il est nécessaire de faire un plan pour savoir ou partir</p>	<p>- Création d'un plan proposant les services</p>	<p>- Communication</p>
<p>- H6 : « Il serait intéressant de créer un panneau pour la chute du grand saut en réalisation, créer des pancartes pour le printemps pour être installé et l'église à mettre en, il faudrait aussi améliorer l'aménagement urbain »</p>	<p>Il serait intéressant de créer un panneau pour la chute du grand saut créer des pancartes pour le printemps pour être installé</p>	<p>- Installation d'outil de promotion</p>	<p>- Communication</p>
<p>- H7 : « RAT devrait développer des infrastructures d'accueil, présence d'hébergement pour améliorer le potentiel de la ville, Rat doit travailler avec le gens d'affaires afin de répartir les clients si indisponibilité de place, nécessité de créer un réseau afin de s'entraider »</p>	<p>RAT devrait développer des infrastructures d'accueil, présence d'hébergement pour améliorer le potentiel</p>	<p>- Développement d'infrastructure d'accueil</p>	<p>- Positionnement</p>
<p>- H8 : « La possibilité de présenter l'aspect gourmand de la ville avec la maison de chicoutai, produit du terroir, le grenier boréal avec la cueillette de légume, bleuet, les habitants ont chacun leur petit jardin, ils pourraient participer à des marchés ou même présenter les activités de</p>	<p>Possibilité de présenter l'aspect gourmand de la ville avec la maison de chicoutai, produit du terroir, le grenier boréal avec la cueillette de légume, bleuet Présenter les activités de chasse et de pêche</p>	<p>- Développement des aspects gastronomiques de la ville - Présentation des activités de nature</p>	<p>- Tourisme culturel - Tourisme de nature</p>

<p>chasse et de pêche, Possibilité aussi de développer un centre d'interprétation »</p>	<p>Développer un centre d'interprétation »</p>		
<p>- F1 : « mettre en place des actions pour réveiller le potentiel avec par exemple l'idée de création de sentiers pédestres gratuits pour amener les gens à dépenser »</p>	<p>l'idée de création de sentiers pédestres gratuits pour amener les gens à</p>	<p>- Aménagement du territoire afin de développer la ville</p>	<p>- Positionnement</p>
<p>- H9 : « La ville peut développer un projet de circuit des églises qui permettrait aux Croisières internationales de faire un arrêt pour visiter les églises de la Minganie, ou la création de circuits à travers des attraits qui seront identifiés par la municipalité »</p>	<p>La ville peut développer un projet de circuit des églises qui permettrait aux Croisières internationales</p> <p>Création de circuits à travers des attraits</p>	<p>- Circuit de découverte culturelle</p>	<p>- Tourisme culturel</p>
<p>- F3 : « Importance de la signalisation, déterminer les endroits faciles d'accès pour les voyageurs, il faut également que les entreprises touristiques facent le virage informatiques exemple pour des réservations en ligne et de s'assurer qu'il est un accompagnement auprès des entreprises touristiques »</p>	<p>« Importance de la signalisation, déterminer les endroits faciles d'accès pour les voyageurs</p> <p>le virage informatique exemple pour des réservations</p>	<p>- Amélioration des outils de promotion touristique</p>	<p>- Communication</p>

ANNEXE 5

Inventaire des attraits

Inventaire du milieu¹

Dans cette section, nous allons énumérer les attraits naturels et bâtis présents sur le territoire de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre et certaines de leurs caractéristiques

a. Inventaire du patrimoine naturel

Le Manitou

À 36 km à l'ouest du village de Rivière-au-Tonnerre, les chutes de la rivière Manitou hautes de 35 m sont une activité incontournable dans la région. Un panneau visible de la route indique une halte routière aménagée à l'ouest de la rivière. Ce site est la propriété de la municipalité de Rivière-au-Tonnerre. C'est sur ce lieu que se situe le bureau d'accueil touristique de la Minganie, le Manitou ouvert en saison estivale. On peut s'y informer sur les attraits de la région et il s'y procurer un audioguide routier. Deux sentiers, « La chute » à l'est (longueur estimée de 200 m) et « Les cascades » à l'ouest (longueur 620m et peu accidenté), longent les chutes. Le sentier « La chute » est accessible uniquement à pied en longeant l'accotement de la chaussée sur une longueur de 360 mètres. Un grand stationnement y est aussi aménagé ainsi que des tables à pique-nique. Par ailleurs, depuis ce site, il est possible d'accéder à la mer et d'y pratiquer la pêche à la truite.

Rivière-au-Bouleau

Localisée à 56 km à l'ouest du village de Rivière-au-Tonnerre, la rivière au Bouleau est le premier point d'arrêt des visiteurs sur le territoire de la municipalité. Une vue exceptionnelle vers le fleuve permet de contempler l'immensité du Golfe. D'ailleurs, une halte routière est improvisée sur le

¹ Extrait de M3DP Consulting – Plan directeur de développement touristique-Municipalité de Rivière-au Tonnerre (2021).

littoral et le camping sauvage y est pratiqué de part et d'autre de l'embouchure de la rivière. On retrouve également trois sites archéologiques à proximité de cette rivière .

Le Sault Plat

À 50 km à l'ouest de Rivière-au-Tonnerre, des cannelures glaciaires sont visibles du côté nord de la route. Sculptées dans le roc par le passage des glaciers, ces cannelures atteignent jusqu'à cinq mètres de largeur d'où s'écoule la rivière au Sault. Selon Laverdière et Guimont : « les cannelures constituent un ensemble de sillons parallèles que séparent des crêtes de même galbe et dont la juxtaposition confère à la roche en place [...] un aspect ondulé » . Ce site géologique est exceptionnel de par son importance scientifique qui permet de mieux comprendre la dynamique de l'érosion glaciaire. Les dimensions de ces cannelures ajoutent au caractère scénique de cet attrait. Cet attrait naturel inusité et d'une grande beauté n'est pas mis en valeur en tant que lieu à découvrir. Le territoire visé se situe sur des terres publiques quoiqu'une partie appartienne au MTQ. L'accès au site est difficile et risqué. Aucune halte n'est prévue et aucun sentier ne permet de circuler facilement.

La Chaloupe et Rivière-aux-Graines

Ces sites de villégiature fondés en 1895 sont localisés à une vingtaine de kilomètres du village de Rivière-au-Tonnerre sont accessibles uniquement durant la saison estivale. Isolés de la route 138, un chemin de terre mène à des chalets privés dont les façades font face au Golfe. La tranquillité de ces sites résulte de la configuration des caps rocheux élancés de part et d'autre de la plage de sable, ce qui referme le site. On y trouve une importante végétation boréale en faisant une destination sur le sentier des parfums boréals.

Rivière Sheldrake

Localisée à Sheldrake, à moins de 10 km du village de Rivière-au-Tonnerre, l'embouchure de la rivière est remarquable. Le pont Touzel de type « Macquet », fait d'acier, annonce l'entrée ouest du village de Sheldrake. Une eau calme sur une longueur approximative de deux kilomètres rend la rivière canotable. La richesse de cette rivière est principalement due à la présence de saumon. La

pêche sportive y est un attrait important. La pêche au saumon est interdite, mais devrait être de nouveau possible prochainement. Il reste possible de pêcher la truite de mer. De plus, la cueillette de coques (myes communes ou palourdes) est pratiquée à marée basse sur les berges de la rivière. Une halte d'accès à la rivière et une pour le barrage ont été aménagées et permet également d'accéder à la plage. À cet endroit les vagues sont hautes et permettent la pratique de sports nautiques. Enfin, un quai d'embarcation est à la disposition des visiteurs.

Les chutes de la Rivière-au-Tonnerre

Localisées dans le village du même nom, les chutes de la rivière au Tonnerre, formées du Petit Sault (0,5 km du village) et du Grand Sault (8 km du village), sont l'image de marque du village et l'origine du nom de la municipalité. En effet, le bruit s'apparente aux grondements du tonnerre générés par les rapides et la magnifique chute de 33 mètres de hauteur. De la route 138, le Petit Sault est visible. Un belvédère aménagé à proximité du Petit Sault dévoile une vue d'ensemble caractéristique du village vers le havre naturel que forme l'embouchure de la rivière au Tonnerre avec l'église et les activités commerciales de pêche. Un sentier de bois entretenu donne accès au belvédère. Une intervention à l'entrée a été nécessaire pour éviter le passage des VTT qui endommageaient le sentier de bois.

Au nord, une route de terre mène aux aménagements des chutes du Grand Sault. L'accès en voiture et en VTT est privilégié. Arrivé à destination, des passerelles en bois installées dans le boisé invitent à descendre au bas des chutes. Une croix de bois a été dressée de façon à commémorer les victimes décédées lors d'une tentative de traversée vers l'autre rive, laissant sous-entendre un intérêt pour les activités rattachées à l'hébertisme.

Le Gros Morne

Le Gros Morne, une colline de roc granitique localisé à environ 2 km du village, est visible au nord de la route 138. Pour y accéder, il faut emprunter l'un des nombreux sentiers de VTT improvisés. La montée au sommet du Gros Morne dévoile des vues panoramiques vers le large, le village et l'arrière-pays. Plusieurs tourbières dessinent des formes sinueuses à travers la forêt d'épinettes blanches et de mélèzes. Cette végétation contraste avec les mousses et les lichens retrouvés sur les

parois rocheuses du morne. L'hiver, cet attrait est fréquenté par la communauté pour les sports de glisse sur les parois légèrement en pente. À d'autres endroits, le dénivelé prononcé de la paroi rocheuse forme un mur vertical constituant un potentiel pour la pratique de l'escalade.

La Moyac (Anse-à-la-Primerose)

Peu avant l'entrée dans l'agglomération de Rivière-au-Tonnerre, le visiteur jouit d'un magnifique point de vue sur le Golfe. Sur le site qui procure un accès à la mer, un projet de camping familial est en développement.

Rivière Jupitagon

Rivière coulant dans le territoire non organisé de Lac-Jérôme et dans les municipalités de Rivière-Saint-Jean et Rivière-au-Tonnerre. Ancienne rivière à saumon importante, la pêche y a été interdite en 2018 afin de protéger le saumon atlantique anadrome. L'accès à la mer n'est pas permis au promeneur puisqu'elle se situe sur un terrain privé.

La Baleine

Site naturel à l'ouest du village de Sheldrake, ce rocher constitue un îlot de nidification d'oiseaux maritimes et permet d'accéder à une plage de sable fin.

Lac Maloney

Lac situé à proximité de la Rivière-au-Tonnerre, il est un lieu idéal pour la truite et l'ouananiche. Un quai d'embarcation y est aménagé.

Rivière Pigou

Site de villégiature avec rivière pour pêche rivière à la truite et au saumon. Il n'existe pas d'accès, ni de halte d'accueil.

Le Vieux rang

Site nature avec un accès à la mer et plage sur lequel on trouve des îlots de nidification d'oiseaux maritimes. Aucun aménagement existant

b. Inventaire du patrimoine bâti

Maison de la Chicoutai

La Maison de la Chicoutai est ouverte de mai à octobre. Elle a pour mission de promouvoir et de faire connaître la chicoutai, ce petit fruit sauvage très présent dans la région. En plus de visites commentées, le visiteur peut y acheter des produits issus de la chicoutai. La maison est en vente et la reprise de ses activités à l'été 2021 est en question.

Église St Hippolyte

Cette église, uniquement pendant la saison estivale met à disposition du visiteur enregistrement diffusé en circuit-fermé estivale.

Quartier historique des pêcheurs

Au cœur du village de Rivière-au-Tonnerre, et faisant suite au magasin général, ce quartier se présente comme une allée en forme de fer à cheval, bordée de quelques maisons anciennes ayant une belle valeur architecturale et faisant référence à l'histoire de l'industrie de la pêche de la région. On y trouve un espace de pique-nique et de stationnement courte durée pour VR avec panorama sur le Golfe.

ANNEXE 6

Analyse macro et microenvironnement

Le portrait touristique²

Cette partie du rapport se concentre sur l'état et le potentiel de l'offre touristique de la région et de Rivière-au-Tonnerre. La municipalité détient de faibles données concernant l'offre et l'achalandage touristique de ce fait la section comporte une analyse portée d'une part sur la ville de Rivière-au-Tonnerre, mais également des données fournies par l'ART Côte-Nord et le ministère du Tourisme du Québec comportant des données plus actuelles de l'activité touristique.

1. État des lieux de l'activité touristique

a. L'activité touristique

L'activité touristique de la MRC Minganie est en croissance depuis plusieurs années. Cette augmentation repose sur les efforts des différents acteurs publics et privés depuis une décennie afin de développer le secteur touristique, mais également sur une mutation des tendances du marché liées au tourisme de nature .

Bien que l'activité touristique de la Côte-Nord soit en évolution, le taux de fréquentation a varié à la baisse puis à la hausse suivant les années depuis 2010. En effet au niveau de l'achalandage des touristes en Côte-Nord on constate de nombreuses variantes sur le nombre de visiteurs, entre 2017 et 2018 la région subit une baisse de fréquentation soit 18% en moins de visite comparativement à 2016. Ensuite le nombre de visiteurs remonte légèrement à la hausse entre 2018 et 2019 avec une évolution de moins 11% des visites comparativement à 2017, le réseau d'accueil de la Côte -Nord a accueilli à cet effet 75 774 visiteurs du 1er mai au 30 septembre 2019.

² Extrait de M3DP Consulting – Plan directeur de développement touristique-Municipalité de Rivière-au Tonnerre (2021).

Tableau 7. L'achalandage du réseau d'accueil Côte-Nord (Bilan statistique 2019)
Zone Duplessis

	2017	2018	2019	Évolution entre 2018 et 2019
Fermont	604	601	610	1,5
Pointe-aux-Anglais	725	644	431	-33,1
Port-Cartier	1618	2314	1963	-15,2
Sept-Îles	4553	3738	3497	-6,4
Manitou	3995	5483	4781	-12,8
L'Île-d'Anticosti	1341	1537	1113	-27,6
Havre-Saint-Pierre	2031	1580	3759	137,9
Baie-Johan-Beetz	1283	1607	1546	-3,8
Aguanish	1614	1834	1605	-12,5
Natashquan	4686	4990	4172	-16,4
Blanc-Sablon	2206	1447	1445	-0,1
Total Duplessis	24 656	25 775	24 922	-3,3

Tableau 8. L'achalandage du réseau d'accueil Côte-Nord (Bilan statistique 2019)
Zone Manicouagan

	2017	2018	2019	Évolution entre 2018 et 2019
Tadoussac/Sacré-Cœur	29 781	27 982	24 972	-10,8
Les Bergeronnes	9 325	8 966	7 852	-12,4
Les Escoumins	8 890	8 838	7 525	-14,9
Longue-Rive	3 577	3 800	1 806	-52,5
Portneuf-sur-Mer	1 022	1 063	318	-70,1
Forestville	3 786	3 018	2 828	-6,3
Ragueneau	9 650	1 506	1 835	21,8
Baie-Comeau	1 748	1 692	1 664	-1,7
Bureau ATR	1 559	0	80	NA
Godbout	1 329	2 637	1 851	-29,8
Total Manicouagan	70 667	59 502	50 731	-14,7

La variation de ses chiffres peut s'expliquer par la forte promotion et les campagnes publicitaires au Canada pour les 150^e en 2017 incitant ainsi de nombreux touristes à visiter les régions du Canada. La baisse du taux d'achalandage peut s'expliquer d'autre part par les

travaux de construction, la température et les problèmes de traversiers dans région qui ont réduit l'accessibilité à l'information pour les touristes.

Toutefois, l'analyse des données statistiques démontre que la Côte-Nord est une région suscitant un intérêt grandissant pour les visiteurs du Québec. En 2019 le nombre d'utilisateurs visitant le site de Tourisme Côte-Nord a augmenté de 34,86% . À l'échelle locale, le réseau d'accueil touristique de Duplessis a accueilli 24 637 visiteurs en 2017. La hausse du nombre de visiteurs dans la région est notamment liée au développement du tourisme durable et des activités de plein air dans le nord du Québec. À cet effet, la municipalité de Rivière-au-Tonnerre a connu une hausse des visites durant l'été 2020 en raison de la pandémie due au COVID-19 qui a favorisé le tourisme local en milieu naturel.

Outre cet élément contextuel, de plus en plus d'adeptes de la nature se rendent dans le nord afin de profiter du cadre naturel durant les vacances. En 2018, 29,8% des visiteurs ont choisi la Côte-Nord comme destination pour l'aspect plein air faune et flore, et 23% ont choisi la destination pour la beauté du paysage. Un autre indicateur concernant l'état de l'activité touristique est les revenus issus de l'hébergement. Ces revenus sont en hausse constante depuis 2018 par rapport à 2019 pour le mois de janvier à juillet. En 2019 la Côte-Nord a totalisé 19,9M\$ de revenu en hébergement pour les mois de juillet et août 2019 comparativement à 2018 avec un revenu en de 18,7 M\$. La région totalise une croissance de 1 M\$ à 2018 ou 5,3%. Cette augmentation s'explique notamment par la hausse du prix moyen des nuitées en 2019 engendrées par une forte pression sur la demande en hébergement par rapport à l'année 2018.

b. L'offre touristique

Panorama des activités offertes

L'offre touristique fait état des différents services touristiques présents dans la municipalité en termes de restauration, d'hébergements et d'activité touristique. Principalement, la municipalité de Rivière-au-Tonnerre axe son offre touristique autour des sites et ressources

naturelles de la ville, valorisant et faisant la promotion du patrimoine naturel de la région. Concernant les activités touristiques, les activités plein air et les sports d'hiver représentent 90 % de l'offre touristique de la municipalité Rivière au tonnerre, en voici les exemples présents sur le site officiel de tourisme Rivière-au-Tonnerre :

- Activités plein air : pêche en eau douce et salée, excursion en rivière, canot, kayak, surf, promenade, table de pique-nique, pourvoirie, chasse, plages et anses, cueillette de fruit sauvage;
- Activités hivernales : motoneige, patinage, glissade, chasse, pêche sur glace et ski de fond;
- Activités culturelles : maisons de la Chicoutai, presbytère Auguanish, St Hippolyte et village des pêcheurs.

Il est important de souligner que l'offre d'activité touristique de Rivière-au-Tonnerre est principalement estivale, en effet la pêche, les excursions, les activités nautiques ou encore le camping sont des activités offertes uniquement en été. La pêche et les excursions offerte par la pourvoirie de Saint Jean proposent des disponibilités de réservation à partir du printemps. Autre exemple les périodes propices à la cueillette de fruits sauvages s'échelonnent de juillet à début novembre.

L'activité touristique de Rivière-au-Tonnerre est donc principalement saisonnière concentrant une majorité de ses activités sur la saison estivale. Néanmoins la municipalité offre un certain nombre d'activités en hiver telles que la route blanche, la pêche sur glace ou le ski de fond, activités disponibles à partir de janvier. Cependant les activités hivernales sont sous-développées et les

capacités sous-exploitées sans compter le manque de visibilité, et de communication dressant un panorama de ces activités hors période estivale.

Panorama de l'offre d'hébergement

En 2019 dans la région, avec 42% de l'offre totale, l'hébergement reposait principalement sur les campings et les espaces dédiés aux véhicules récréatifs, tandis que les hôtels et auberges ne représentaient seulement que 26,3 %. Les gîtes touristiques arrivent en dernière position avec 12,5% de l'offre totale.

Les campings et véhicules récréatifs sont les principaux modes d'hébergement utilisés par les visiteurs avec un taux d'occupation de 69% en 2019, soit une hausse de 0,8% par rapport à l'année 2018. La Côte-Nord dispose également de 51 établissements d'hébergement de 2 à 4 étoiles, ces derniers ont enregistré un taux d'occupation de 46,8% en 2019 soit une hausse de 1,3 % par rapport à l'année 2018.

Quant à l'offre d'hébergement offerte dans la municipalité de Rivière-au-Tonnerre, il est proposé des espaces de camping de 3 nuitées maximum ouvert uniquement l'été. On compte également 2 offres d'hébergements en chalet, 1 gîte et 1 motel qui représentait, en 2019, 38,8 % de taux d'occupation.

Enfin, l'offre de restauration de la municipalité se compose de trois restaurants donnant la possibilité aux visiteurs de découvrir la gastronomie locale.

c. Les clientèles

Selon le rapport d'étude réalisé par tourisme Côte-Nord sur le portrait des touristes 2018- 2019, la clientèle touristique de la région est essentiellement québécoise avec 68% des visiteurs. Pour le reste, on compte 25% venant d'Europe, 5% du Canada et seulement 2% des États-Unis. La moyenne d'âge des visiteurs de la région est de 55 ans et les 55-64 ans représentent 28% des visiteurs. Les 41-54 ans représentent 21% et les 35-44ans 18% des visiteurs de même que pour les 65 ans et plus.

Au niveau des motivations de voyage, 73,3% des visiteurs se rendent sur la Côte-Nord afin de pratiquer des activités de nature telle que la visite des baleines, détente, paysage, camping ou encore activité plein air et d'aventure. Les activités culturelles telles que les visites de musées ou encore les événements de la région représentent seulement 6,3 % des motivations de voyage sur la Côte-Nord, et 5,2% des visiteurs se rendent dans la région

dans le cadre de voyage d'affaires ou afin de visiter la famille proche. On constate ainsi que la clientèle se rend majoritairement dans le nord dans le but premier de pratiquer des activités de nature.

Concernant le budget du séjour des clients, on compte en moyenne une dépense entre 700\$ et 900\$ pour les visiteurs dans la région. La clientèle de la Côte-Nord séjourne généralement entre 2 à 6 jours de la région, 33 % des visiteurs font de longs séjours de plus de 6 nuitées, 28% font de courts séjours d'une à deux nuitées et 23 % de 3 à 4 nuitées. En termes de segmentation on distingue trois groupes de clientèle. Tout d'abord, les clients intéressés par le tourisme de nature qui présente la grande majorité des visiteurs, ensuite les clients intéressés par le tourisme culturel et enfin les clients intéressés par le tourisme d'affaire et d'agrément.

2. Potentiel de développement du marché touristique

Le marché touristique québécois est en croissance depuis plusieurs années, cette croissance est liée au développement de stratégies touristiques favorisant l'image des destinations touristiques québécoises. Le tourisme représentait encore jusqu'à l'année dernière un acteur majeur de l'économie québécoise rapportant 2,5% du PIB québécois. Les études démontrent le potentiel du marché touristique québécois en matière de développement et de croissance économique. Avant la pandémie le marché du tourisme québécois représentait 16 milliards de dollars. Plus de 30 000 d'entreprises étaient liées à l'activité touristique au Québec ce qui représentait 1 emploi sur 10, soit environ 402 000 emplois.

De part et d'autre, le monde l'industrie du tourisme a été fortement affectée par la COVID-19 en 2020. Depuis le début de la pandémie les multiples mesures gouvernementales de restrictions des déplacements et d'ordre sanitaire ont fortement impacté l'industrie touristique partout au Canada. Le tourisme à l'international a drastiquement souffert de cette situation, forçant les Québécois à se

tourner vers un tourisme local et à voyager à l'intérieur du pays et plus particulièrement dans des régions. Profitant de cette situation, les ART ont mis en œuvre des initiatives de développement touristique visant à la valorisation de territoires méconnus au Québec afin d'apporter un soutien à l'industrie touristique locale.

La Côte-Nord a déjà démontré sa capacité de développement. D'après le plan stratégique de développement tourisme Côte-Nord de 2013, la région présentait les meilleures croissances en hébergement commercial avec un taux d'occupation en 2010 de 51% en amélioration de sept points quant à 2006, parallèle à l'augmentation du nombre de visiteurs de près de 13%.

À l'échelle locale, il existe de nombreux potentiels de développement touristique sous ou inexploités. Outre les attraits naturels exigeant mise en valeur et création de circuits découverte et offre d'activités de plein air, les croisières et excursions sont notamment appréciées des touristes ouvrant le champ au développement du volet maritime – l'installation de quais portuaires, développement de l'histoire de la pêche ou encore le développement d'activité touristique en mer. La présence innue sur le territoire est également un point fort afin de diversifier la clientèle sur le territoire, mais cependant peu mise en valeur. Toutefois, développer une offre d'activités a peut-être su contribuer au développement touristique de la région ne suffira pas la région sans accroître l'accessibilité et l'identité de marque de la région comme le témoigne les recommandations du rapport de la MRC Minganie de 2017.

3. Positionnement de l'offre touristique actuel

Rivière-au-Tonnerre se positionne actuellement comme une destination touristique de nature. Son offre et ses attraits, axés sur les activités de plein air et les visites d'espaces naturelles, font de la municipalité une destination de choix représentant 28 % des secteurs les plus visités en Côte-Nord pour ses activités de plein air et les espaces de camping. Toutefois, son infrastructure et son offre témoignent davantage d'un lieu considéré comme une étape dans la découverte de la région, que d'une destination touristique.

ANNEXE 7

Analyse de la concurrence

4. Analyse de la concurrence

a. Présentation de l'offre touristique régionale et concurrente

Tableau 10. Analyse de l'offre – Tadoussac, Havre-St-Pierre; Baie Comeau, Natshquan

Ville	Offre touristique	Transport	Achalandage	Communication
Tadoussac	<p>Principales attractions :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Centre d'interprétation des mammifères marins - Chapelle de Tadoussac et Église Saint-Croix - Observations des baleines - Croisières AML - Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent - Pointe de L'Islet - Estuaire de Saint-Laurent - Centre d'interprétation d'observation pointe noire - Les dunes - Phare du haut-fond Prince - Club de Golf - Kayak en mer - Événements et festivals <p>Offre de Restauration :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Restaurant et bars (16) <p>Offre d'hébergement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auberges (7) - Hôtels et motels (11) - Gîtes et résidence de tourisme (14) - Campings (3) 	<ul style="list-style-type: none"> - Intercar de liaison entre Montréal et Tadoussac (7 heures) - Bateau par la marina de Tadoussac - Voiture accès par l'autoroute 	<ul style="list-style-type: none"> - Accueil visiteurs en 2019 : 24 972 - Secteur le plus visité de la Côte-Nord à 69,09%. 	<ul style="list-style-type: none"> - Site web de tourisme détaillé et complet - Marque territoriale « j'aime Tadoussac » - Pôle de développement durable et partenariats - Présence active sur les réseaux sociaux : facebook et instagram

³ Extrait de M3DP Consulting – Plan directeur de développement touristique-Municipalité de Rivière-au Tonnerre (2021).

Ville	Offre touristique	Transport	Achalandage	Communication
Havre-Saint-Pierre	<p>Principales attractions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maison de la culture Roland-Jomphe - Réserve de parc national du Canada de l'archipel de Mingam - Phare de la petite île au marteau - Excursions en bateau et sport nautique - Centrale de la Romaine 1 - Rivière Mingam - Mingam Archipelago - Île Michon <p>Offre de restauration :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Restaurants, marché et bars (12) <p>Offre d'hébergement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auberge de jeunesse (2) - Hôtels et motels (5) - Gîtes (5) - Camping (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Aéroport de Havre-Saint-Pierre (à 5, 6 km du nord de la ville) - Bateau par relais nordik (rejoint six villages de la Basse-Côte-Nord) - Accès voiture autoroute 	<ul style="list-style-type: none"> - Accueil visiteurs en 2019 : 3 759 - Secteur le plus visité de la Côte-Nord à : 50,1 % 	<ul style="list-style-type: none"> - Site internet de la ville (un volet tourisme peu détaillé) - site web de tourisme en conception (lancé en 2020) - Présence restreinte sur les réseaux sociaux

Ville	Offre touristique	Transport	Achalandage	Communication
Baie-Comeau	<p>Principales attractions :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Centre des arts des Baie-Comeau - Drakkar de baie –Comeau - Église Sainte–Amélie - Galerie d’art Claude Bonneau - Jardin des Glaciers - Maison de la Faune - Place la salle - Route des Baleines - L’usine Saint Pancrace - Chute de la rivière Amédée - Centre de ski Mont Ti-Basse - Parc plages et point d’observation - Événements et festival - Boutiques et centre commerciaux <p>Offre de restauration :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Restaurants, Microbrasseries et bars (38) <p>Offre d’hébergement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auberge (1) - Hôtels et motels (12) - Gîte (1) - Campings (3) - Pourvoiries (5) 	<ul style="list-style-type: none"> - Accès en voiture par l’autoroute - Bateau par le traversier Mantane Baie-Comeau et sentier maritime du bas Saint - Laurent - Aéroport Baie - Comeau (à 10 min de la ville) 	<ul style="list-style-type: none"> - Accueil visiteurs en 2019 : 1 664 - Secteur le plus visité de la Côte-Nord à 48,7 % 	<ul style="list-style-type: none"> - Signature : « On a l’temps » - Site web de tourisme détaillé et complet - Présence active sur les réseaux sociaux : facebook et instagram

Ville	Offre touristique	Transport	Achalandage	Communication
Sept-Îles	<p>Principales attractions</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aluminerie Alouette - Centre d'interprétation de Clarke city - IOC Rio Tinto - Jardin Bois-Joli - Île grande basque - Station galix - Île su corossol - Il boule - Musée régional de la Côte-Nord - Ferme maricole purmer - Pêche et chasse - Camping - Événements et festivals <p>Offre de restauration :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Restaurants, marché et bars brasseries (20) <p>Offre d'hébergement :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Auberge de jeunesse (1) - Hôtels et motels (8) - Gîtes et résidence de tourisme (5) - Campings (5) 	<ul style="list-style-type: none"> - Accès en voiture par l'autoroute - Aéroport de Sept-Îles (à 8, 3 km de la ville) - Bateau par relais-nordik - En autobus par intercar de Montréal et Québec 	<ul style="list-style-type: none"> - Accueil visiteurs en 2019 : 3 497 - Secteur le plus visité de la Côte-Nord à 41,5% 	<ul style="list-style-type: none"> - Slogan « Sept-Îles vous accueille ! » - Signature « Sept-Îles, ville unique ! » - Site web de tourisme détaillé et complet - Présence active sur les réseaux sociaux : Facebook et instagram

Ville	Offre touristique	Transport	Achalandage	Communication
Natashquan	Principales attractions : - Centre d'interprétation le bord du cap - La Vieille-école - La promenade des anciens - Les galets - Camping Offre de restauration : - Restaurants et brasserie (4) Offre d'hébergement : - Auberge de jeunesse (2) - Gîtes et résidence de tourisme (7) - Campings (1)	- Aéroport de Natashquan - Voiture accès par l'autoroute	- Accueil visiteurs en 2019 : 4 172 - Secteur le plus visité de la Côte-Nord à 33,1 %	- Absence de site web dédié au tourisme, présence d'un volet touristique sur le site web de la ville peu détaillé - Faible présence sur les réseaux sociaux

ANNEXE 8
Plan stratégique 2021-2024

Préparer Rivière-au-Tonnerre afin de la transformer en un pôle d'attraction				
Axes de développement	Stratégies	Actions	Cible	Échéancier
Concertation	1. Coordonner l'action et la concertation entre les acteurs du tourisme	1.1 Adopter une structure de gouvernance spécifique pour le développement touristique	<ul style="list-style-type: none"> • Réaliser l'une des deux structures proposées • Réaliser au moins 3 réunions par an 	An 1
		1.2 Mettre en place d'une campagne d'adhésion et de sensibilisation de la population	<ul style="list-style-type: none"> • Organiser une activité d'information publique 	An 1
		1.3 Intégrer l'offre de développement touristique de la municipalité dans l'écosystème régional (MRC et ATR Côte-Nord)	<ul style="list-style-type: none"> • Mention et prise en compte du plan stratégique dans les mises à jour locales 	An 1-2
		1.4 Professionnaliser la prise en charge du développement touristique	<ul style="list-style-type: none"> • Une ressource mutualisée embauchée 	An 1
Rayonnement	2. Accroître la présence numérique de la municipalité	2.1 Développer une image de marque	<ul style="list-style-type: none"> • Signature visuelle et message 	An 1
		2.2 Centraliser la disponibilité de l'information	<ul style="list-style-type: none"> • Un site municipal intégrant l'ensemble des attraits et services • Site comme "Landing page" régional 	An 1
		2.3 Mettre à profit les médias sociaux de l'ATR Côte-Nord	<ul style="list-style-type: none"> • Doubler les posts à travers ces médias sociaux 	An 1-2
Information & Orientation	3. Développer une signalisation	3.1 Apposer l'image de Rivière-au-Tonnerre sur les attraits présents sur le territoire	<ul style="list-style-type: none"> • Réaliser la maquette de l'affiche extérieure • 80% des attraits 	An1-3
		3.2 Signaler l'ensemble des attraits sur les principaux axes routiers	<ul style="list-style-type: none"> • 80% des attraits signalés 	An1-3
		3.3 Installer des panneaux d'interprétation et d'information offrant une lecture numérique (code QR) : lieu, attraits et services, points de vue	<ul style="list-style-type: none"> • Embauche d'une firme pour la conception des panneaux • 80% des attraits, services • 100% des points de vues 	An1-3
Accueil	4. Développer l'aménagement paysager et urbain	4.1 Créer des aires de point de vue	<ul style="list-style-type: none"> • 3 points de vue créés 	An1-2
		4.2 Installer des sanitaires permanents près de la promenade	<ul style="list-style-type: none"> • Engager une firme pour réalisation du devis 	An 1
		4.3 Installer des toilettes sèches et écoresponsables (attraits et camping sauvage)	<ul style="list-style-type: none"> • 80% des attraits équipés 	An1-2
		4.4 Installer des poubelles sur les sites de camping sauvage, aires de point de vue, et attraits	<ul style="list-style-type: none"> • 80% des attraits équipés 	An1-2
		4.5 Installer des aides mécaniques pour vélo	<ul style="list-style-type: none"> • Deux aides-mécaniques autonomes installés, dont une au cœur du village 	An 1
		4.6 Veiller à la réalisation d'espaces de stationnement (voiture et vélo pour certains attraits)	<ul style="list-style-type: none"> • 80% des attraits équipés d'espaces de stationnement 	An 1-3

2e partie - Rapport final – Plan directeur de développement touristique – Municipalité de Rivière-au-Tonnerre – 5 avril 2021

Source : Extrait de M3DP Consulting – Plan directeur de développement touristique-Municipalité de Rivière-au Tonnerre (2021)

Augmenter l'achalandage et de la durée des séjours en toute saison				
Axes de développement	Stratégies	Actions	Cible	Échéancier
Concertation	5. Encourager le développement d'entreprises touristiques locales	5.1 Développer une offre de restauration autour des produits régionaux	<ul style="list-style-type: none"> Soutenir l'intégration des produits locaux dans l'offre restauration actuelle et à venir Étudier la faisabilité d'un marché local 	An 1
		5.2 Développer une offre locative d'équipements récréatifs	<ul style="list-style-type: none"> Avoir accompagné au moins une entreprise 	An 2
		5.3 Promouvoir auprès des propriétaires locaux de la location à court terme de leurs biens.	<ul style="list-style-type: none"> Recensement des propriétés pouvant faire l'objet d'une location à court terme Distribution d'un pamphlet d'information aux propriétaires 	An 1
		5.4 Encourager l'installation d'un établissement de type café / boulangerie / bar	<ul style="list-style-type: none"> Avoir accompagné au moins une entreprise 	An 2
Rayonnement	6. Soutenir la diffusion de l'offre commerciale	6.1 Accompagner les établissements à la création d'outils promotionnels	<ul style="list-style-type: none"> 50% des entreprises touristiques procéderont à la mise à jour ou à la création de leur site 	An 1
		6.2 Mettre en place d'espaces pour bannières publicitaires sur les pages du site	<ul style="list-style-type: none"> 100% des entreprises à vocation touristique présentes sur le site 	An 1
Information & Orientation	7. Faciliter l'accès à l'information pour le touriste	7.1 Développer une carte interactive avec l'ensemble des services, commodités, attraits et attractions;	<ul style="list-style-type: none"> Carte interactive avec l'ensemble des attraits réalisée 	An 1
		7.2 Faire état de la présence numérique pour chaque entreprise	<ul style="list-style-type: none"> 100% des entreprises locales reçoivent une évaluation de leur présence numérique 	An 2
		7.3 Implanter une stratégie pour la cueillette de données sur les visiteurs	<ul style="list-style-type: none"> Le site de la municipalité intègre les outils de cueillette d'informations Préparation d'un sondage pour les visiteurs au Manitou et dans les hébergements 	An 1-2
		7.4 Permettre la réservation en ligne de camping sauvage ou sur place à l'accueil Manitou	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'une interface de réservation pour 50% des campings sauvages 	An 2
Accueil	8. Renforcer l'offre d'hébergement	8.1 Accroître les espaces pour VR	<ul style="list-style-type: none"> Doublement des espaces VR Au moins 3 sites à faible densité 	An 1-3
		8.2 Soutenir le développement de l'hébergement expérientiel au cœur de la nature en gîte ou sur bateau	<ul style="list-style-type: none"> Soutenir un entrepreneur dans la réalisation d'un hébergement expérientiel 	An 2-3
		8.3 Développer l'offre d'hébergement de qualité en pourvoirie ou en gîte	<ul style="list-style-type: none"> Sensibiliser 80% des propriétaires d'hébergement 15% de l'hébergement au niveau 3* CITQ ou plus 	An 3
		8.4 Créer des espaces de camping sauvage	<ul style="list-style-type: none"> Création de 20 espaces de campings sauvages sur des attraits en gestion municipale 	An 2-3

2e partie - Rapport final – Plan directeur de développement touristique – Municipalité de Rivière-au-Tonnerre – 5 avril 2021



Source : Extrait de M3DP Consulting – Plan directeur de développement touristique-Municipalité de Rivière-au Tonnerre (2021)

Améliorer l'expérience touristique				
Axes de développement	Stratégies	Actions	Cible	Échéancier
Concertation	9. Offrir un milieu de vacances sécuritaire et de qualité	9.1 Déterminer un cahier des charges selon les services développés	<ul style="list-style-type: none"> • Cahier des charges adopté • Rapport du respect du cahier des charges sur les installations déjà existantes 	An 2
		9.2 Restaurer l'église Saint-Hippolyte	<ul style="list-style-type: none"> • Dépôt de la demande de subvention au ministère du Patrimoine 	An 1
		9.3 Améliorer la couverture Wi-Fi notamment dans les deux villages	<ul style="list-style-type: none"> • Couverture complète sur la promenade et aux abords des points de services • Couverture des campings commerciaux 	An 1-2
		9.4 Participer à la consolidation de la route blanche	<ul style="list-style-type: none"> • Participer aux rencontres de la Table de concertation de l'ATR • Études de la viabilité des tronçons sur le territoire de la municipalité réalisée 	An 1-3
Rayonnement	10. Mettre en valeur le patrimoine culturel	10.1 Présentation de l'information sur l'ensemble des attraits	<ul style="list-style-type: none"> • 100% des attraits ont une fiche descriptive et un catalogue de photos 	An 1
		10.2 Mettre en place un éclairage nocturne de l'église Saint-Hippolyte	<ul style="list-style-type: none"> • Réalisation des devis 	An 1
		10.3 Mettre en valeur du patrimoine Innu	<ul style="list-style-type: none"> • Intégration du patrimoine et de l'histoire Innu dans le portail touristique de la municipalité 	An 1-2
Information & Orientation	11. Développer des parcours d'activités	11.1 Élaborer des itinéraires basés sur l'éveil sensoriel	<ul style="list-style-type: none"> • 6 parcours d'éveil sensoriel réalisés 	An 1-2
		11.2 Réaménager et mettre en valeur des sentiers d'accès aux attraits	<ul style="list-style-type: none"> • 75% des attraits sont équipés dans sentier d'accès • 50% sont équipés de panneau d'interprétation 	An 1-3
		11.3 Produire et distribuer les outils d'information	<ul style="list-style-type: none"> • Avoir produit l'outil et le rendre disponible en version papier ou en ligne 	An 1
		11.4 Développer les activités sportives et récréatives autour des ressources marines et fluviales	<ul style="list-style-type: none"> • Avoir soutenu l'implantation d'entreprises • Étude de faisabilité et d'intérêt sur le développement d'un complexe récréatif sur l'expérience nature 	An 2-3
		11.5 Développer un circuit cyclable sécuritaire et convivial	<ul style="list-style-type: none"> • Étude de faisabilité et de coût réalisée 	An 2-3
Accueil	12. Étudier la possibilité de développer des activités d'appel	12.1 Étudier la possibilité de créer un festival sur la gastronomie locale en ouverture de saison	<ul style="list-style-type: none"> • Étude de faisabilité et de coût réalisée 	An 2
		12.2 Étudier la possibilité de créer un festival culturel en fin de saison	<ul style="list-style-type: none"> • Étude de faisabilité et de coût réalisée 	An 2

2e partie - Rapport final – Plan directeur de développement touristique – Municipalité de Rivière-au-Tonnerre – 5 avril 2021



Source : Extrait de M3DP Consulting – Plan directeur de développement touristique-Municipalité de Rivière-au-Tonnerre (2021)

BIBLIOGRAPHIE

Aktouf, O. (1987). « Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations. Une introduction à la démarche classique et critique », Les Presses de l'université du Québec, p.213.

Allcock, A., Jones, B., Lane, S., et Grant, J. (1993). « Draft National Ecotourism Strategy ». Canberra : Commonwealth Department of Tourism.

ATR Côte-Nord (2013). « Plan stratégique de développement stratégique et de marketing de la Côte Nord 2013-2020 ». Récupéré de :
<http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/rapports>.

Australian Tourist Commission (ATC). (1994). « Annual Report, Woolloomooloo: Australian Tourist Commission ».

Aventure Écotourisme Québec (AEQ). (2004). « Étude sur la valeur économique de l'écotourisme et du tourisme d'aventure ». Montréal: DBSF, 16 p.

Barry, C. (2020). « Miser sur le tourisme local : oui, mais comment ? ». Réseau de veille du tourisme. Récupéré de : <https://veilletourisme.ca/2020/09/22/miser-sur-le-tourisme-local-oui-mais-comment/>.

Beaulieu Cormier, F. (2019). « La responsabilité sociale et environnementale dans la création d'itinéraires de voyages ». Veille du tourisme. Récupéré de :
<https://veilletourisme.ca/2019/09/30/la-responsabilite-sociale-et-environnementale-dans-la-creation-ditineraires-de-voyages/>.

Beaulieu Cormier, F. (2020). « Comment implanter une stratégie de tourisme durable au sein de la destination ? ». Réseau de veille du tourisme. Récupéré de :
https://veilletourisme.ca/2020/07/28/implanter_strategie_destination_durable_destination-veilletourisme-c/.

BjoÈrk, P. (2000). « Ecotourism from a Conceptual Perspective, an Extended Definition of a Unique Tourism Form ». International journal of tourism research. 2, pp 180-202.

Ceballos-Lascuráin, H. (1996). « Tourism, Ecotourism and Protected Areas: The State of Nature-Based Tourism around the World and Guidelines for its Development». IUCN, The World Conservation Union: Gland, Switzerland, and Cambridge, UK.

- Butler, R. W. (1990) «Alternative Tourism: Pious Hope Or Trojan Horse? ». *Journal of Travel Research*, 28(3), pp. 40–45.
- Chesworth, N. (1995). «Ecotourism Seminar paper delivered in the Institute of Environmental, Studies and Management». UPLB. College, Laguna.
- Chevrier, F-G. (2006). « Redéfinir le tourisme culturel, c'est aussi redéfinir la culture! ». Réseau de veille tourisme. Récupéré de :<https://veilletourisme.ca/2006/06/15/redefinir-le-tourisme-culturel-cest-aussi-redefinir-la-culture/>.
- Corneloup, J., Bouhaouala, M., Vachée, C., Soulé, B. (2001). « Formes de développement et positionnement touristique des espaces sportifs de nature, *Loisir et Société* ». *Society and Leisure*, pp 21-46.
- Cousin, S. (2006). « Le « tourisme culturel », un lieu commun ambivalent Cultural Tourism, an Ambivalent Commonplace El « turismo cultural », un lugar común polémico ». *Antropologie et Société*. Vol 30(2), pp 153–173.
- Cousin, S. (2008). « L'Unesco et la doctrine du tourisme culturel, Généalogie d'un « bon » tourisme » *.Civilisations*, Vol 51(1).
- Dabrowski, P. (2007) « Interdépendance du tourisme et la protection de la nature ». *Unasylva*, 226/227. Vol. 58.
- Dehoorne, O., Saffach, P., Augier, D. (2007). « Tourisme, écotourisme et stratégies de développement dans la Caraïbe », *Études caribéenne*.
- Desjardins Marketing Stratégie. (2009). « Plan directeur de développement touristique et mise en valeur - Villages de Sheldrake et Rivière-au-Tonnerre en Minganie ».
- Diguier, F. (2017). « Stimuler la croissance de l'industrie touristique ». MRC Minganie - Planification stratégique 2018-2020.
- Donohoe, H.M., et Needham, R.D. (2006). « Ecotourism: The evolving contemporary definition ». *Journal of Ecotourism* 5, no 3, pp 192–210.

Ecotourism. (2005). « Sustainable Tourism in National Parks and Protected Areas ». Banff National Park in Canada and Nationalpark Gesäuse in Austria-a Comparison. 170 p.

Fennell, D. (2001). « A Content Analysis of Ecotourism Definitions ». *Current Issues in Tourism*, Vol 4 (5).

Filiatrault, P et Vachon, M. (2014). « Performer grâce au nouveau marketing ». Les Éditions Transcontinental. 240 p.

Fortin, M et Gagnon, J. (2016). « Fondements, et étapes du processus de recherche, méthodes quantitatives et qualitatives ». Johanne O'Grady, 518 p.

Fossgard, K., Fredman, P. (2019). « Dimensions in the nature-based tourism experiencescape: An explorative analysis ». *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. Vol 28, 13 p.

Fredman, P, et Tyrväinen, L. (2010). « Frontiers in Nature-Based Tourism ». *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 10, no3, pp 177-189.

Graja-Zwolińska, S, et Spychała, A. (2014). « What Is Nature Tourism? Case Study: University Students ». *Tourism* 23, no 1, pp 37-45.

Grenier A, A. (2004). « The Nature of Nature Tourism ». University of Lapland. Rovaniemi.

Jamaa, S. (2011). « Tourisme culturel et patrimonial, un produit en croissance à travers le monde ».

Réseau de veille tourisme. Récupéré de : <https://veilletourisme.ca/2011/01/05/tourismeculturel-et-patrimonial-un-produit-en-croissance-a-travers-le-monde/>.

Kiper, T. (2013). « Role of Ecotourism in Sustainable Development ». *Advances in Landscape Architecture*. IntechOpen. Chapitre 31, pp 773-801.

Lachance, J. (2008). « Diagnostic stratégique & Plan quinquennal de la Municipalité de Rivière-au-Tonnerre aux fins d'une reconnaissance comme Village-Relais sur la Moyenne-Côte-Nord du Québec ». Récupéré de : <http://mrc.minganie.org/publications/planifications/>.

Lazzarotti, O. (2010) « Tourisme culturel et patrimoine : quelques analyses pour un Monde habitable », *Journal of Urban Research*.

- Lessard, F. (2020). « Tourisme durable... enfin ! ». Récupéré de : Réseau veille tourisme, <https://veilletourisme.ca/2020/02/24/tourisme-durable-tendance>, consulté le 24 novembre 2020.
- Levasseur, M. (2018) « Intérêt des voyageurs pour les activités culturelles » ». Réseau de veille tourisme. Récupéré de : <https://veilletourisme.ca/2018/06/04/tourisme-culturel-interet-profil-quebecois/>.
- M, Fortin et J, Gagnon. (2016). « Fondements, et étapes du processus de recherche, méthodes quantitatives et qualitatives ». Johanne O'Grady, 518 pp.
- M3DP Consulting (2021). « Plan directeur de développement touristique – municipalité de rivière-au-tonnerre ». Rapport d'étape.
- M3DP Consulting (2021). « Plan directeur de développement touristique – municipalité de rivière-au-tonnerre ». Deuxième partie rapport final.
- Macouin, D et Pierre, I. (2003). « Le tourisme de nature ». AFIT. Paris: Éditions Atout France. 46 p.
- Manning, E., Dougherty, D. (1995). « Sustainable Tourism: Preserving the Golden Goose ». *Cornell Hotel and Restaurant Quarterly*, Vol 36, no 2.
- Marcotte., Bourdeau, L., et Sarrasin, B. (2017). « Tourisme et développement durable. Un exercice d'adaptation, d'intégration et de conciliation ». *Téoros. Concilier tourisme et développement durable*. Vol 36 (1).
- McIntosh, R et Goeldner, C . (1990). « Tourism: Principles, Practices, Philosophies » 6nd Edition, New York: John Wiley & Sons, Inc.
- McKercher, B et Du Cros, H. (2003). « Testing a cultural tourisme typology ». *International Journal of Tourisme Research* 5, p 45-48.
- Mousavi, S., Doratli, N., Mousavi, S et Moradiahari, F. (2016). « Defining Cultural Tourism ». 4th International Conference on Advances in Agricultural, Biological & Ecological Sciences. International Institute of Chemical, Biological and Environmental Engineering, pp 70-75.
- Newsome, D., Moore, S. et Dowling, R.K. (2002). « Natural area tourism. Ecology, impacts and management ». Clevedon: Channel View Publications.

- Observatoire de la consommation responsable. (2017). « Guide de l'écotourisme au Québec », Observatoire de la consommation responsable. Récupéré de : ocresponsable.com
- Organisation mondiale du tourisme, (2002). « Ecotourisme et zone protégées ». Récupéré de : <https://www.unwto.org/fr/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas>.
- Organisation mondiale du tourisme. (1985). « The State's Role in Protecting and Promoting Culture as a Factor of Tourism Development ». Récupéré de <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418978>.
- Organisation mondiale du tourisme. (2002). « Le marché britannique de l'écotourisme ». Récupéré de <https://www.unwto.org/fr/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas>.
- Organisation mondiale du tourisme. (2017). Organisation mondiale du tourisme. Récupéré de <https://www.unwto.org/tourism-and-culture>.
- Payeur, J. (2019). « La culture et les régions : stratégies et implications politiques ». Réseau de veille tourisme. Récupéré de: <https://veilletourisme.ca/2019/05/15/culture-regions-implications-politiques/>.
- Priskin, J. (2001). « Assessment of Natural Resources for Naturebased Tourism: the Case of the Central Coast Region of Western Australia ». *Tourism Management*, 22. Récupéré de https://tpwd.texas.gov/landwater/land/programs/tourism/what_is/.
- Reisinger, Y. (1994). « Tourist-Host contact as part of cultural tourism ». *World leisure and recreation*. Vol 36, pp 24-28.
- Ruiz, G. (2014). « Le tourisme durable : jouissance et protection de la nature », *Vraiment durable*, no 5/6, p 71 -81.
- Tardif, J. (2003). « Écotourisme et développement durable », *VertigO - La revue électronique en sciences de l'environnement*, Vol 4, no 1.
- Texas Park and Wildlife. (s.d). « What is nature tourisme? ». The International Ecotourism Society (TIES). (1991).The International Ecotourism Society. Récupéré de : <http://www.ecotourism.org>.
- Tranquard, M. (2020). « L'épuisabilité des ressources naturelles comme pierre d'achoppement du développement : exemplification théorique dans le domaine du tourisme de nature ». *VertigO*. Vol 20(3).

Universidad Externado de Colombia (UEC). (2006). « Actes du Colloque international Développement territorial et tourisme durable. Une approche par la valorisation touristique ». Universidad Externado de Colombia, l'Universidad del Atlantico et l'IGEAT-ULB (Bogota).

Weaver, David B. (2001). « The Encyclopaedia of Ecotourism », Cabi Publising, pp. 657-661.

Zewdie, W et Kindu, M. (2011). «Land use land cover change analysis in selected drylands of Ethiopia: Implication for sustainable development». Conference Paper.

