

LES PARCS RÉGIONAUX : DÉFINITION, PORTRAIT ET ENJEUX

*Colloque de l'Association des aménagistes
régionaux du Québec*

13 septembre 2012

DAA
Stratégies

QU'EST-CE QU'UN PARC RÉGIONAL?

DAA
Stratégies

DÉFINITION D'UN PARC RÉGIONAL

▪ Nous entendons par parc régional :

- Un site en milieu naturel
- Qui propose des activités de loisir et de plein air
- Qui a au minimum un rayonnement régional
- Qui dessert une clientèle résidente, excursionniste et touristique

▪ On retrouve près de 200 parcs régionaux au Québec.

Des exemples ...

- Parc-nature du Cap-Saint-Jacques, Mtl
- Récré-O-Parc Ville Sainte-Catherine
- Parc régional des Îles de Saint-Timothée
- Parc des Rapides du diable, Beauce
- Parc Montagne du Diable, Laurentides
- Canyon Sainte-Anne, Qc
- Parc régional du Haut-Pays-de-Kamouraska
- Parc régional des Pays-d'en-Haut
- Parc de la Gorges de Coaticook
- Parc linéaire de la MRC Lotbinière
- Corporation de l'Île Lebel
- Parc du Mont Morissette

Des exemples ...

- Parc des Chutes de Sainte-Ursule
- Parc régional de la Rivière-du-Nord
- Parc de l'étang Burbank
- Héritage Saint-Bernard
- Forêt Drummond
- Parc des Chutes Coulonge
- Parc régional des grèves
- Parc de la rivière Mitis
- Parc régional du Poisson Blanc
- Parc régional de Val-David / Val-Morin
- Parc régional du Massif du Sud
- Parc régional de la Forêt Ouareau

DAA
Stratégies

Des exemples ...

- Parc régional de la Rivière-Bonaventure
- Parc Aventures Cap Jaseux
- Parc de la rivière Batiscan
- Parc de la rivière Doncaster
- Parc régional du Bois de Belle-Rivière
- Parc de l'île Saint-Quentin
- Parc Vallée Bras-du-Nord
- Parc Régional de Val-d'Irène
- Société d'écologie de la batture de Kamouraska
- Parc régional de Saint-Bernard-de-Lacolle
- Parc régional du Mont Ham
- Parc de l'île Melville Shawinigan
- Centre de la nature de Laval
- Parc nature de la Pointe-aux-Outardes

DAA
Stratégies

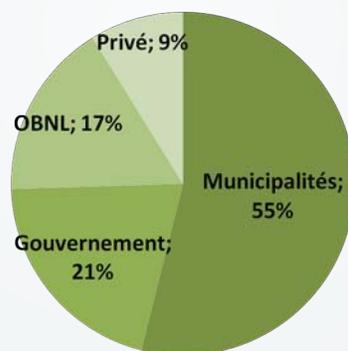
DANS LE PAYSAGE DEPUIS LONGTEMPS

- **Beaucoup de parcs existent depuis plusieurs années**
 - En moyenne, un parc est ouvert depuis plus de 25 ans
- **Généralement, ils occupent un territoire de plus petite dimension**
 - Majorité (61 %) ont entre 1 et 10 km²
 - Quelques parcs (8 %) de très grande taille (plus de 200 km²)

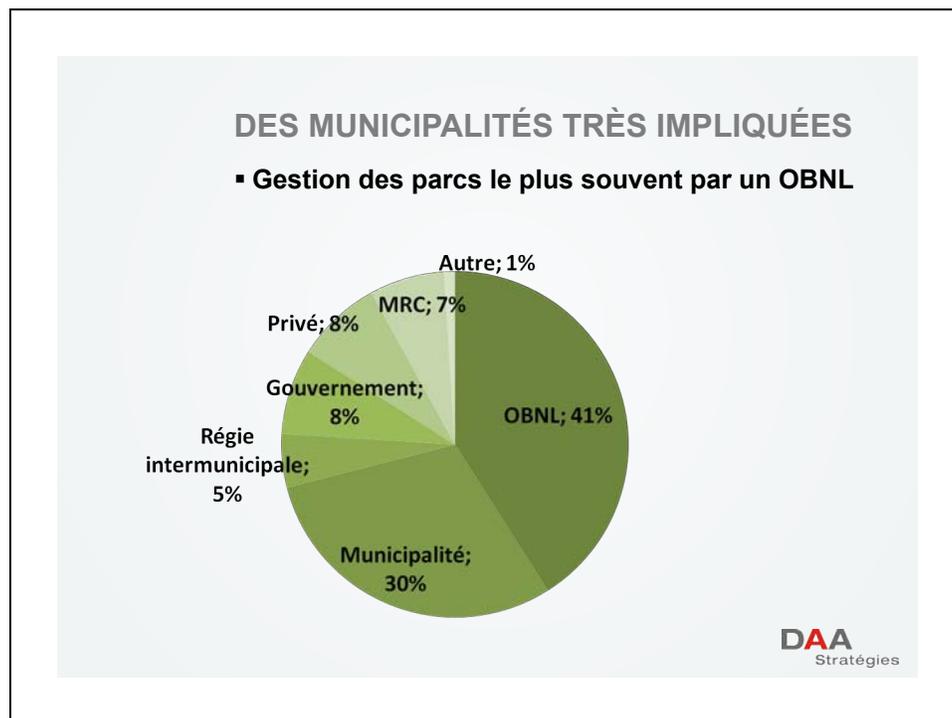
DAA
Stratégies

DES MUNICIPALITÉS TRÈS IMPLIQUÉES

- **Différents types de propriétaires**
 - Plus de la moitié des parcs sont municipaux (propriété et gestion par la municipalité)



DAA
Stratégies



DES AIRES PROTÉGÉES DANS LE TIERS DES PARCS

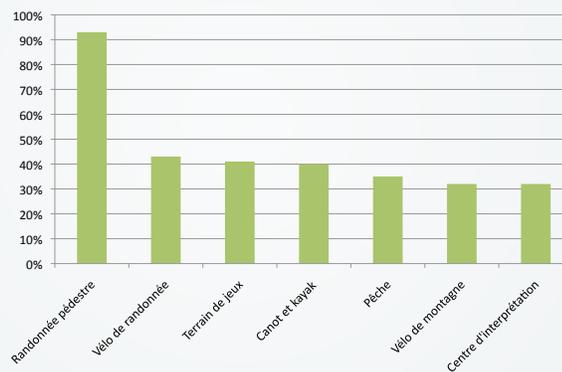
▪ Généralement sans aire protégée (au sens de la loi)

- 67 % n'ont pas d'aire protégée sur leur territoire
- Les principales :
 - Habitat faunique : 10 %
 - Habitat d'une espèce floristique menacée : 10 %
- Parmi ceux qui ont des aires protégées :
 - 52 % sur plus du quart de leur territoire
 - 33 % sur 1 à 5 % de leur territoire

DAA
Stratégies

UNE LARGE GAMME D'ACTIVITÉS

▪ Activités estivales principales :



DAA
Stratégies

UNE LARGE GAMME D'ACTIVITÉS

▪ Activités estivales principales

- **Randonnée pédestre (93 %)**
- Vélo de randonnée (43 %)
- Terrain de jeux (41 %)
- Canot et kayak (40 %)
- Pêche (35 %)
- Vélo de montagne (32 %)
- Centre d'interprétation (32 %)



Plus de 1 500 km de sentiers de randonnée – une moyenne de 25 km par parc

Ceci représenterait plus de 5 000 km pour l'ensemble des parcs régionaux

Près d'1,1 million de randonneurs au Québec

Environ 25 % des touristes au Québec pratiquent la randonnée

DAA
Stratégies

UNE LARGE GAMME D'ACTIVITÉS

▪ Activités estivales principales

- Randonnée pédestre (93 %)
- **Vélo de randonnée (43 %)**
- Terrain de jeux (41 %)
- Canot et kayak (40 %)
- Pêche (35 %)
- **Vélo de montagne (32 %)**
- Centre d'interprétation (32 %)



Plus de 3,5 millions de cyclistes au Québec

Environ 700 000 adeptes de vélo de randonnée

Plus de 800 km de sentiers de vélo de randonnée

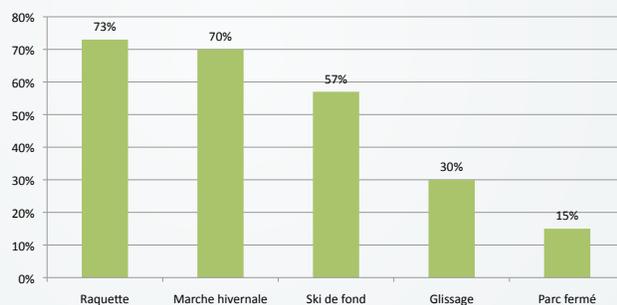
Plus de 850 km de sentiers de vélo de montagne

DAA
Stratégies

UNE LARGE GAMME D'ACTIVITÉS

- 15 % des parcs sont fermés l'hiver

- Activités hivernales principales :



DAA
Stratégies

UNE LARGE GAMME D'ACTIVITÉS

- Activités hivernales principales

- Raquette (73 %)
- Marche hivernale (70 %)
- Ski de fond (57 %)
- Glissade (30 %)



Environ 9 % des Québécois pratiquent la raquette. Cette proportion est en forte croissance.

Environ 5 % pratiquent le ski de fond.

DAA
Stratégies

UNE OFFRE D'HÉBERGEMENT DIVERSIFIÉE

- **47 % des parcs offrent au moins un type d'hébergement**

- **Principal type d'hébergement : le camping**

- Présent dans 29 % des parcs
- Surtout des emplacements de passage (28 %)
- Quelques saisonniers (9 %)

- **Autres types d'hébergement**

- Refuges (20 %)
- Tentés prospecteurs ou prêt-à-camper (19 %)
- Chalets locatifs (17 %)



DAA
Stratégies

PLUSIEURS SERVICES SUR PLACE

- **62 % ont un service de restauration**

- Principalement : restauration rapide (25 %) et dépanneur (16 %)

- **91 % offrent de l'animation (visites guidées, etc.)**

- **60 % proposent des salles à louer**

- Généralement une seule salle par parc

- **Plusieurs offrent des locations d'équipements**

- 43 % louent des équipements d'activités hivernales (patins, ski de fond, ski alpin, raquettes, etc.)
- 33 % proposent des embarcations nautiques (kayak, canot, rabaska, pédalo, etc.)

DAA
Stratégies

PLUS DE 6 000 EMPLOIS AU QUÉBEC

▪ Une main d'œuvre surtout saisonnière

- En moyenne 10 employés permanents
- En moyenne 21 employés saisonniers

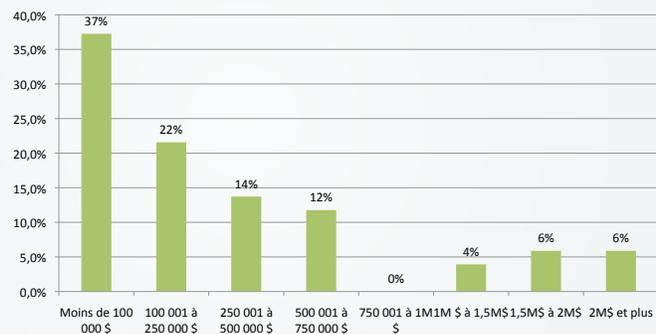
▪ Ceci représente :

- Plus de 2 000 emplois permanents
- Plus de 4 000 emplois saisonniers

DAA
Stratégies

DES REVENUS DE PLUS DE 80M\$

▪ Beaucoup d'entreprises à petits revenus



▪ Un total de 200 parcs atteignant plus de 80 M\$

DAA
Stratégies

DES REVENUS DE PLUS DE 80 M\$

- **Revenus d'exploitation représente en moyenne de 50 % à 60 % des revenus**

- Tarification d'accès journalier en moyenne : 6 \$ pour les adultes
- Nombreux parcs offrant un accès gratuit, parfois avec certaines activités facultatives payantes

- **Entre 10 et 20 % des revenus proviennent des subventions de villes ou de MRC**

- **Les autres sources de revenus :**

- Subventions gouvernementales (programmes d'emploi)
- Programmation d'investissement à l'aménagement (volet II)
- Partenaires privés

DAA
Stratégies

LES INVESTISSEMENTS

- **Beaucoup d'investissements mineurs en immobiliers**

- 12 % n'ont fait aucun investissement
- 41 % des investissements faits étaient de moins de 100 000 \$

- **Investissements marketing de 4 % des revenus totaux (en moyenne)**

- 10 % n'ont fait aucune dépense liée au marketing, 20 % ont des dépenses inférieures à 1 000 \$
- En général, un investissement marketing minimum de 5 à 6 % des revenus assure un maintien du volume d'affaires

DAA
Stratégies

UN ACHALANDAGE SAISONNIER

- Achalandage total entre 18 et 22 M de jours-visiteurs pour l'ensemble des parcs régionaux au Québec
- Légère décroissance de l'achalandage chez les répondants entre 2009 et 2010 (- 4 %)
- Achalandage concentré principalement sur 3 saisons
 - Environ 85 % de l'achalandage est durant la saison estivale « élargie »

DAA
Stratégies

Parcs Québec

- Autofinancement de 67 % provenant des revenus autonome (4 % en 1999) : PR : 50% à 60%
- Chiffre d'affaires de 50 M\$ (14 M\$ en 1999) : PR : 80M\$)
- Fréquentation de 4,1 M (2,4 M en 1999) PR : 18M\$
- 1 700 employés dans les régions (450 en 1999)
- 100 M\$ en investissements depuis la prise en charge
- Plan de développement de 42 M\$ en cours

DAA
Stratégies

ENJEUX DES PARCS RÉGIONAUX

DAA
Stratégies

ENJEUX EN RESSOURCES HUMAINES

- **Précarité des emplois (30 %)**
- **Recherche et embauche de main-d'œuvre qualifiée (30 %)**
- **Taux de roulement élevé (28 %)**

Aucun enjeu à ce niveau pour 36 % des répondants

DAA
Stratégies

ENJEUX EN FINANCEMENT

- **Difficulté à financer des projets de développement (39 %)**
- **Difficulté à générer des revenus autonomes / autofinancement (37 %)**
- **Difficulté à trouver un financement récurrent (subventions) pour les opérations (35 %)**

Aucun enjeu à ce niveau pour 25% des répondants

ENJEUX LIÉ AU MILIEU POLITIQUE / GOUVERNEMENTAL

- **Divergence d'opinion ou de vision (22 %)**
- **Lourdeur administrative (15 %)**

Aucun enjeu à ce niveau pour 48 % des répondants

ENJEUX AU NIVEAU DE LA PERCEPTION DU PUBLIC

- **Problème d'image (24 %)**

Aucun enjeu à ce niveau pour 44 % des répondants

ENJEUX AU NIVEAU DU TERRITOIRE

- **Vandalisme et vol (48 %)**
- **Entretien (34 %)**
- **Gestion de l'occupation du territoire (24 %)**

Aucun enjeu à ce niveau pour 28 % des répondants

ENJEUX AU NIVEAU DES PRODUITS

- **Maintien de la qualité de l'offre (44 %)**
- **Innovation (42 %)**
- **Animation du site (38 %)**

Aucun enjeu à ce niveau pour 31 % des répondants

QUESTIONS, COMMENTAIRES? MERCI!