



ÉTUDE SUR LE DÉVELOPPEMENT DE  
L'ACTIVITÉ RÉCRÉOTOURISTIQUE  
ET MARITIME À CHANDLER

RAPPORT FINAL

ÉTUDE SUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'ACTIVITÉ  
RÉCRÉOTOURISTIQUE ET MARITIME À CHANDLER

RAPPORT FINAL

Présenté à

Ville de Chandler

Par

GENIVAR Société en commandite  
Desjardins Marketing Stratégique  
Innovation maritime

AVRIL 2008

Q106000

## ÉQUIPE DE RÉALISATION

---

### ***Ville de Chandler***

Chargé de projet : Glenn Clément

### ***GENIVAR***

Chargé de projet : Christian Couette

Analyste-aménagiste : Mathieu Cyr

Analyste-rechercheur : Jessica Beauguitte

Ingénieur maritime : André Lapointe

Ingénieur maritime : Jean-François Hudon

### ***Desjardins Marketing Stratégique***

Directeur : Jean-Paul Desjardins

Analyste : Marika Gagnon

### ***Innovation maritime***

Analyste : Nicolas Parent

---

### ***Référence à citer :***

*GENIVAR 2008. Étude sur le développement de l'activité récréotouristique et maritime Chandler. Rapport de GENIVAR à Ville de Chandler. 133 p. et annexes.*

## TABLE DES MATIÈRES

	<i>Page</i>
Équipe de réalisation (à venir).....	i
Table des matières.....	ii
Liste des tableaux.....	vi
Liste des figures.....	vii
Liste des annexes.....	vii
SOMMAIRE.....	1
INTRODUCTION.....	16
Mise en contexte.....	16
Objectifs.....	17
Approche et présentation du rapport.....	17
1. ANALYSE DU POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE RÉCRÉOTOURISTIQUE.....	18
1.1 Méthodologie.....	20
1.2 État de la situation.....	20
1.2.1 Les études antérieures; les orientations du territoire.....	20
1.2.2 La demande et la performance touristique.....	27
1.2.3 La demande régionale.....	34
1.2.4 L'inventaire de l'offre.....	37
1.3 Les tendances touristiques.....	46
1.3.1 Tourisme d'aventure/écotourisme : voie prometteuse.....	46
1.3.2 Le cyclotourisme : tendance qui semble se stabiliser.....	49
1.3.3 Le tourisme nautique (croisières) : un point chaud à l'heure actuelle au Québec.....	52
1.3.4 Le tourisme culturel : un désir vif de vivre une expérience interactive.....	54
1.3.5 Le tourisme événementiel : un niveau concurrentiel élevé.....	57
1.3.6 La villégiature : un mode d'hébergement de plus en plus privilégié.....	59
1.3.7 Synthèse des tendances observées.....	61
1.4 La consultation auprès des intervenants et des leaders.....	62
1.4.1 Une faible évolution de l'offre.....	62

1.4.2	Des richesses naturelles et culturelles.....	63
1.4.3	Du potentiel comme pôle complémentaire .....	64
1.4.4	Quelques projets de développement .....	65
1.4.5	Des opportunités .....	65
1.4.6	Des suggestions d'interventions pour mettre en valeur les atouts .....	66
1.4.7	Un support municipal accru.....	67
1.4.8	Vision de développement d'amélioration des infrastructures et du produit actuel.....	68
1.4.9	Possibilités de partenariat.....	69
1.5	Diagnostic stratégique .....	70
1.5.1	Forces .....	70
1.5.2	Faiblesses .....	71
1.5.3	Opportunités .....	71
1.5.4	Menaces.....	72
1.6	Les orientations de développement .....	73
1.6.1	La ville de Chandler a-t-elle la capacité et la volonté de prendre un virage récréotouristique à 180°? .....	73
1.6.2	Le concept et les créneaux de développement .....	74
1.6.3	La vision récréotouristique de Chandler (ou ce qu'elle peut devenir).....	75
1.6.4	La ville et son implication dans le développement .....	77
1.7	Planification stratégique .....	78
1.7.1	Les objectifs stratégiques .....	78
1.7.2	Les clientèles prioritaires .....	79
1.7.3	Le positionnement.....	82
1.7.4	Les axes stratégiques de développement.....	83
1.7.5	Le plan d'actions .....	100
2.	ANALYSE DU POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS DE CABOTAGE ET DU TRANSPORT INTERMODAL À CHANDLER.....	111
2.1	Cabotage ou Transport maritime à courte distance (TMCD).....	111
2.1.1	Terminologie.....	111

2.1.2	Méthodologie.....	112
2.1.3	Analyse des flux de transport en Gaspésie.....	113
2.1.4	Chandler : plaque tournante régionale en transport.....	120
2.1.5	Évaluation des opportunités par secteur d'activité .....	121
2.1.6	Étude préliminaire de faisabilité de mise sur pied d'un lien maritime.....	124
2.1.7	Profils logistiques du transport de marchandises entre le continent et les Îles-de-la-Madeleine.....	128
2.1.8	Mise en perspective des opportunités.....	132
2.2	Intermodalité des transports et développement industriel de Chandler .....	133
2.2.1	Industrie forestière.....	134
2.2.2	Industrie éolienne.....	135
2.2.3	Projets industriels .....	136
2.2.4	Mise en perspective des opportunités.....	139
2.3	Calcul de réduction des gaz à effet de serre.....	140
2.3.1	Méthodologie.....	140
2.3.2	Scénarios.....	141
2.4	Calcul de réduction des coûts d'entretien routier.....	142
3.	ANALYSE DE L'ÉTAT DES INFRASTRUCTURES PORTUAIRES .....	144
3.1	État actuel des infrastructures portuaires .....	144
3.2	Synthèse des trafics actuels au port de Chandler.....	145
3.3	Définition et analyse des enjeux de développement.....	146
3.3.1	Le développement de l'activité industrielle .....	146
3.3.2	Le développement de l'activité liées aux croisières internationales.....	149
3.3.3	La cohabitation des fonctions industrielle et touristique.....	151
3.4	Définition et analyse des scénarios.....	152
3.4.1	Aménagement d'infrastructures pour l'accueil de navires de grandes tailles .....	152
3.4.2	Aménagement d'infrastructures d'accueil à proximité du poste à quai.....	156
3.4.3	Remblaiement de la dépression attenante au brise-lames .....	157

3.5	Estimation des coûts .....	157
3.6	Élaboration d'un plan d'action pour 2007-2012 .....	159
3.6.1	Développement de la fonction industriel et du transport intermodal.....	159
3.6.2	Développement de la fonction touristique.....	160
3.6.3	Remblaiement de l'étang.....	161
4.	RÉFÉRENCES .....	162

## **LISTE DES TABLEAUX**

	<b>Page</b>
Tableau 1.1	Profil des résidents de la nouvelle ville fusionnée de Chandler. .... 35
Tableau 1.2	Habitudes récréatives des résidents de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine. .... 36
Tableau 1.3	Fiche signalétique des tendances. .... 62
Tableau 1.4	Possibilités de partenariat..... 69
Tableau 1.5	Faits saillants à propos des segments-cibles..... 80
Tableau 1.6	Plan d'action récréotouristique de Chandler ..... 105
Tableau 2.1	Expéditions et réceptions de marchandises par les entreprises gaspésiennes en 1999 (k-tonnes). .... 113
Tableau 2.2	Tonnages exportés et importés en Gaspésie par les entreprises gaspésiennes en 1999 (k-tonnes). .... 115
Tableau 2.3	Tonnages exportés et importés en Gaspésie par les entreprises gaspésiennes en 1999 (k-tonnes). .... 115
Tableau 2.4	Exportations gaspésiennes selon la MRC d'origine et la région de destination en 1999 (k-tonnes). .... 117
Tableau 2.5	Marchandises importées en Gaspésie selon la MRC de destination et le secteur d'activité en 1999 (tonnes)..... 119
Tableau 2.6	Répartition par MRC de la capacité de coupe des scieries. .... 121
Tableau 2.7	Coûts de transport routier entre Chandler et New Haven. .... 125
Tableau 2.8	Hypothèses de coûts du transport maritime..... 125
Tableau 2.9	Estimations des coûts de voyage porte-à-porte. .... 126
Tableau 2.10	Consommation d'énergie et émissions de CO <sub>2</sub> des modes de transports routiers et maritimes. .... 141
Tableau 2.11	Données de trafic pour le calcul des émissions de CO <sub>2</sub> pour les scénarios étudiés. .... 141
Tableau 2.12	Émissions de CO <sub>2</sub> attribuées aux modes de transport routier et maritime pour les scénarios étudiés. .... 142
Tableau 3.1	Synthèse des caractéristiques physiques du port de Chandler..... 144
Tableau 3.2	Estimation préliminaire des coûts par type d'intervention..... 158
Tableau 3.3	Plan d'action pour 2007-2012 ..... 159

## **LISTE DES FIGURES**

	<b>Page</b>
Figure 1.1	Visites-région en Gaspésie, 2000 à 2004. .... 27
Figure 1.2	Visites-région au Québec, 2000 à 2004..... 27
Figure 1.3	Visiteurs dans les bureaux d'accueil touristique de la MRC du Rocher-Percé, 2000 à 2006. .... 29
Figure 1.4	Visiteurs au bureau d'accueil touristique de Chandler, 2000 à 2006..... 31
Figure 1.5	Synthèse de l'inventaire de l'offre de Chandler et de son territoire. .... 45
Figure 1.6	Schéma des axes de développement proposés ..... 99
Figure 2.1	Distances économiques des modes de transport. .... 114
Figure 2.2	Flux de transport pour l'approvisionnement des Îles-de-la-Madeleine..... 129
Figure 3.1	Illustration des interventions concernant la route d'accès, le lien ferroviaire et l'aire d'entreposage ..... 148
Figure 3.2	Aménagement d'infrastructures pour l'accueil de navires de grandes tailles153
Figure 3.3	Aménagement d'infrastructures d'accueil à proximité du poste à quai ..... 154
Figure 3.4	Remblaiement de la dépression attenante au brise-lames..... 155

## **LISTE DES ANNEXES**

Annexe 1	Profil sociodémographique et comportemental des touristes en Gaspésie
Annexe 2	Grille d'analyse qualitative des sites et attraits
Annexe 3	Grille d'entretien auprès des intervenants
Annexe 4	Information demandée lors des entrevues
Annexe 5	Atelier de planification stratégique

## SOMMAIRE

---

La Ville de Chandler et ses partenaires financiers désirent évaluer les opportunités de diversification de l'activité économique de la municipalité à partir de créneaux clairement identifiés. Dans ce sens, le développement de l'industrie récréotouristique et l'utilisation du port de mer comme effet de levier apparaissent comme étant des créneaux porteurs et structurants. Sur la base de ces orientations, le présent mandat a été structuré en considérant trois volets, soit :

- Volet 1 : Analyse du potentiel de développement de l'industrie récréotouristique;
- Volet 2 : Étude de faisabilité de l'implantation de l'industrie du cabotage et mise en contexte des impacts inhérents au développement de l'intermodalité des transports;
- Volet 3 : Analyse de l'état des infrastructures portuaires et plan d'action.

### **Volet 1 : Développement de l'industrie récréotouristique**

#### ***Diagnostic stratégique***

L'ensemble des différentes démarches réalisées dans le cadre du mandat ont permis d'identifier les principales forces, faiblesses, opportunités et menaces de la ville de Chandler en récréotourisme.

Certains constats s'imposent rapidement :

- un certain nombre d'activités récréotouristiques existent déjà, connues ou mal connues, et peuvent offrir une expérience complémentaire;
- les attraits existants sont généralement déstructurés; l'offre n'est pas intégrée. Deux exceptions : les forfaits offerts lors de la traversée Îles-de-la-Madeleine / Gaspésie et la Pointe de Pabos (Bourg de Pabos, Base de Plein Air de Bellefeuille);
- les partenariats sont fragiles et le niveau de concertation, bien que palpable, est embryonnaire;
- le passé industriel hante l'esprit des résidents et des décideurs de Chandler; l'attente a été longue et les opportunités ne sont pas légions;
- plusieurs niveaux d'incompréhension et de préjugés existent quant à l'industrie touristique : un secteur d'économie sociale, une industrie saisonnière, un faible niveau de service est requis, les salaires sont généralement bas;
- la véritable expertise entrepreneuriale, basée sur un profil de compétences et de savoir-faire est quasi absente.

## ***Le concept et les créneaux de développement***

Le concept doit prendre en considération les éléments suivants :

- Compter sur la richesse culturelle de la Gaspésie et, plus particulièrement, sur le patrimoine passé et présent de Chandler;
- Revitaliser son noyau urbain, pour en faire un véritable pôle d'animation convivial;
- Révéler son pôle « nature » : mise à jour, et intégration aux expériences existantes, en tenant compte des variables marketing (profil de clientèle, prix, accessibilité);
- Dévoiler davantage son expérience balnéaire et lacustre et dorénavant associée, dans l'esprit des touristes, à Chandler;
- Miser sur le long terme, sur l'industrie du savoir, sur l'innovation et un apport extérieur important.

Ainsi, le concept de développement peut être défini de la manière suivante :

**L'histoire fournira à Chandler sa personnalité, en la faisant en quelque sorte revivre. Lieu de séjour agréable misant sur des percées visuelles, la ville a signé une entente de partenariat avec l'Université Laval pour mettre sur pied un centre du savoir sur l'innovation touristique. Tous les aménagements viseront à redonner le bord de l'eau aux citoyens et aux touristes. Audacieuse et provocante, Chandler devient la cité de l'innovation, dans tous les secteurs d'activités qu'elle vise.**

## ***La vision récréotouristique de Chandler (ou ce qu'elle peut devenir)***

La vision peut être énoncée de la manière suivante :

Chandler sera tournée vers l'innovation, le tourisme, la mer et la culture. Après avoir connu des années industrielles et des années plus difficiles, Chandler mise sur le savoir et l'expérience.

La ville a signé une entente de partenariat avec l'Université Laval pour mettre sur pied un centre de recherche et une chaire sur l'innovation touristique. Ce **centre du savoir** prend place sur le site de l'ancienne usine Gaspésia (site en quelque sorte symbolique du passé, du présent et de l'avenir). Audacieuse et provocante, Chandler devient ainsi **cité de l'innovation**, dans tous les secteurs d'activités qu'elle vise. Elle est ouverte sur le monde. Elle a développé une nouvelle culture entrepreneuriale. Ses acteurs sont mobilisés; ils travaillent ensemble et partagent leurs ressources.

Chandler dévoile maintenant aux touristes, avec beaucoup de vigueur, ses atouts trop bien cachés. Elle est une **ville accueillante**, charmante, à grande saveur historique et maritime. Elle a su se développer une personnalité qui lui est propre et favorise les arrêts, le séjour et la découverte des attraits et des activités de son territoire.

Dès que les visiteurs arrivent aux extrémités de la ville, soit aux villages de Newport et de Pabos, ils ressentent une coupure, un changement de rythme soudain dans le circuit routier de la Route 132. Ils savent dès lors qu'ils entrent dans la zone de Chandler, ville de bâtisseurs innovateurs, ville au riche passé historique, ville maritime et lacustre.

Le **lac Vachon**, en plein milieu du centre-ville, capte leur attention. Ils arrêtent donc, juste à côté, à la Maison du Tourisme, pour prendre de l'information. Toutes les expériences du territoire leurs sont alors présentées. Les visiteurs n'auraient jamais cru que Chandler avait tant à offrir. Pour eux, cette ville représentait davantage une ville industrielle que touristique. Quelle découverte! Chandler est une **ville de bâtisseurs innovateurs**, qui recèle de lacs et de rivières accessibles et qui est tournée vers la mer.

Divers aménagements redonnent le bord de l'eau aux citoyens et aux touristes. Les vues de Chandler sont tournées vers le littoral; les haltes ainsi que les belles plages sablonneuses du territoire sont toutes mises en valeur; elles sont aisément accessibles et bien identifiées. L'histoire de Chandler et des familles qui l'ont habitée et développée est dévoilée. À **Newport**, c'est une immersion totale dans la vie et l'œuvre de La Bolduc. Chants, images et rencontres de personnages associés à cette artiste en font une expérience de visite exceptionnelle.

La **Pointe de Pabos**, un produit fort et structuré, présente une autre trame historique importante de Chandler et offre une diversité d'activités de plein air. Ici, comme à différents endroits sur le territoire, les visiteurs peuvent pratiquer des sports nautiques. D'ailleurs, plusieurs forfaits d'activités en lacs et en rivières leurs sont proposés.

Chandler a su intégrer son passé industriel à son offre touristique, en rappelant ses origines, en créant et en maintenant des liens de transport stratégiques, notamment avec le **train touristique** et les **navires de croisières** à petit gabarit.

Le **cœur de la ville** est habité et animé. C'est un lieu de séjour esthétiquement beau. Des murales rappellent l'histoire des premiers hommes et des premières femmes qui ont peuplé Chandler. La rue commerciale se prête bien au magasinage. Un hôtel à pavillons de catégorie confort, adjacent à l'ancienne usine Gaspésia, et différents petits commerces (boulangerie, confiserie, etc.) en font une expérience des plus agréables. D'ailleurs il s'y ressent un grand **dynamisme**. Le site de l'ancienne usine Gaspésia

présente un nouveau visage, avec la mise en valeur du patrimoine industriel de Chandler et une ouverture vers la mer.

Chandler est dorénavant reconnue comme **ville innovante au riche passé historique**, possédant un **littoral exceptionnel**, offrant différentes expériences lacustres et constituant une **station balnéaire** des plus impressionnantes.

### ***Les objectifs stratégiques***

Les objectifs stratégiques du présent plan de développement sont les suivants :

- donner une personnalité touristique à Chandler et caractériser progressivement cette destination ou ce pôle d'attraction;
- proposer une vision à long terme pour introduire de nouvelles ressources à Chandler et en Gaspésie (ressources professionnelles, ressources financières, ressources techniques);
- miser sur les acquis et renforcer l'offre récréotouristique existante en la structurant davantage;
- investir massivement sur les zones de développement, en approfondissant la faisabilité de certaines propositions, en effectuant des recherches complémentaires, en mettant en application de nouvelles formes de partenariat;
- promouvoir la nouvelle image axée sur les expériences proposées;
- supporter les entreprises et les organisations pourvoyeurs de services, de produits et d'expériences et faciliter la convergence des ressources;
- mettre en marché les expériences touristiques proposées, dès qu'elles seront à maturité.

### ***Le positionnement***

Longtemps associée à une ville industrielle, Chandler se positionnera maintenant également en récréotourisme et affirmera avec vigueur ce positionnement. Plusieurs caractéristiques constituent les fondements du positionnement à adopter :

- Chandler, ville de bâtisseurs; ville innovante au riche passé historique;
- Chandler, plages et bord de mer; des plages sablonneuses et un littoral attractif;
- Chandler; expériences maritimes et balnéaires;
- Chandler, des lacs et des rivières accessibles; activités lacustres et de plein air;
- Chandler, lieu accueillant et embelli; ouvert au tourisme et convivial.

L'énoncé du positionnement de Chandler se traduira par des changements importants. Une ville intimement liée à l'eau, dans son passé et son présent, possédant une vitalité sociale inspirante, innovante et des plus accueillantes.

## ***Les axes stratégiques de développement***

Le plan de développement doit orienter les décideurs, soutenir les intervenants de l'industrie, émouvoir les clientèles ciblées et amener les résidents à être fier de leur ville et de ce qu'elle offre; chacun doit donc pouvoir s'y reconnaître, dans une opération « coup de cœur ». Les axes fondamentaux sont donc :

- Chandler, un nouveau centre du savoir;
- le centre de ressources;
- les expériences touristiques de Chandler;
- les zones de développement;
- la désignation de Chandler à titre de «village-relais»;
- l'embellissement de la ville et le changement de personnalité « urbaine ».

### **Chandler, un nouveau centre du savoir**

Le Centre du savoir prendra place sur une partie du site de l'usine Gaspésia. Le Centre du savoir sera en fait un centre de recherche appliquée en innovation touristique ouvert à l'international. Parrainé par une université il comprendra :

- un centre du savoir orienté vers l'innovation en tourisme;
- une chaire en innovation touristique;
- un laboratoire de recherche;
- un incubateur d'entreprises.

La portée de ce centre sera multiple : stages en innovation, création d'entreprises, congrès national et international, conférences thématiques, liens stratégiques avec différents réseaux de veille, vitrine de produits innovants, exposition mensuelle sur des nouveaux produits, expositions, etc., premier concept réunissant des unités d'hébergement (pavillons, chalets), un restaurant et un attrait d'applications<sup>1</sup>; ces unités seront toutes parrainées par l'entreprise privée.

### **Le Centre de ressources**

L'avenir récréotouristique de Chandler repose sur une organisation du développement intégré, sur la force et la cohérence de la vision, des buts et des valeurs proposés. Les organismes et les industries du domaine touristique et culturel sont confrontés à des problèmes identiques, à des enjeux primordiaux qui pourront les mettre en péril s'ils ne sont pas résolus. Le présent exercice, suite au témoignage de plusieurs ressources du milieu, nous amène à revoir les façons de travailler. La solution envisagée vise à favoriser l'intégration des intervenants, tout en conservant l'identité propre de leur

---

<sup>1</sup> Des lieux (hébergement, restaurant et attrait) pouvant servir à l'expérimentation; à la formation des étudiants et à la recherche universitaire.

organisation, par un partage de ressources professionnelles, matérielles et financières, des actions de commercialisation conjointes visant à accroître la fréquentation, des initiatives conjointes de développement de projets et de produits nouveaux, etc.

### **Les expériences structurées**

Chandler deviendra une ville où différentes expériences récréotouristiques structurées seront proposées. Une ville qui a su dévoiler son potentiel et ses possibilités d'expériences :

- l'expérience lacustre : ***Chandler : des lacs et des rivières accessibles;***
- l'expérience du littoral : ***Chandler : plages et bord de mer;***
- l'expérience en « mer » : ***Chandler : expérience-maritime;***
- l'expérience culturelle : ***Chandler : ville de bâtisseur.***

### **Les zones de développement**

#### ***Le cœur du village / lieu de rassemblement et d'animation***

Cet ensemble est composé de la marina, de la plage, de la gare, du parc attenant, du site réhabilité de la Gaspésia et les rues adjacentes. Le dégagement des percées visuelles vers la mer est le geste le plus important. La ville privilégiera la venue de petits commerces de proximité, tout près du nouveau centre en innovation touristique, le Centre du savoir. Cette place deviendra vite un lieu de rassemblement; les rues perpendiculaires à la plage devraient conduire les visiteurs vers le sentier de découverte longeant la plage (la promenade).

#### ***Le lac Vachon et sa zone concomitante / un ensemble signature***

Lorsqu'on arrive dans une destination, on cherche inévitablement des points de repère significatifs. Dans le cas de Chandler, la présence de la mer peut contribuer à cet effet. Cependant, le lac Vachon situé en plein cœur de Chandler peut également jouer ce rôle, puisqu'il longe la Route 132. Ainsi, il est suggéré de constituer un ensemble évocateur, et de reconfigurer les services d'information touristique près du lac et de sa promenade, et de contribuer à dynamiser ce secteur. La Maison du Tourisme offrira différents services d'information et d'orientation touristiques, tout en abritant le nouveau Centre de ressources. L'actuel kiosque d'information sera donc relocalisé et les fonctions modifiées et élargies. Des activités de canotage ou de pédalos pourraient être offertes; toutefois, il faudra veiller à dégager le centre du lac car nous proposons d'y installer un jeu d'eau propulseur, jumelé à un système d'éclairage. Un jardin thématique liera le stationnement à la Maison du Tourisme et au sentier existant.

### ***La 132 et le pôle ouest***

Les zones de la 132 et du pôle ouest seront le fruit d'un aménagement spécifique qui a déjà été décrit auparavant :

- La Route thématique des bâtisseurs (sur 15 kilomètres);
- Newport, le village natal de La Bolduc
- La Pointe de Pabos

Ces zones offrent une expérience commune; une expérience de découverte des racines de la population locale, de ses bâtisseurs et des gens qui ont fait sa renommée.

### ***Le site de la Gaspésia***

La réhabilitation du site de la Gaspésia est au cœur même du processus de développement économique et touristique de Chandler. Toutefois, la mise en valeur du site doit être planifiée en tenant compte des contraintes inhérentes à la contamination des sols et aux délais requis pour le démantèlement de l'usine. Face à cette situation, des démarches ont été entreprises afin de définir un concept préliminaire de réhabilitation du site de la Gaspésia. Ce concept devra faire l'objet d'une analyse plus détaillée, en fonction d'une connaissance plus précise de l'état de la situation. Globalement, le concept préliminaire s'articule autour de quatre grandes orientations, soit :

- La mise en place d'un centre du savoir axé sur l'innovation touristique;
- La mise en valeur du patrimoine industriel;
- Le renforcement du noyau urbain de Chandler par le développement de nouveaux secteurs commerciaux;

Le renforcement du caractère naturel et maritime du site et l'amélioration de l'accès physique et visuel avec la mer.

### ***La zone du quai : lieu d'accueil des croisiéristes***

Dans un avenir plus ou moins rapproché, Chandler pourrait être le port d'escale de navires de croisières internationales de petit gabarit (entre 200 et 800 passagers). Il faut reconnaître cependant qu'un certain nombre de gestes devront être posés :

- un poste d'accueil convivial;
- un quai aménagé en fonction du transport des passagers-excursionnistes;
- un ou des produits d'excursions suffisamment développés, nombreux et attractifs (train touristique vers Percé, expédition nature avec guide dans la Zec, Chantier archéologique à la Pointe de Pabos, etc.).

### ***L'embellissement de la ville et le changement de personnalité « urbaine »***

L'environnement esthétique d'un territoire ou d'une destination à vocation récréotouristique a toute son importance; les paysages, les aménagements intégrés, l'harmonie des couleurs contribuent tour à tour à nourrir l'émotion, le pouvoir attractif et l'intérêt de tous les sens.

La ville, tous ses résidents et tous ses commerces auront une responsabilité commune : celle d'être prêts à recevoir les clientèles touristiques, dans un esprit de développement durable. Chandler, ville au passé industriel, enlaidie par plusieurs constructions et structures, pourrait devenir une ville choyée, recherchée sur le tour de la Gaspésie, par son caractère innovant et ses façons de faire « différemment les choses ». Les changements amorcés dépasseront le stade du « cosmétique ». Une attention toute particulière devra être apportée à la Route 132, lieu de passage, prodiguant l'image de Chandler aux touristes.

### ***La désignation de Chandler comme « village-relais »***

La Ville de Chandler a entrepris des démarches avec le ministère des Transports du Québec (MTQ) afin d'intégrer la ville au réseau de village-relais que le MTQ entend mettre en place sur l'ensemble du réseau routier québécois. Une telle désignation permettrait de consolider l'offre commerciale de Chandler, notamment par rapport à la clientèle touristique de passage ou en transit, en plus de favoriser une plus grande visibilité.

Un village-relais est une municipalité qui offre, avec l'aide de ses commerçants, des services au moins comparables à ceux que l'on trouve dans les aires de service, et ce, 24 heures par jour et 365 jours par année. On parle, entre autres, de service de restauration, de distribution d'essence, de dépannage mécanique et d'hébergement.

### ***La modification du nom de la municipalité***

Le projet de modification du nom de la municipalité vise plusieurs objectifs. D'une part, ce changement marquerait le nouveau virage amorcé par la Ville, avec le démantèlement de l'usine Gaspésia et la réhabilitation du site à des fins touristiques. D'autre part, ce changement viserait à articuler les efforts de positionnement touristique, à partir d'un nom qui soit évocateur.

## **Volet 2 : Cabotage et intermodalité des transports**

Les analyses présentées dans le volet 2 visaient trois objectifs complémentaires, soit :

- Évaluer le potentiel du port de Chandler à devenir un pivot dans les échanges maritimes avec les Îles-de-la-Madeleine et les autres marchés nord-américains;
- Mettre en contexte les impacts du développement des infrastructures intermodales sur le développement économique et industriel de Chandler;
- Mettre en perspective les impacts environnementaux que pourrait avoir le développement du cabotage et du transport intermodal, notamment en ce qui concerne l'émission des gaz à effet de serre.

### ***Cabotage ou Transport maritime à courte distance (TMCD)***

Puisque le potentiel du port de Chandler peut dépasser les seules frontières du Canada et comprendre le transport maritime de produits entre la Gaspésie et la côte Est des États-Unis, il est préférable d'utiliser l'expression ***Transport maritime à courte distance (TMCD)***, qui elle englobe à la fois les services de cabotage et les services transfrontaliers avec les autres pays nord-américains.

Considérant l'infrastructure actuelle et la profondeur d'eau du port de Chandler, le potentiel de développement de services de TMCD basés sur une logique de transbordement est évalué comme étant non viable sans investissements majeurs s'élevant à des centaines de millions de dollars. L'analyse du potentiel du TMCD pour le port de Chandler préconisée ici se limite donc à une autre logique, soit celle du service aux industriels et entreprises diverses de la région d'influence du port.

À la lumière des analyses effectuées, un certain nombre de constats peuvent être faits. D'abord, la diversité des entreprises et des produits implique des stratégies de distribution et d'approvisionnement fort différentes. Dans la majorité des cas, l'implantation d'un pivot logistique à partir du port de Chandler demanderait aux entreprises d'investir dans des inventaires supplémentaires, alors que la tendance est plutôt vers la réduction de ceux-ci et l'approvisionnement en juste-à-temps. Ensuite, une part considérable des intrants et des extrants proviennent du Bas-Saint-Laurent. Un service maritime entre la Gaspésie et sa région voisine n'est pas concurrentiel par rapport à l'option entièrement routière.

Ainsi, dans le contexte actuel, les volumes potentiels de marchandises et leurs origines – destinations constituent autant de facteurs de risque qui vont limiter la possibilité d'intéresser des promoteurs dans l'opération d'un tel service. Cependant, la présence à Chandler du CTMA constitue assurément un élément clé dans le développement du transport de marchandises entre la Gaspésie et les Îles-de-la-Madeleine. Pour ce faire,

la région doit entreprendre des mesures visant à tisser des liens d'affaires plus étroits avec les commerçants madelinots, notamment par la promotion de la production locale. Par ailleurs, le Groupe CTMA doit jouer un rôle moteur auprès des expéditeurs et des transporteurs routiers afin de promouvoir les avantages que représente l'usage du service maritime vers Montréal.

Le développement du TMCD sera également favorisé par le développement de l'arrière-pays industriel de Chandler et de l'ensemble de la région. À cet effet, le port de Chandler constitue assurément un élément fondamental de positionnement pour les entreprises, en leur permettant un accès plus efficient vers les marchés outre-mer et les marchés du sud des États-Unis.

### ***Intermodalité des transports et développement industriel de Chandler***

La MRC du Rocher-Percé et la Ville de Chandler ont été confrontées au cours des dernières années à une conjoncture difficile qui a affecté plusieurs secteurs de base de l'économie régionale. Pour faire face à cette situation, la Ville de Chandler et ses partenaires locaux et régionaux ont amorcé différentes démarches au cours des dernières années afin de dynamiser et diversifier l'activité économique, que ce soit par un appui au développement de l'entrepreneuriat et, surtout, par la mise en place d'infrastructures concurrentielles capables de favoriser les investissements extérieurs dans le développement des activités industrielles et commerciales.

Parmi les actions structurantes qui ont été entreprises, la Ville de Chandler vient de se doter d'un tout nouveau parc industriel sur son territoire, plus précisément dans le secteur de Pabos. Ce parc vient répondre à une contrainte majeure qui a pendant longtemps entravé les efforts de développement, c'est-à-dire le manque de terrains viabilisés en mesure de répondre adéquatement et rapidement aux besoins des promoteurs.

Dans le but de poursuivre les efforts de développement et de diversification, l'un des enjeux majeurs à considérer est l'efficacité et l'intermodalité des moyens de transport. Dans un contexte où la mondialisation des marchés constitue plus que jamais un facteur de premier plan du développement économique, il est clair que la MRC du Rocher-Percé et la Ville de Chandler doivent assurer l'optimisation des infrastructures actuelles. Cette ouverture vers les marchés extérieurs est d'autant plus importante si on tient compte de l'éloignement relatif de Chandler par rapport aux marchés de masse de Montréal et Québec.

Les actions de développement mises en place par les divers organismes de développement visent deux créneaux particuliers, soit le secteur du bois et le secteur de la fabrication de composantes d'éoliennes. Plusieurs projets industriels pourraient

se concrétiser au cours des prochains mois et années à Chandler dans ces créneaux, dont ceux de Bois BSL, AAER Inc. et Fibre CNC (projet EKUA).

Dans le cas du secteur du bois, la ressource forestière de la MRC du Rocher-Percé couvre une superficie de 2 955 km<sup>2</sup>, subdivisée en terres publiques (78 %) et terres privées (22 %). La région de Chandler compte notamment sur une quantité appréciable de feuillus durs, autant sur les terres publiques que privées. La proximité de la forêt publique ainsi que le réseau étendu de chemins de halage permettent également de réduire les coûts de transport des entreprises actives dans le secteur. En outre, des études réalisées au cours des dernières années ont démontré plus particulièrement que la région de Chandler constitue un endroit stratégique pour l'établissement de projets de transformation de feuillus durs.

Pour ce qui est du secteur éolien, La Ville de Chandler désire se positionner dans le secteur émergeant des technologies vertes et, plus particulièrement, dans le développement des composantes d'éoliennes (tours, pales, nacelles, etc.). L'ensemble des organismes de développement économique travaillent d'ailleurs de concert pour attirer des entreprises dans ce secteur sur le territoire de Chandler.

#### ***Calcul de réduction des gaz à effet de serre***

Les émissions de CO<sub>2</sub> de deux scénarios de transport ont été estimées dans la cadre de la présente étude, soit le scénario de transport de produits forestiers entre Chandler et New Haven et le scénario d'augmentation des volumes entre Chandler et les Îles-de-la-Madeleine à partir de marchandises provenant de Montréal.

Le transfert du routier vers le maritime pour le transport de 1 000 tonnes de produits forestiers entre Chandler et New Haven, et le retour d'une quantité équivalente de papier recyclé, permettraient de réduire annuellement de 60,45 tonnes les émissions de CO<sub>2</sub>, soit une réduction de 54 %. En ce qui concerne le scénario Montréal – Chandler, le retrait de la route de chaque remorque, et son transfert vers le service maritime actuellement offert par CTMA, permettrait de réduire de 1,12 tonne par voyage de remorque, les émissions de CO<sub>2</sub>. Pour la période de 16 semaines au cours de laquelle le service est offert, chaque remorque permettrait de réduire de 18 tonnes les émissions CO<sub>2</sub>, soit une réduction de 65 %.

#### ***Calcul de réduction des coûts d'entretien routier***

Sur la base des paramètres retenus, les réductions de coûts d'entretien ne représentent pas des sommes importantes relativement aux coûts du transport routier ou maritime. En résumé, bien qu'intéressantes et conservatrices, ces estimations ne permettent pas de démontrer d'économies substantielles en entretien routier.

### **Volet 3 : Analyse de l'état des infrastructures portuaires et plan d'action**

#### ***Le parc industriel comme pivot du développement industriel***

Le parc industriel nouvellement aménagé dans le secteur de Pabos est au cœur même du processus de diversification économique de Chandler. Dans ce sens, le renforcement des liens de transport intermodal entre le port et le parc industriel doit constituer une priorité. Dans le but de structurer le développement économique en fonction de l'effet de levier que peut avoir le port de Chandler et le développement du transport intermodal, différentes orientations ou opportunités ont été considérées. Ces interventions concernent :

- la construction d'une nouvelle voie d'accès routier entre le port et la route 132;
- le raccordement du parc industriel à la voie ferrée afin de permettre un accès au port par chemin de fer;
- l'aménagement d'une aire d'entreposage à proximité du port.

#### **a) La construction d'une nouvelle voie d'accès routier**

La route d'accès actuelle au port de Chandler traverse un quartier résidentiel et cette situation constitue depuis longtemps une contrainte importante, que ce soit du point de vue urbanistique et environnemental ou du point de vue de l'efficacité des services offerts aux utilisateurs du port. Face à cette situation, la Ville a déjà fait l'acquisition d'une bande de terre située dans le même axe que le port afin d'y aménager une nouvelle voie.

#### **b) Le raccordement du parc industriel à la voie ferrée**

La voie ferrée actuelle a été configurée en fonction des besoins de l'usine Gaspésia. Dans ce sens, des travaux doivent être entrepris à court terme afin de reconfigurer le raccordement de la desserte actuelle à la voie ferrée principale. Des travaux doivent également être entrepris afin de remettre en état la voie ferrée existante menant vers le poste à quai principal. Sur le site même du parc industriel, le développement du transport intermodal au parc nécessite la construction d'une voie de desserte. Le concept initial propose l'établissement de cette voie en parallèle de la voie principale.

#### **c) Développement des facilités d'entreposage**

La configuration actuelle du port de Chandler ne permet pas d'offrir des espaces importants pour la manutention et l'entreposage des marchandises à quai. Cet état de fait, jumelé à l'absence de facilités d'entreposage intérieur, affecte à bien des égards l'intégration du port de mer à l'ensemble du processus de développement industriel et commercial. Pour corriger en partie cette situation, la Ville de Chandler a déjà fait l'acquisition des terrains situés en périphérie du bâtiment du maître de port. Le projet comprend également la construction d'un bâtiment d'entreposage.

### ***Le développement de l'activité liée aux croisières internationales***

Sur le plan touristique, le marché des croisières internationales constitue une avenue de développement structurante qui doit être envisagée. Ce créneau représente l'un des segments de l'industrie touristique où la croissance est la plus forte au Québec, au Canada et aux États-Unis. La popularité grandissante des croisières en eau froide constitue, entre autres, une opportunité à considérer.

La définition d'un concept d'escale pour les navires de croisières internationale en Gaspésie est actuellement à l'étude. Le projet figure parmi les priorités qui ont été établies dans le cadre du programme ACCORD à l'échelle régionale et est coordonné par l'Association touristique régionale (ATR), en collaboration avec les intervenants de Gaspé, Percé et Chandler.

Au regard des orientations qui sont actuellement envisagées pour le développement d'escales de croisières internationales en Gaspésie, le port de Sandy Beach devrait être privilégié pour l'accueil de navires de grandes dimensions. Cette orientation découle notamment du fait que le port de Sandy Beach est en mesure d'offrir les meilleures conditions de protection pour les navires. Dans le cas de Chandler, la nécessité d'effectuer des travaux de dragage et la présence de récifs à proximité de l'aire de manœuvre, constituent des contraintes qui pourraient affecter le potentiel d'accueil de navires de grandes dimensions.

Cependant, l'expérience acquise avec le CTMA Vacancier a clairement démontré la capacité de Chandler à accueillir des navires de croisière de petites et moyennes tailles, pouvant transporter entre 500 et 750 passagers. Les infrastructures maritimes sont déjà en mesure d'accueillir les navires opérant dans ce créneau. Dans ce sens, les actions à prioriser doivent plutôt poursuivre deux objectifs précis, soit :

- Améliorer les infrastructures d'accueil et les services offerts aux croisiéristes à quai;
- Assurer une cohabitation sécuritaire des fonctions industrielles et touristiques.

Compte tenu de la distance importante qui sépare le poste à quai de la rive, le scénario optimal à privilégier serait d'aménager un bâtiment d'accueil permanent à proximité du poste à quai. Cependant, l'espace disponible sur le brise-lames est limitatif si on tient compte des besoins pour le transbordement de marchandises. Face à cette situation, l'élargissement partiel du brise-lames dans la section située en continuité avec la rampe Ro-Ro pourrait constituer une solution. Un tel projet implique des investissements de l'ordre de 5 M\$ et devra être soumis à une étude d'impact sur l'environnement.

Dans l'éventualité où l'élargissement du brise-lames ne puisse être envisagé, l'alternative à considérer serait d'aménager un bâtiment d'accueil sur la rive et d'établir un service de navette en continu entre le bâtiment d'accueil et le quai. Cette navette pourrait éventuellement être prolongée pour permettre la liaison avec la marina et le site réaménagé de la Gaspésia.

### ***La cohabitation des fonctions industrielle et touristique***

L'utilisation d'un seul poste à quai pour l'accueil des navires de croisière et des navires de transport de marchandises va impliquer une organisation bien structurée des activités portuaires, en tenant compte entre autres de l'importance à accorder aux conditions de sécurité et à la qualité visuelle. Cette organisation des activités portuaires est d'autant plus importante si on tient compte de la configuration actuelle du brise-lames et de l'é étroitesse des espaces disponibles à proximité du poste à quai.

La cohabitation harmonieuse des fonctions industrielle et touristique impliquera notamment une délimitation claire des zones d'entreposage, des zones d'accueil touristiques et des aires de circulation, de même que la mise en place d'une signalisation bien définie.

Différentes actions ont été entreprises jusqu'à présent afin de structurer l'accueil du CTMA Vacancier. Un kiosque temporaire aménagé sur un wagon a notamment constitué une façon originale d'organiser les services d'accueil à moindre coût. Cependant, l'utilisation d'un wagon promotionnel pourra plus difficilement répondre aux besoins de logistiques inhérents à la mise en œuvre d'un projet d'envergure.

En ce qui concerne les aires de circulation, les véhicules en attente d'embarquement sont stationnés en file indienne, tout au long du brise-lames. Dans l'éventualité d'une intensification des expéditions de marchandises et d'une utilisation renouvelée des infrastructures ferroviaires, la réorganisation des espaces disponibles devra être revue. Dans cette optique, le manque d'espace à proximité du brise-lames pourrait constituer une contrainte importante.

Face à cette situation, le projet de remblaiement du lagon doit sérieusement être envisagé dans un horizon de moyen terme. Ce remblaiement pourra notamment fournir une option à la disposition des matériaux non contaminés (dont le béton) qui sortiront du démantèlement de l'usine Gaspésia et de la réhabilitation du site. Dans cette éventualité, les projets de démantèlement de l'usine et de remblaiement du lagon devront être planifiés en concordance.

**Estimation des coûts et plan d'action**

	<b>Coût estimé (incluant honoraires et taxes)</b>	<b>Phase 1</b>	<b>Phase 2</b>	<b>Phase 3</b>
<b>AMÉLIORATION DES VOIES D'ACCÈS</b>				
Construction de la nouvelle voie d'accès routier entre le port et la route 132	1 281 658 \$	X		
Construction des infrastructures permettant la liaison ferroviaire complète entre le port et le parc industriel	707 780 \$	X		
<b>DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS DE TRANSBORDEMENT ET D'ENTREPOSAGE</b>				
Construction d'un bâtiment de service sur les terrains acquis par la Ville	2 439 783 \$	X		
Remblaiement de la dépression attenante au brise-lames et aménagement d'une aire d'entrepôts	2 792 891 \$		X	
Étude visant la rédéfinition de la vocation du site de la Gaspésia	n.d	X		
Réévaluation, le cas échéant, des aménagements situés en bordure de mer	n.d		X	X
<b>DÉVELOPPEMENT DES SERVICES DESTINÉS AU PRODUIT DE CROISIÈRE</b>				
Établissement d'un plan d'action concerté pour le développement de l'offre régionale destinée au croisiéristes, dans la poursuite des travaux entrepris par Chandler, Gaspé et Percé	n.d	X		
Aménagement d'une aire d'accueil à proximité du poste à quai	3 738 220 \$		X	
Le cas échéant: modification aux infrastructures maritimes			X	X
<b>TOTAL</b>	<b>10 960 332 \$</b>			

## INTRODUCTION

---

### Mise en contexte

La Ville de Chandler et ses partenaires financiers désirent évaluer les opportunités de diversification de l'activité économique de la municipalité à partir de créneaux clairement identifiés. Dans ce sens, le développement de l'industrie récréotouristique et l'utilisation du port de mer comme effet de levier apparaissent comme étant des créneaux porteurs et structurants.

En ce qui concerne le tourisme, la Ville de Chandler bénéficie a priori d'atouts stratégiques importants qui peuvent servir à l'établissement du processus de développement et de positionnement. La proximité du pôle touristique de Percé et la présence régulière du service de croisières du CTMA - Vacancier desservant les Îles-de-la-Madeleine constituent à la base des éléments de force. La présence d'attraits culturels, dont La Bolduc et le Bourg de Pabos, la Marina et la présence de rivières à saumon constituent d'autres composantes d'intérêt à considérer.

Pour ce qui est du transport maritime et intermodal, la cessation des activités de la Gaspésia et la fermeture de la mine de Murdochville ont considérablement affecté l'exploitation des infrastructures maritimes et ferroviaires. Pourtant, ces infrastructures doivent constituer des atouts de première importance dans le développement de l'activité industrielle et commerciale. La volonté gouvernementale d'appuyer le développement du cabotage dans l'axe du Saint-Laurent et dans les Grands Lacs, de même que la volonté de Tourisme Québec d'appuyer le développement du marché des croisières dans le Saint-Laurent, constituent dans ce sens autant d'opportunités qui doivent être analysées.

Dans cette optique, la démarche de travail doit d'abord permettre l'établissement d'un constat clair de l'état actuel des infrastructures portuaires, pour ensuite permettre la caractérisation du potentiel de développement tant au niveau industriel que touristique. Le plan d'action doit notamment spécifier les aménagements portuaires et terrestres requis, les coûts impliqués et les niveaux de responsabilités municipale, provinciale et fédérale.

## **Objectifs**

Les objectifs poursuivis par la Ville de Chandler et ses partenaires financiers sont les suivants :

- Réaliser une analyse du potentiel de développement de l'industrie récréotouristique de la Ville de Chandler et produire un plan d'action étalé entre 2007 et 2012 afin d'améliorer les retombées économiques de cette industrie;
- Réaliser une analyse de la qualité des infrastructures portuaires de la Ville de Chandler et du potentiel de développement, tant industrielles que récréotouristique, que possède le port de Chandler;
- Produire un plan d'action quinquennal visant l'amélioration de ces infrastructures et le support que la Ville de Chandler et ses partenaires financiers peuvent apporter aux promoteurs intéressés à utiliser ces infrastructures;
- Réaliser une étude de faisabilité d'implantation des infrastructures nécessaires au cabotage entre le port de Chandler et les ports des centres urbains du Québec, de la région des Grands Lacs, des provinces maritimes, de l'Est des États-Unis et de l'Europe. L'étude de faisabilité devra contenir les retombées économiques potentielles que le développement de l'industrie du cabotage pourrait éventuellement apporter à la Ville de Chandler;
- Mettre en contexte les impacts du développement des infrastructures maritimes et intermodales de transport sur le développement économique et industriel de Chandler.

## **Approche et présentation du rapport**

Sur la base des objectifs poursuivis, la démarche de travail a été structurée en considérant trois volets, soit :

- Volet 1 : Analyse du potentiel de développement de l'industrie récréotouristique;
- Volet 2 : Étude de faisabilité de l'implantation de l'industrie du cabotage et mise en contexte des impacts inhérents au développement de l'intermodalité des transports;
- Volet 3 : Analyse de l'état des infrastructures portuaires et plan d'action.

## 1. ANALYSE DU POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE RÉCRÉOTOURISTIQUE

---

Le premier volet du mandat vise à valider et identifier les potentiels de développement récréotouristique de la Ville de Chandler et de son territoire (incluant Pabos et Newport). Elle vise également à identifier les tendances touristiques porteuses qui guideront le développement des orientations stratégiques proposées pour les années 2007 à 2012.

### ***Chandler une ville au devenir récréotouristique?***

*« Cette ville, à présent, caractérisée par un port de mer d'importance et une industrie papetière d'ampleur notable, se situe à l'entrée nord de la Baie des Chaleurs, entre Pabos et Newport, en bordure d'une superbe place sablonneuse »*

*Noms et lieux du Québec. Dictionnaire illustré*

Profondément marqués par les récents déboires du complexe industriel de la Gaspésie, la municipalité et les résidents de Chandler se tournent maintenant vers d'autres secteurs économiques. Le parc industriel est en plein développement et en recherche d'occupants. Certes, le service de développement économique compte sur :

- les activités portuaires;
- la diversification économique régionale;
- le maintien de la voie ferroviaire pour repositionner la ville.

Le secteur de l'activité récréotouristique fait désormais partie du portefeuille municipal. Certains avantages déjà connus méritent d'être rappelés :

- Chandler est bordée par un littoral de mer attractif; la plage y est abondante;
- certaines des activités existantes s'adressent à une clientèle maritime : la marina et les traversées du bateau de croisière-excursion en témoignent;
- le secteur ouest est bien desservi par la présence du complexe « La Pointe de Pabos » et le site Mary Travers dite « La Bolduc ». Dans les deux cas, ces ensembles requièrent des investissements additionnels et une attention d'accompagnement.



Les efforts pour développer le secteur de l'activité récréotouristique ont été jusqu'à

maintenant « timides ». Ce secteur devra maintenant être considéré comme un des fers de la relance, mais non le seul.

Des acquis importants sont bien là, latents mais qui pourraient bien desservir les orientations à venir :

- un plan d'eau au cœur de la ville;
- un aéroport situé à Pabos;
- une localisation enviable sur le circuit du « Tour de la Gaspésie ».

La vision du développement récréotouristique pourrait être la suivante :

**« Reconnue comme station balnéaire et comme un pôle culturel (Newport, village natal de la Bolduc), Chandler a su intégrer son passé industriel à son offre touristique, en rappelant ses origines, en créant et en maintenant des liens de transport stratégiques, notamment avec le train touristique et les navires de croisières à petit gabarit. Son centre du savoir et sa chaire de recherche en innovation touristique prennent place dans une partie du site de l'ancienne usine Gaspésia. Son centre ville, sa rue piétonne, ses murales rappellent l'histoire des premiers hommes et des premières femmes qui l'ont peuplé. C'est une « ville habitée et animée ».**

Depuis le début du siècle et l'initiative amorcée par MM. Chandler et Dubuc dans la mise en place d'une première pulperie, la ville de Chandler a conservé un visage industriel et sa vocation première n'a pas dérogé de ce secteur d'activités. La volonté de diversification économique est bien présente et particulièrement ressentie (implantation d'un parc industriel, voie d'accès au quai, démarchage). Qu'en est-il vraiment du tourisme? Ce secteur d'activités est-il considéré sérieusement? Peut-on concilier les deux portraits, soit les paysages industriels et touristiques? Les différentes instances œuvrant à Chandler sont-elles prêtes à donner à ce secteur une place réelle, bien sentie?

À partir de la dernière fusion, le territoire municipal s'est passablement agrandi et nous pouvons désormais reconnaître des îlots, des pôles ayant un potentiel d'attraction touristique : le **secteur de la marina**, la **Pointe de Pabos** et **Newport**. L'affirmation touristique de Chandler et la mise en place d'une véritable expérience « distinctive » confirmeront ce potentiel. Chandler veut-elle contribuer à améliorer la rétention des clientèles visiteuses, à enrichir et à prolonger le séjour, somme toute à se positionner sur le « Tour de la Gaspésie »?

## 1.1 Méthodologie

Différentes étapes méthodologiques ont été effectuées dans le cadre de la première partie du mandat de l'analyse du potentiel de développement de l'industrie récréotouristique à Chandler :

- la tenue d'une rencontre de travail avec le Comité de suivi à Chandler le 6 décembre 2006 afin d'amorcer la démarche et d'effectuer des rencontres préliminaires avec les différents intervenants économiques et touristiques;
- une visite du territoire les 17 et 18 janvier 2007 pour bien identifier et caractériser l'offre récréotouristique existante;
- des entrevues téléphoniques et en personne auprès de vingt-trois intervenants et leaders socioéconomiques et touristiques afin de recueillir leurs perceptions et idées à l'égard du développement récréotouristique du territoire ainsi que leurs opinions par rapport au support actuellement apporté par la Ville aux organismes œuvrant en récréotourisme;
- l'analyse de données internes, de données secondaires et d'études pour évaluer le chemin parcouru jusqu'à ce jour, identifier les grandes orientations stratégiques des dernières années, les tendances et la situation actuelle de l'offre et de la demande, dont :

Il est important de mentionner que les évaluations présentées dans ce rapport, particulièrement celles sur la fréquentation touristique, tiennent compte des données de 2004. Ces données sont les plus récentes disponibles auprès de Statistique Canada qui est en train de revoir la méthodologie d'enquête sur les voyages.

## 1.2 État de la situation

### 1.2.1 Les études antérieures; les orientations du territoire

Une analyse des études réalisées antérieurement a été effectuée afin de faire ressortir les constats et les recommandations pouvant influencer sur le développement récréotouristique de la ville de Chandler. Les études consultées sont les suivantes :

- Plan de développement et de marketing touristique de la Gaspésie 2005-2008 (2005);
- Plan de développement économique – MRC du Rocher-Percé (2000);
- Plan de développement récréotouristique et de mise en valeur des attraits et activités touristiques – MRC du Rocher-Percé (2000);
- Plan stratégique de développement 2005-2010 – Base de plein air de Bellefeuille et Bourg de Pabos (2004-2005);

- Étude du potentiel d'aménagement récréotouristique et plan directeur de développement – Éco-Parc de la Pointe-aux-Maquereaux (1999).

#### 1.2.1.1 La Gaspésie : un circuit mer et montagne

Les principales orientations qui guident le développement de la Gaspésie sont :

- développer ou bonifier trois produits d'appels forts soit, le Tour de la Gaspésie, le séjour de plein air et le séjour de villégiature par pôle de destination et certains produits de niche tels que la motoneige, les réunions et congrès, le quad, la pêche aux saumons et les croisières internationales;
- dynamiser le circuit du Tour de la Gaspésie (circuit mer et montagne);
- développer un produit culturel d'appel majeur;
- structurer le produit de longues randonnées à ski en Gaspésie.

#### 1.2.1.2 Percé : le produit d'appel de la MRC du Rocher-Percé

Selon le plan de développement économique de la MRC du Rocher-Percé de 2000, les axes de développement touristiques spécifiques pour le secteur sont de :

- développer le rôle de la MRC comme carrefour de déplacement touristique;
- consolider la position de Percé comme produit d'appel;
- bonifier l'offre touristique pour assurer une plus grande rétention des visiteurs;
- positionner et mettre en marché les produits offerts auprès des marchés cibles;
- établir la concertation et la coordination dans la planification des stratégies de développement et de commercialisation;
- sensibiliser la population et les intervenants locaux aux opportunités offertes par le secteur touristique;
- désigner une ressource permanente dédiée au secteur touristique.

Le plan de développement récréotouristique et de mise en valeur des attraits et des activités touristiques de la MRC du Rocher-Percé établit quant à lui le positionnement et les axes d'interventions à privilégier sur le territoire de la MRC. Les principaux éléments que nous devons retenir de ce plan sont :

- la MRC du Rocher-Percé doit demeurer un secteur de villégiature récréotouristique;
- une nouvelle programmation touristique doit être développée afin d'augmenter la rétention touristique;

- l'offre actuelle de la MRC doit être rafraîchie;
- la MRC doit se doter d'une nouvelle image de marque;
- elle doit mettre en valeur les caractères distinctifs de son offre récréotouristique :
  - la culture : mise en valeur de la culture gaspésienne sous toutes ses formes (spectacles, sculptures, manifestations culturelles, peinture, conteurs, chants). Cette culture doit être visible dans les bars, les restaurants, les vitrines de magasins, au bord des routes;
  - le corridor : l'aménagement d'un corridor récréotouristique balnéaire soit : accès aux plages de galets, aménagements intégrés (abri), aires de feu, sentiers aménagés le long des falaises, lorsque possible, et aménagement de deux plages pour la baignade (plages du coin du Banc et du Chenal);
  - le contact : l'originalité et la qualité des activités d'interprétation et la valeur du « contact personnalisé » qui se manifestent par l'authenticité des interventions personnalisées, leur dynamisme et leur originalité, l'organisation de trekking de rivière avec des panneaux d'interprétation ou un audio-guide et le trekking de mer.
- le thème principal articulé dans la MRC du Rocher-Percé est « La Route du Rocher-Percé ». Cette étude recommande d'ailleurs d'installer une série de bornes audio sur des sites sélectionnés pour leur qualité paysagère et leur richesse naturelle ou culturelle à travers l'ensemble du territoire;
- le territoire de la MRC du Rocher-Percé se répartit en différents pôles géographiques : pôle écotouristique, pôle de tourisme industriel, pôle de tourisme culturel et maritime et pôle agrotouristique.

### 1.2.1.3 Chandler : un territoire balnéaire, de plein air et de patrimoine

Le potentiel spécifique de développement touristique associé à certaines villes et municipalités (avant la fusion avec la ville de Chandler) dans l'étude sur le développement récréotouristique de la MRC du Rocher-Percé se définit comme suit :

- À Pabos, le potentiel dominant serait lié à l'eau et aux ressources fauniques, que ce soit dans l'arrière-pays ou en bordure côtière. L'aménagement de sentiers de longues randonnées et la construction d'un campement écotouristique étaient suggérés pour permettre d'apprécier les ressources de ce secteur.
- À Newport, le potentiel serait davantage lié au développement balnéaire. La présence de plages sablonneuses, d'îlots de végétation en mer et la variation du paysage font partie intégrante de ce potentiel. L'aménagement d'un village de toile, la location d'équipements divers tels des chaises soleil, des parasols,

des cerfs-volants, etc., et le balisage d'un véritable sentier riverain de longue distance étaient recommandés pour ajouter de l'attrait à ce secteur.

- Le pôle de tourisme industriel a été associé à Chandler : « le potentiel de Chandler est davantage lié à son économie industrielle qu'à ses ressources naturelles ». La présence du secteur portuaire est également un atout intéressant favorisant l'accueil de plaisanciers et croisiéristes dans un milieu fortement humanisé. Ces différents aspects permettaient d'envisager le développement d'une zone de services et d'accueil à proximité de l'eau et le point de départ d'un circuit d'interprétation industrielle, valorisé d'immenses fresques patrimoniales. Les différentes interventions suggérées pour Chandler étaient :
  - le développement d'un circuit d'interprétation industriel;
  - la construction d'un bâtiment sur pilotis (café et restauration légère);
  - l'aménagement de stationnements et de signalisation;
  - l'aménagement paysager et mobilier;
  - la réalisation de 6 fresques murales;
  - l'aménagement des plages (stationnement, signalisation, abri à pique-nique, foyer, aire de jeux, kiosque de location, services, etc.).

Qui plus est, le plan de développement économique réalisé par Roche en 2000 pour la MRC du Rocher-Percé identifiait également quelques moyens de développement spécifiques pour la ville de Chandler dont certains ont, à ce jour, été réalisés :

- la mise en œuvre du projet de traverse maritime Chandler/Îles-de-la-Madeleine;
- le développement d'infrastructures d'accueil et de restauration;
- l'implantation d'un kiosque d'information touristique aux abords du quai;
- la consolidation de l'offre actuelle en termes d'activités récréatives et culturelles ainsi que sportive et de plein air;
- le développement du projet de parc régional de Pabok;
- la création de nouveaux accès au Bourg de Pabos (construction d'une passerelle entre le chenal de Chandler et le Bourg de Pabos et accès à la route 132).

Des études spécifiques pour le développement de la Pointe de Pabos (Base de plein air de Bellefeuille et Bourg de Pabos) et pour le développement de l'Éco-Parc de la Pointe-aux-Maquereaux ont également été complétées. Nous faisons ci-dessous la mention des points les plus importants de ces études.

- La Pointe de Pabos : une rencontre entre les générations (aînés, retraités, familles, jeunes, baby-boomers) axée sur l'aventure archéologique et de plein air. Les valeurs et activités sous-jacentes à ce positionnement sont :
  - le rapprochement entre les générations fondé sur les principes d'échanges, de rencontres et de la pratique d'activités. Les rencontres seraient basées sur la musique, la culture, le parcours d'aventures, les arts, les activités de plein air et le sport;
  - la stimulation émotionnelle rendue par le parcours d'aventure archéologique, l'expérience du Bac, la rencontre du Sieur de Bellefeuille et l'hébergement d'expérience;
  - l'enrichissement culturel à travers des expositions portant sur les familles souches, le parcours d'aventures archéologiques, le parcours de découverte, l'aménagement de l'île Beau Séjour et la rencontre du Sieur Pierre Lefebvre de Bellefeuille;
  - la relaxation qui prendrait forme dans différents aménagements à des endroits spécifiques (aménagement de la plage, pavillon des aînés, salle de rencontre, installations de spas);
  - la stimulation intellectuelle par des parcours qui impliquent à la fois un effort intellectuel et physique, à des degrés différents;
  - le divertissement se retrouve sur l'île Beau Séjour accessible par tyrolienne, dans les parcours, les sentiers rebaptisés et sur la plage, endroits où différents aires de jeux sont installées (volley-ball de plage, pétanque, etc.);
  - l'éducation serait transmise par le centre d'interprétation, les expositions temporaires, les sentiers rebaptisés et les différents parcours, l'hébergement d'expériences, la présence du Sieur de Bellefeuille et l'île Beau Séjour;
  - et le développement physique et intellectuel des enfants à travers les activités, dans les aménagements, dans les comportements et l'encadrement proposé (programmes scolaires et camps).

La Pointe de Pabos offre des expériences différentes à la Base de plein air de Bellefeuille et au Bourg de Pabos :

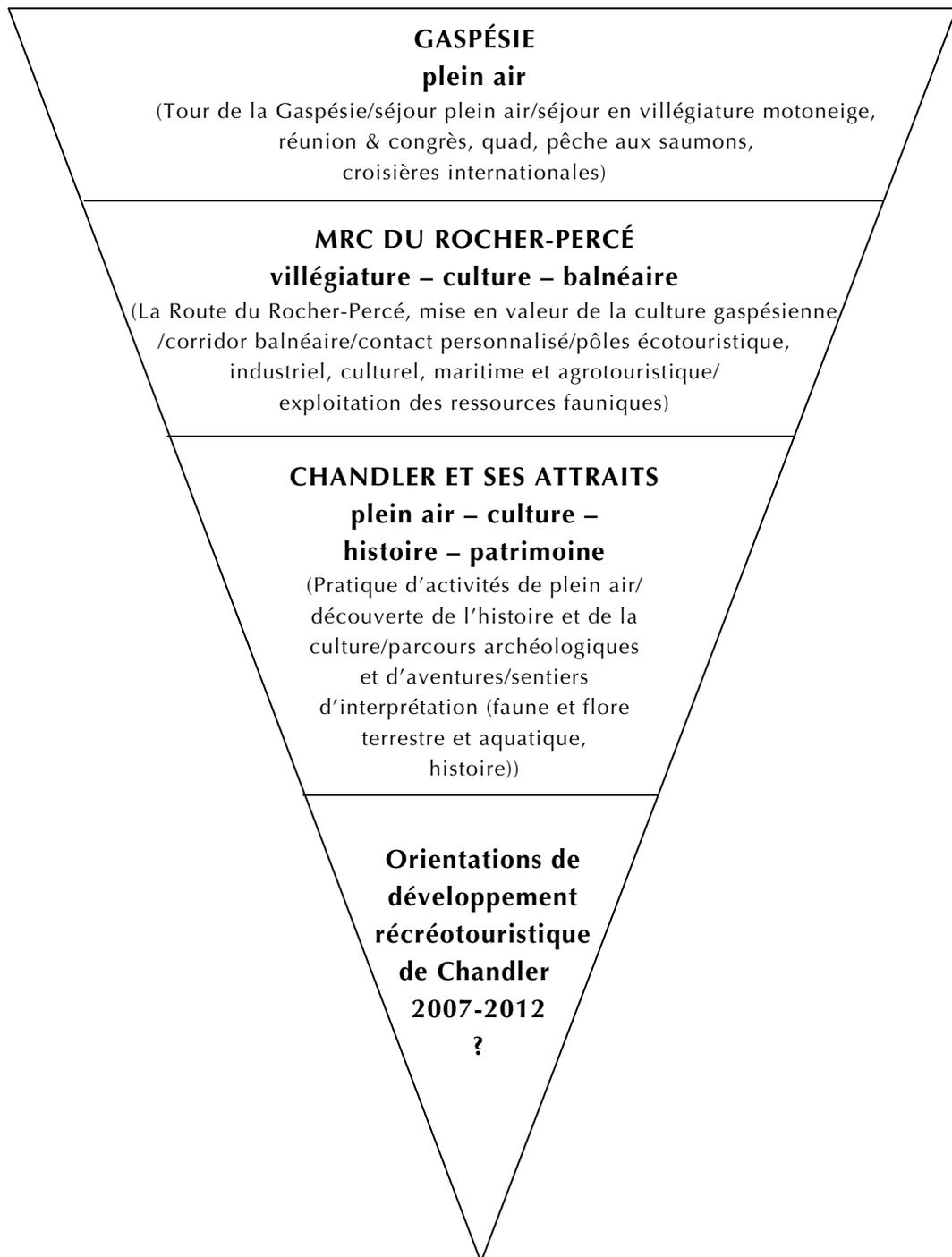
- La Base de plein air de Bellefeuille vise le développement physique et socioculturel des jeunes par le biais d'une colonie de vacances et d'un village vacances-familles, pour des fins de récréation, de réflexion, d'enseignement ou de ressourcement. Pour tendre davantage vers sa mission et contribuer au développement de la Pointe de Pabos, l'étude

identifie, entre autres, les interventions suivantes : nouvel îlot de chalets pour renforcer l'approche vacances-familles, mise en place d'un volet « camp thématique » portant sur l'aventure archéologique, balisage et dénomination des sentiers existants, rappelant l'histoire de la Pointe de Pabos, programmation favorisant le rapprochement des générations et ajout de huit chalets familiaux en bordure de lac.

- Le Bourg de Pabos a comme mission de sensibiliser et d'éduquer la population québécoise à l'importance de la mise en valeur des ressources archéologiques du site et de l'histoire de la région. Les interventions suggérées dans l'étude consultée sont : le développement d'un parc d'aventures archéologiques avec activités de simulation et bassins intégrant des vestiges et des artefacts sur la présence des Amérindiens, des Basques et des Bretons, la Seigneurie, les Barons du bois, etc., la mise en place d'un hébergement d'expérience (la maison à piquets, la tente du prospecteur archéologique), l'aménagement de la plage et mesures de tarification, la mise en valeur du littoral de la troisième plage : mur de protection et travaux d'excavation et de terrassement, jeux récréatifs pour enfants et équipements nautiques, infrastructures d'accueil, jeux aquatiques pour enfants et travaux d'aménagement divers, le développement et mise en place de l'Académie culturelle, axée sur l'aventure archéologique, et l'ajout de vingt sites de camping.
- Les orientations de développement recommandées pour l'Éco-Parc de la Pointe-aux-Maquereaux dans l'étude consultée sont principalement orientées vers la villégiature et l'expérience de plein air :
  - élaborer un programme d'interprétation axé sur les patrimoines géologique, faunique, floristique et historique;
  - aménager des sentiers d'interprétation dont un parcours ornithologique, deux parcours sous-marin, un parcours pour l'observation des mammifères marins et un parcours mettant en valeur l'histoire de la Pointe-aux-Maquereaux;
  - offrir un parc d'amusement aquatique annexé au camping principal;
  - aménager un camping traditionnel et un camping sauvage;
  - offrir des chalets moyen et haut de gamme;
  - favoriser la pratique du vélo de montagne, du kayak de mer et de la plongée sous-marine.

#### 1.2.1.4 Constats

Suite à cette recension, il est possible de représenter de façon visuelle les bases sur lesquelles repose le développement du territoire; les orientations principales du développement.



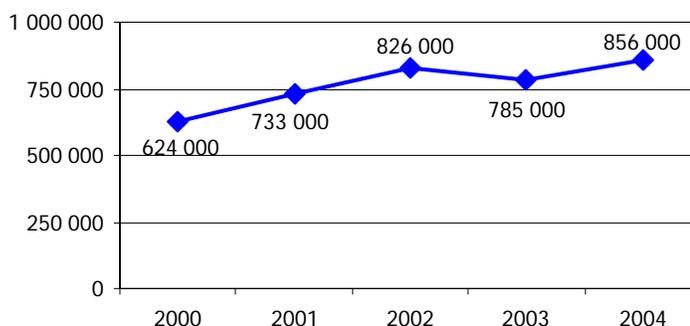
## 1.2.2 La demande et la performance touristique

Cette section traite de l'évolution de la demande touristique de la Gaspésie, de la MRC du Rocher-Percé et de Chandler, en plus de qualifier le profil de la clientèle.

### 1.2.2.1 La Gaspésie : une destination prisée

Depuis les cinq dernières années, la région de la Gaspésie accueille en moyenne près de 800 000 visites-région annuellement, ce qui représente environ 3 % des visites-région enregistrées dans l'ensemble du Québec.

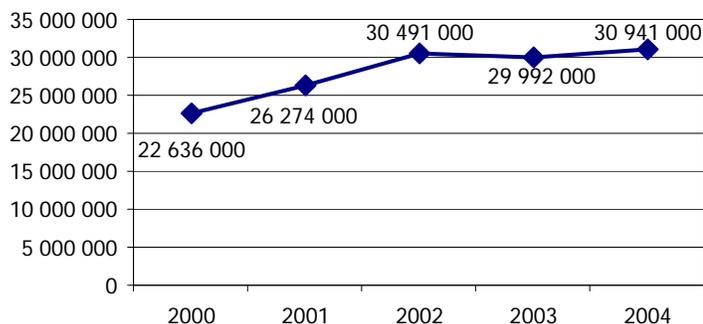
Figure 1.1 Visites-région en Gaspésie, 2000 à 2004.



Source : Ministère du Tourisme, *Le tourisme en bref*, 2000 à 2004.

En 2004, la Gaspésie a plus précisément reçu 856 000 visites-région, soit 37 % de plus qu'en 2000. L'évolution de sa fréquentation touristique se rapproche grandement de celle observée au Québec.

Figure 1.2 Visites-région au Québec, 2000 à 2004.



Source : Ministère du Tourisme, *Le tourisme en bref*, 2000 à 2004.

Les dépenses touristiques totales en Gaspésie totalisaient 196 M\$ en 2004. La durée moyenne du séjour était de 4,1 nuitées (comparativement à 2,8 nuitées au Québec) et le montant de dépenses par visite-région est de 228,90 \$ (comparativement à 233,67 \$ au Québec). La répartition des touristes selon leur provenance s'établit comme suit :

- 83 % du Québec (comparativement à 72 % pour l'ensemble du Québec);
- 7 % du Canada (comparativement à 13 % pour l'ensemble du Québec);
- 4 % des États-Unis (comparativement à 9 % pour l'ensemble du Québec);
- 6 % d'autres pays (comparativement à 6 % pour l'ensemble du Québec).

Un profil sociodémographique et comportemental de la clientèle touristique de la Gaspésie est présenté en annexe. Les principaux faits saillants par rapport à la clientèle touristique québécoise sont les suivants :

- un peu plus de 60 % des visites-région effectuées dans la région de la Gaspésie ont été réalisées entre adultes, sans enfants;
- le séjour moyen dans la région dure 3,74 nuitées;
- une bonne part des touristes québécois dans la région effectuent des visites touristiques (47 %) et/ou pratiquent des activités sportives et de plein air (35 %)<sup>2</sup>;
- les parcs nationaux et provinciaux sont également visités par bon nombre d'entre eux (28 %).

Les faits saillants en regard de la clientèle touristique hors-Québec s'établissent comme suit :

- la clientèle hors-Québec provient majoritairement de l'Ontario, des Maritimes, du nord-est des États-Unis, de la France et de l'Europe francophone;
- l'âge médian est de 42 ans;
- cette clientèle détient un haut niveau de scolarité (63 % possède un niveau universitaire);
- elle voyage principalement sans enfant (74 %);
- la durée moyenne du séjour dans la région est de 6,6 nuitées;
- le principal motif de visite de la région est la découverte de la Gaspésie et de ses paysages (75 %)<sup>3</sup>;
- il ne va pas sans dire que la visite des parcs nationaux est également une activité prisée puisqu'elle constitue, pour plus de la moitié des visiteurs (52 %)<sup>4</sup>, un motif de visite.

---

2 Comptes multiples.

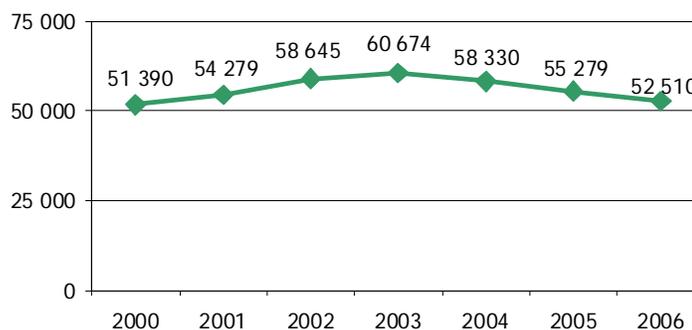
3 Comptes multiples.

4 Comptes multiples.

### 1.2.2.2 La MRC du Rocher-Percé : destination finale pour plusieurs

Les lieux d'accueil situés dans la MRC du Rocher-Percé, soit le bureau d'accueil touristique de Percé, de Chandler et de Port-Daniel, subissent une baisse d'achalandage depuis 2003. En 2006, les bureaux ont accueilli au total 52 510 visiteurs, alors qu'en 2003, ils en recevaient 60 674. Il est par ailleurs intéressant de mentionner que le nombre de visiteurs reçus en 2004 (58 330) corrobore celui de Statistique Canada qui indique que 55 000 visites-région de touristes québécois en Gaspésie avaient pour destination finale cette MRC<sup>5</sup>, soit environ 7 % des touristes québécois visitant la Gaspésie. Il est à noter que ce nombre sous-estime probablement l'achalandage touristique total puisqu'il n'inclut pas les touristes de passage.

Figure 1.3 Visiteurs dans les bureaux d'accueil touristique de la MRC du Rocher-Percé, 2000 à 2006.



Source : ATR Gaspésie, Statistiques de fréquentation des lieux d'accueil de la Gaspésie de mai à octobre 1996 à 2006, 2006.

Comparativement à l'an 2000, la fréquentation des bureaux d'accueil touristique de la MRC a augmenté de 14 %. La répartition des touristes selon leur provenance s'établit comme suit :

- 65 % du Québec;
- 11 % du Canada;
- 3 % des États-Unis;
- 21 % d'autres pays.

L'étude de Desjardins Marketing Stratégique, réalisée en 2000 pour le compte de l'Office du tourisme et des congrès de la MRC du Rocher-Percé<sup>6</sup>, identifie certaines caractéristiques intéressantes à l'égard des clientèles visitant la MRC :

5 Statistique Canada, Enquête sur les voyages de Canadiens - Les Québécois en Gaspésie, 2004.

6 Desjardins Marketing Stratégique en collaboration avec Pluram, pour l'Office de tourisme du Rocher-Percé, Plan de développement récréotouristique et de mise en valeur des attraits et des activités touristiques - MRC Rocher-Percé - Rapport d'étape, 3 novembre 2000.

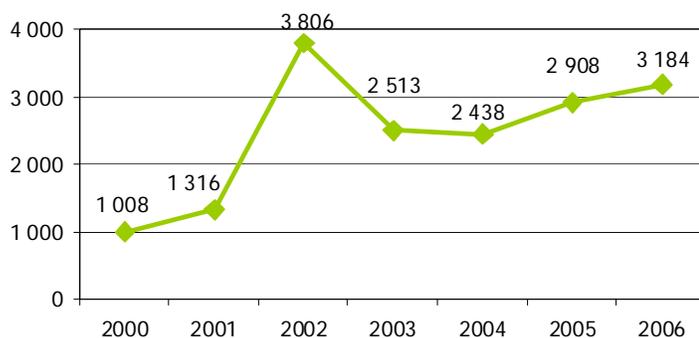
- plus de la moitié des visiteurs proviennent des régions de Montréal, Québec et de la France;
- près des neuf dixièmes (89 %) de visiteurs dans la MRC prévoient demeurer dans la région de un à deux jours;
- les deux tiers (66 %) sont âgés de plus de 35 ans et près du cinquième (18 %) sont âgés de plus de 55 ans;
- la plupart des visiteurs de la MRC du Rocher-Percé voyagent en couple (54 %);
- dans 78 % des cas, les touristes voyagent sans enfant de moins de 16 ans;
- la clientèle française semble toutefois voyager davantage en groupe de trois personnes, plus communément en groupe de deux adultes et un enfant;
- les activités les plus pratiquées sont : les excursions maritimes sur l'île Bonaventure, la visite du parc sur l'île Bonaventure, la visite du Rocher Percé, la randonnée pédestre à Percé et la visite de boutiques et d'artisanat. Il est toutefois intéressant de mentionner que les plages sont visitées par 10 % des visiteurs, le Site Mary Travers par 7 %, la pêche est pratiquée par 4 % et le Bourg de Pabos par 1 % des clientèles.

Une conclusion de cette étude, digne de mention, est que les attraits touristiques de la MRC du Rocher-Percé sont méconnus.

#### 1.2.2.3 Chandler : une ville peu fréquentée

Le bureau d'accueil touristique de Chandler a reçu, en 2006, 3 184 visiteurs. En se basant sur les données de 2006, il est possible de constater que le bureau d'accueil touristique de Chandler reçoit peu de visiteurs comparativement à l'ensemble des bureaux d'accueil touristique de la MRC du Rocher-Percé. L'achalandage du bureau d'accueil touristique de Chandler représente 6 % de l'achalandage total des bureaux d'accueil touristique de la MRC.

Figure 1.4 Visiteurs au bureau d'accueil touristique de Chandler, 2000 à 2006.



Source : ATR Gaspésie, *Statistiques de fréquentation des lieux d'accueil de la Gaspésie de mai à octobre 1996 à 2005*, 2005 et données internes du bureau d'accueil touristique de Chandler.

La fréquentation observée au bureau d'accueil touristique a atteint un record en 2002 avec 3 806 visiteurs pour ensuite chuter à environ 2 500 visiteurs et remonter tranquillement. Comparativement à 2000, l'achalandage de 2006 a néanmoins connu une hausse considérable : 285 %. La répartition des touristes selon leur provenance s'établit comme suit<sup>7</sup> :

- 70 % du Québec (plusieurs de Montréal, de Québec et de la Montérégie);
- 10 % du Canada (majoritairement de l'Ontario et du Nouveau-Brunswick);
- 2 % des États-Unis;
- 8 % de l'Europe (principalement de la France).

En posant l'hypothèse que les visiteurs du bureau d'accueil touristique de Chandler représentent le tiers des touristes visitant cette ville et que le montant dépensé par visiteur est le même que celui observé en Gaspésie, on peut estimer que les dépenses des touristes à Chandler sont de l'ordre de 1,7 M\$  $((2\ 438 * 3) * 228,90 \$)$ .

Enfin, il est intéressant de se pencher sur quelques statistiques spécifiques à d'importants sites et attraits du territoire afin de mieux évaluer et identifier les clientèles qui fréquentent le territoire :

- le groupe CTMA (CTMA Vacancier) est un important prestataire d'achalandage touristique à Chandler<sup>8</sup>. Ce navire fait, depuis 2004, escale à Chandler en période estivale et ce, deux fois par semaine, soit le samedi et le mercredi pour des durées respectives de 2 et de 6 heures. En 2006, le CTMA Vacancier a connu un achalandage de 2 104 personnes à Chandler, un nombre quelque peu inférieur à l'année précédente puisqu'il y a eu moins de congrès à bord du

<sup>7</sup> Basée sur les données 2004 à 2006 du bureau d'accueil touristique de Chandler.

<sup>8</sup> Office de tourisme du Rocher-Percé pour la corporation portuaire de Chandler, *Traverse CTMA Chandler- Îles-de-la-Madeleine*, décembre 2004.

navire. Plus de la moitié, soit 1 245 personnes (59 %) sont restés dans la ville de Chandler, pendant l'Escale de 6 heures, (118 ont effectué une excursion au Bourg de Pabos; 118, au Site Mary Travers, dite : « La Bolduc » et 1 009 personnes ont profité des alentours du quai et de la marina). Enfin, 682 personnes (32 %) ont effectué une excursion à Percé et 177 (8 %) à l'Anse-à-Beaufils.

- la clientèle du Bourg de Pabos est principalement individuelle (70 %). Les groupes scolaires et la clientèle familiale compte pour 30 % de l'achalandage. Durant la période estivale 2004, ce site a accueilli plus de 8 500 visiteurs<sup>9</sup>.
- la majorité de la clientèle de la Base de plein air de Bellefeuille a moins de 15 ans (80 %) et elle provient de la région de la Gaspésie (56%). En 2004, l'achalandage a été de 4 082<sup>10</sup>.
- le Site Mary Travers dite : « La Bolduc » a pour sa part accueilli environ 10 000 visiteurs en 2002 et en 2003 et il est estimé qu'en 2005, 6 000 personnes<sup>11</sup> auraient fréquenté le site.

---

9 Desjardins Marketing Stratégique en collaboration avec Planam, *Présidence Camo Diagnostic stratégique Base de plein air Bellefeuille et Bourg de Pabos – Rapport d'étape*, octobre 2003, Desjardins Marketing Stratégique en collaboration avec Planam, *Plan stratégique de développement (2005-2010) Base de Plein Air de Bellefeuille et Bourg de Pabos*, juillet 2004, Desjardins Marketing Stratégique en collaboration avec Planam, *Plan stratégique de développement (2005-2010) Base de Plein Air de Bellefeuille et Bourg de Pabos rapport final*, mars 2005, Logigest Environnement inc. Pour la corporation du Bourg de Pabos, *Plan de mise en valeur du littoral de la troisième plage de la Pointe de Pabos Mills (Chandler)*.

10 Idem.

11 Desjardins Marketing Stratégique, *Diagnostic stratégique et plan d'action Site Mary Travers dite : « La Bolduc »*, octobre 2006.

#### 1.2.2.4 Constats – demande touristique

Les principaux constats de l'analyse de la demande et de la performance touristique sont les suivants :

- Constats
- Chandler prend place dans une région hautement touristique;
- la clientèle qui y séjourne est principalement caractérisée par des adultes sans enfants;
- les activités sportives et de plein air sont grandement pratiquées par la clientèle touristique séjournant en Gaspésie;
- le tourisme amène des retombées économiques non négligeables à Chandler, surtout si l'on considère que deux entreprises ou organismes du territoire vivent essentiellement de ce secteur d'activités : le Site Mary Travers dite : « La Bolduc » et la Pointe de Pabos;
- Chandler détient toutefois une toute petite part du marché touristique de la Gaspésie, soit moins de 1 %;
- l'augmentation d'achalandage observée au bureau d'accueil touristique et la venue récente du CTMA Vacancier comme acteur majeur sont des indicateurs positifs à l'égard de la croissance de la fréquentation touristique du territoire;
- les attraits et sites présents sur le territoire de Chandler semblent être méconnus.

### 1.2.3 La demande régionale

#### 1.2.3.1 Le profil sociodémographique

La MRC du Rocher-Percé comptait, lors du dernier recensement de 2001, 19 298 résidents. De ces derniers, 8 278 habitaient plus précisément les quartiers compris dans la nouvelle ville fusionnée de Chandler. Le tableau 1.1 suivant présente le profil des résidents de chacun de ces quartiers en comparaison avec celui des résidents de la MRC Le Rocher-Percé, de la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine et du Québec.

- Constats
- L'âge médian de la population des quartiers de Chandler, tout comme celui des résidents de la MRC du Rocher-Percé et de la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, est supérieur à celui observé au Québec.
- Les ménages des quartiers de Chandler détiennent un revenu médian supérieur à celui observé dans leur MRC.
- Le degré de scolarisation de toutes les zones géographiques étudiées se limite au niveau secondaire et à l'école de métier (variant de 64 % à 81 % de la population concernée comparativement à 39 % au Québec).
- Le taux de chômage et le niveau d'activité de la population demeurent relativement élevé et faible.
- Les perspectives de croissances démographiques sont négatives.
- D'après tous ces constats, et tel que l'identifie le Conseil québécois des ressources humaines en tourisme, la rareté de la main d'œuvre sera le principal défi à surmonter pour l'industrie touristique en Gaspésie. En effet, les enjeux qui résultent de la décroissance prévue de la population poseront des défis aux entreprises qui devront conjuguer une croissance de la fréquentation touristique avec une diminution de leur bassin de main d'œuvre<sup>12</sup>.

---

12 CQRHT, Enquête sur la situation de l'emploi en tourisme et sur les pratiques de gestion des ressources humaines, région touristique de la Gaspésie, rapport final, février 2005.

Tableau 1.1 Profil des résidents de la nouvelle ville fusionnée de Chandler.

		Profil des résidents							
		Chandler	Newport	Pabos	Pabos Mills	Saint-François-de-Pabos	MRC du Rocher-Percé	Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	Le Québec
Taille de la population <sup>1</sup>		3 004	1 808	1 427	1 452	587	19 278 <sup>2</sup>	96 924 <sup>3</sup>	7 237 479
Sexe	Homme	47 %	50 %	49 %	49 %	51 %	50 %	49 %	49 %
	Femme	53 %	50 %	50 %	49 %	49 %	50 %	51 %	51 %
Âge	0 à 14 ans	16 %	12 %	16 %	16 %	13 %	15 %	16 %	18 %
	15 à 24 ans	11 %	11 %	12 %	9 %	13 %	11 %	11 %	13 %
	25 à 44 ans	25 %	25 %	27 %	29 %	28 %	27 %	27 %	30 %
	45 à 54 ans	18 %	20 %	22 %	19 %	17 %	18 %	28 %	15 %
	55 à 64 ans	12 %	13 %	12 %	13 %	14 %	13 %	12 %	11 %
	65 ans et plus	16 %	19 %	10 %	15 %	17 %	16 %	16 %	13 %
	Âge médian	42,9	46,2	42,3	42,6	43,6	43,2	42,2	38,8
Niveau d'études <sup>4</sup>	Primaire	32 %	50 %	26 %	40 %	59 %	47 %	40 %	24 %
	Secondaire	26 %	17 %	21 %	21 %	17 %	20 %	22 %	26 %
	École de métier	8 %	11 %	17 %	12 %	5 %	10 %	13 %	13 %
	Collégial	22 %	12 %	16 %	20 %	12 %	14 %	15 %	17 %
	Université	11 %	10 %	20 %	7 %	84 %	9 %	10 %	21 %
Indicateurs population active	Taux d'activité <sup>5</sup>	51 %	49 %	59 %	47 %	58 %	50 %	54 % <sup>6</sup>	64 %
	Taux d'emploi <sup>7</sup>	40 %	32 %	45 %	34 %	33 %	35 %	42 % <sup>8</sup>	59 %
	Taux de chômage <sup>9</sup>	23 %	34 %	23 %	29 %	44 %	30 %	22 % <sup>9</sup>	8 %
Nombre de ménages		1 250	695	570	585	220	7 770	38 300	2 978 115
Revenu médian des ménages		35 279	32 256	36 426	30 360	41 671	29 680	34 196	40 468
Taille du ménage	Une personne	28 %	27 %	32 %	30 %	30 %	26 %	30 %	28 %
	Deux personnes	26 %	35 %	31 %	31 %	34 %	30 %	31 %	27 %
	Trois personnes ou +	28 %	19 %	24 %	21 %	14 %	24 %	23 %	30 %
	Autres	18 %	19 %	12 %	19 %	25 %	20 %	15 %	15 %

Source : Statistique Canada, *Profil des communautés*, 2001.

Notes :

- 1 Les perspectives de croissances démographiques pour la MRC du Rocher-Percé et pour la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine entre 2001 et 2026 sont respectivement évaluées à – 22,8 % et – 18,3 %.
- 2 Selon les données de l'Institut de la statistique du Québec, la MRC du Rocher-Percé comptait 18 728 habitants en 2006.
- 3 Selon les données de l'Institut de la statistique du Québec, la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine comptait 95 872 habitants en 2006.
- 4 La proportion des résidents selon le niveau d'étude est relative à l'ensemble des 20 à 64 ans.
- 5 Pourcentage de la population active pendant la semaine (du dimanche au samedi) ayant précédé le jour du recensement (le 15 mai 2001) par rapport aux personnes âgées de 15 ans et plus.
- 6 Taux évalué à 51 % en 2007 par l'Institut de la statistique du Québec.
- 7 Pourcentage de la population occupée au cours de la semaine (du dimanche au samedi) ayant précédé le jour du recensement (le 15 mai 2001), par rapport au pourcentage de la population de 15 ans et plus.
- 8 Taux évalué à 41 % en 2007 par l'Institut de la statistique du Québec.
- 9 Pourcentage de la population en chômage par rapport à la population active pendant la semaine (du dimanche au samedi) ayant précédé le jour du recensement (le 15 mai 2001).
- 10 Taux évalué à 18 % en 2007 par l'Institut de la statistique du Québec.

### 1.2.3.3 Le profil comportemental

La consultation d'une étude publiée par le ministère de la Culture et des Communications<sup>13</sup> permet d'identifier les habitudes récréatives des résidents de la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine. Le tableau 1.2 suivant présente les principales statistiques pertinentes pour la présente étude.<sup>14</sup>

Tableau 1.2 Habitudes récréatives des résidents de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine.

	Gaspésie- Îles-de-la- Madeleine	Moyenne des régions similaires	Moyenne Québec
Population jointe par une politique culturelle municipale (%)	44,2 %	66,7 %	78,9 %
Population jointe par une entente de développement culturel municipale (%)	17,4 %	47,0 %	59,0 %
Fréquentation des musées (%)	28,6 %	28,2 %	41,7 %
Fréquentation des musées et des centres d'exposition régionaux (%)	15,6 %	13,5 %	n.d.
Institutions muséales répertoriées par la SMQ (nombre)	30	24	25,4
Fréquentation des monuments et sites (%)	40,7 %	35,2 %	40,4 %
Fréquentation des centres d'archives (%)	12,1 %	11,7 %	11,4 %
Lecture régulière de livres (%)	48,4 %	50,8 %	59,2 %
Fréquentation des bibliothèques (%)	47,3 %	50,1 %	54,3 %
n bibliothèques publiques (points de service) et affiliées	54	64,2	62,1
Fréquentation des spectacles amateurs (%)	40,7 %	38,1 %	35,0 %
Fréquentation des spectacles offerts par des professionnels (%)	56,4 %	58,4 %	63,7 %
Population désirant voir plus de spectacles (%)	66,0 %	73,0 %	70,1 %
Fréquentation des musées d'art (%)	18,5 %	19,6 %	32,6 %
Fréquentation des cinémas (%)	58,2 %	64,7 %	76,9 %
Population écoutant la télévision plus de 3 heures/jour (%)	40,7 %	40,6 %	31,9 %
Ménages abonnés aux chaînes payantes de films (%)	23,5 %	26,8 %	20,6 %
Pratique d'activités culturelles en amateur (%)	34,8 %	32,1 %	34,4 %
Pratique d'un sport en amateur (%)	45,8 %	51,7 %	53,4 %
Population pratiquant le bénévolat en milieu culturel (%)	7,5 %	6,1 %	4,6 %

13 Dalphond, Claude Edgar et Pelletier, Michel, Direction du lectorat, de la recherche et des politiques, ministère de la Culture et des Communication, Portrait statistique des régions, décembre 2005.

14 Régions similaires : Abitibi-Témiscamingue, Bas-Saint-Laurent, Côte-Nord, Nord-du-Québec et Saguenay-Lac-Saint-Jean.

#### 1.2.3.4 Constats – demande régionale

##### **Constats**

- La fréquentation des spectacles est relativement le même que celle des régions similaires et du Québec. Toutefois, la proportion de la population qui désire voir plus de spectacles est plus faible.
- La région possède un faible niveau de consommation de plusieurs produits culturels (musées, archives, lecture, arts de la scène, arts visuels). Cependant, elle se distingue par un niveau élevé d'abonnement aux chaînes payantes de films et l'écoute et la consommation de contenus audiovisuels tel que la télévision se démarquent. Selon le ministère de la Culture et des Communications, ces constats laissent l'impression générale que, pour les résidents, la culture se consomme plutôt à domicile.
- La région détient un fort taux d'engagement des citoyens comme bénévoles dans le secteur de la culture et des communications.
- La part de la population touchée par des politiques culturelles et des ententes de partenariat municipales est, dans chaque cas, faible.

#### 1.2.4 L'inventaire de l'offre

Cette section traite plus spécifiquement de l'offre en hébergement, en restauration ainsi que des sites et attraits récréotouristiques retrouvés sur l'ensemble du territoire de Chandler.

##### 1.2.4.1 Une offre d'hébergements principalement 2 ou 3 étoiles

La ville de Chandler compte au total treize établissements d'hébergement, soit :

- cinq (5) établissements hôteliers;
- deux (2) terrains de camping;
- quatre (4) gîtes;
- une (1) résidence de tourisme;
- un (1) centre de plein air.

Les cinq établissements hôteliers sont tous des 2 et 3 étoiles. C'est directement à Chandler que la majorité de ces établissements se retrouvent (4 sur 5). Le nombre d'unités d'hébergement total offerts par ces établissements est de 153. L'offre de la ville de Chandler en établissements hôteliers correspond donc à près de 11 % de l'offre totale retrouvée dans le secteur de la Pointe de la Gaspésie, telle que recensée dans le guide touristique officiel de l'Association touristique régionale.

Les deux terrains de camping du territoire sont classés 2 ou 3 étoiles. Ils offrent 154 espaces au total et représentent 9 % de l'offre de la Pointe. Ils se situent dans les municipalités de Pabos et de Pabos-Mills.

Quatre gîtes classés 3 ou 4 soleils sont également retrouvés sur le territoire, dont deux à Chandler. Ces derniers mettent à la disposition des visiteurs 14 unités et représentent 12 % de l'offre du secteur de la Pointe.

Enfin, on retrouve également une résidence de tourisme (qui offre 2 unités, ce qui représente seulement 2 % de l'offre de la Pointe) ainsi qu'un centre de plein air 3 étoiles pouvant accueillir 192 personnes en haute saison.

Les hypothèses suivantes permettent d'estimer la capacité d'accueil totale de la Ville de Chandler:

- les établissements d'hébergement peuvent accueillir 4 personnes par unité;
- les terrains de camping peuvent accueillir 4 personnes par emplacement;
- les gîtes peuvent accueillir 2 personnes par unité;
- la résidence de tourisme peut accueillir 2 personnes par unité.

La capacité d'accueil totale en hébergement à Chandler est donc estimée à 1 452 personnes. Aucun établissement du territoire ne possède une classification de quatre étoiles ou soleil et plus. Néanmoins, la qualité de l'hébergement (nombre d'étoiles et de soleil) de la Ville de Chandler est semblable à l'offre du secteur de la Pointe.

#### 1.2.4.2 Une offre de restauration principalement rapide

Le territoire de la ville de Chandler compte une quinzaine de restaurants, dont un bon nombre de restaurants de restauration rapide et de grandes chaînes. On peut citer entre autres : Subway, McDonald, Dixie Lee Poulet Frit, La cantine du Chenal, Chez Bob.

L'offre en restauration spécialisée et de produits du terroir est pour sa part plutôt limitée et aucun café-bistro dans le style d'un café des artistes permettant détente, lecture et dégustation ne se trouve sur le territoire. Enfin, mentionnons que la majorité des établissements de restauration se situent à Chandler même (au centre ville).

### 1.2.4.3 Sites et attraits récréotouristiques de plein air et culturel

Les sites et attraits récréotouristiques retrouvés au sein de la ville de Chandler et de son territoire sont principalement reliés au :

- tourisme de plein air;
- tourisme de pêche;
- tourisme culturel;
- tourisme de villégiature.
- 

On y retrouve entre autres des rivières à saumon, des plages, le Site Mary Travers dite : « La Bolduc », la Pointe de Pabos, diverses haltes routières permettant d'admirer le littoral et de profiter des berges, sans oublier les commerces de grandes chaînes. Le CTMA Vacancier, bateau de croisières reliant Montréal aux Îles-de-la-Madeleine et effectuant, durant la période estivale, deux haltes par semaine à Chandler constitue également un élément touristique d'importance. Les lignes qui suivent présentent plus spécifiquement l'offre récréotouristique retrouvée dans chacun des quartiers du territoire.

#### ***Saint-François-de-Pabos et Pabos***



Les principaux sites et attraits récréotouristiques des municipalités de Pabos et de Saint-François-de-Pabos sont :

- la rivière du Petit Pabos, la barachois et sa halte routière;
- le parc récréatif de Pabos et le Centre de plein air Pabos : parc équestre, 14 kilomètres de sentier de ski de fond, de vélo, de randonnées pédestres et patinoire;
- le Centre de plein air La Seigneurie : sites de camping et golf;
- la halte routière de l'Église et le circuit patrimonial.

Les principaux constats sont les suivants :

- La halte routière de la rivière du Petit Pabos, de par son étendue et sa visibilité de la route 132, est incontestablement une force du territoire, une vitrine et une fenêtre à exploiter. Elle met en valeur la mer, la rivière et les espèces d'oiseaux fréquentant le plan d'eau. Elle est un point stratégique puisque marquant la limite territoriale de Chandler.
- Le parc récréatif de Pabos, le Centre de plein air Pabos ainsi que le Centre de plein air La Seigneurie sont des endroits, pour le moins intéressants, qui proposent des activités de plein air. Ces attraits sont toutefois plus ou moins bien signalés sur la route 132.

### **Chandler**



Les principaux sites et attraits récréotouristiques retrouvés à Chandler sont :

- le terminal maritime accueillant le navire CTMA Vacancier;
- la marina avec sa plage de galet surveillée et la possibilité de louer des kayaks;
- la promenade du Chenal, partant du quai jusqu'au bout de la pointe où il est alors possible de voir la Pointe de Pabos et l'île Beauséjour;
- le Club de golf de Chandler : golf 18 trous à normale 71;
- le lac Vachon et sa promenade;
- la rivière du Grand Pabos nord, rivière à saumons, et sa baie;
- le parc du Souvenir.

À Chandler, se trouve de plus un bureau d'accueil touristique. Un nombre important de commerces et de services y sont localisés, dont plusieurs chaînes commerciales (Mc Donald, Subway, IGA, Métro, Jean Coutu, Caisse populaire, etc.), et diverses infrastructures à vocation récréative : bibliothèque de Chandler, Centre sportif Clément Tremblay, Cinéma Paradis, etc. L'organisme Sapinart s'occupe de plus d'organiser différents événements sur le territoire.

Les principaux constats relatifs à l'offre récréotouristique de Chandler sont les suivants :

- Chandler regroupe une offre importante de commerces et de services. C'est d'ailleurs l'image première qui est perçue de Chandler à partir de la route 132.
- Des affiches claires indiquent aux passagers du CTMA Vacancier l'emplacement de cinq points d'intérêts du territoire accessibles à pieds à partir de la marina : le lac Vachon, le Club de golf, la promenade du Chenal, le centre commercial et le parc du Souvenir.
- Bien que les infrastructures d'accueil des passagers du CTMA Vacancier soient limitées, le milieu a trouvé une idée pour le moins originale et efficace afin de contourner ce problème : le wagon d'accueil.
- Le pôle comprenant le terminal maritime, le quai, la promenade du Chenal et l'île Beauséjour offre un contact étroit avec la mer et la beauté du territoire. Il présente un intéressant potentiel récréotouristique. Malheureusement, il est pour l'instant plus ou moins signalé et promu.
- L'usine de la Gaspésia possède une notoriété importante. L'histoire de cette usine, les équipements qu'il en reste ainsi que les réservoirs se retrouvant entre la rue de la plage et la mer présentent des opportunités à saisir pour le développement récréotouristique.
- Le lac Vachon est une richesse stratégique; il est situé en plein cœur de Chandler et aux abords de la route 132.
- Le bureau d'accueil touristique constitue un élément d'importance du territoire et permet de bien promouvoir les sites et attraits touristiques. Ce dernier est toutefois plus ou moins bien signalé.

## ***Pabos-Mills***



À Pabos-Mills se trouve entre autres :

- la Pointe de Pabos, incluant le Bourg de Pabos et la Base de plein air Bellefeuille;
- la plage Pabos-Mills;
- le Centre de divertissement Vrac jeunesse de Pabos-Mills (glissade, patinoire, jeux pour enfants);
- la Zec des Anses (chasse et pêche, sentiers pédestres, de quad et de vélo de montagne).

Les principaux constats relatifs aux sites et attraits récréotouristiques de Pabos-Mills sont les suivants :

- La Pointe de Pabos Mills est un pôle récréotouristique stratégique d'importance du territoire. Non seulement elle se situe à proximité de la route 132 et donc, est facilement accessible, mais elle propose également une expérience totale de villégiature (hébergement, activités diverses en nature, activités nautiques, etc.) combinée à une expérience d'apprentissage historique et archéologique.
- La plage de Pabos-Mills, située à même la pointe, est un endroit de détente maritime très intéressant. Cette plage se compose de sable très fin et est protégée du vent par les parois rocheuses qui la délimitent.
- La signalisation annonçant la Pointe de Pabos est présente et semble suffisante. Cependant, elle devrait davantage imagée la Pointe et détailler son offre afin d'augmenter le niveau d'intercepte sur la route 132.
- La Zec des Anses offre un produit intéressant de chasse et pêche qui gagnerait à être publicisé davantage.

## Newport



Les principaux sites et attraits récréotouristiques de Newport sont :

- le Site Mary Travers dite : « La Bolduc »;
- les haltes municipales ainsi que les plages du territoire, dont celle de l'Anse-à-Blondelle et des Beaux sables.

Les constats émanant de nos analyses sont les suivants :

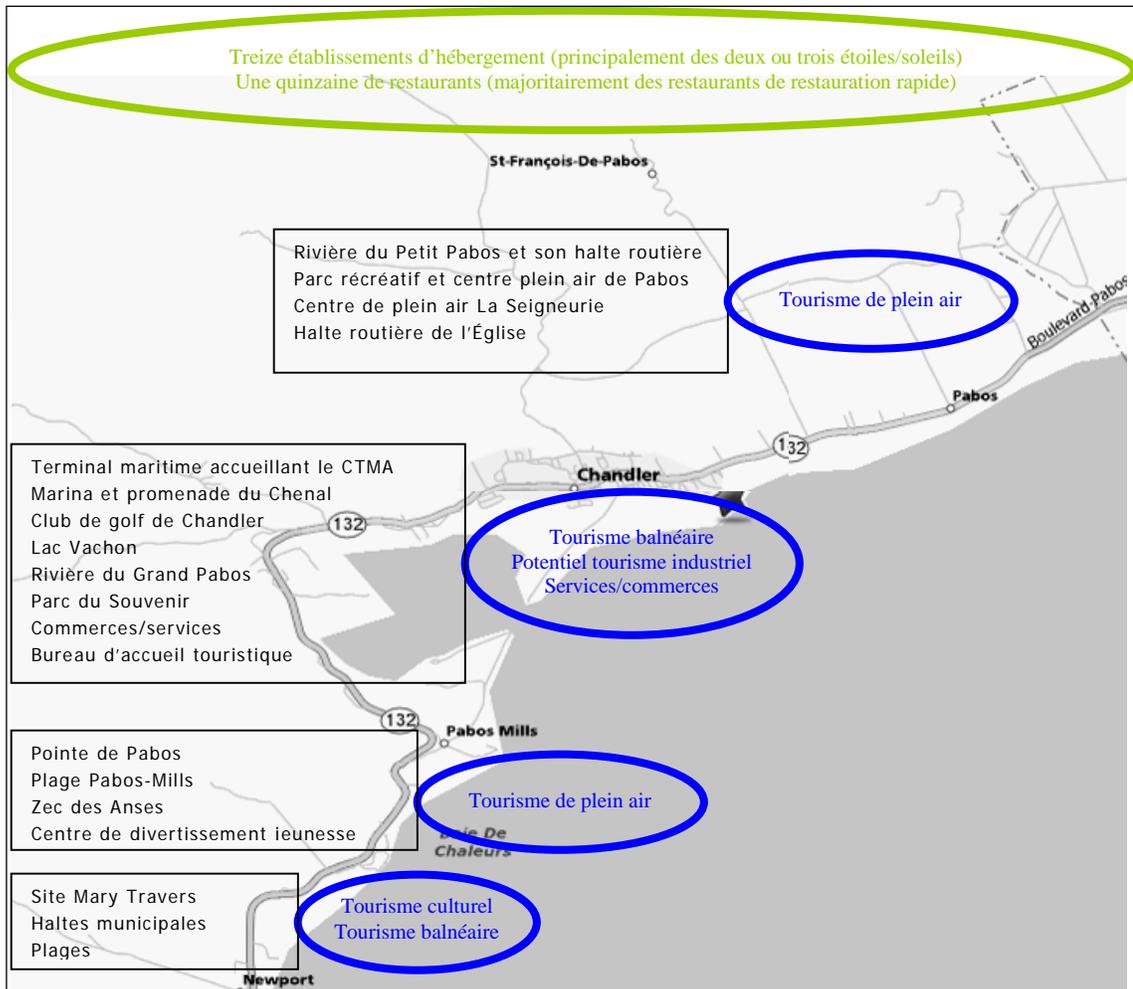
- le Site Mary Travers dite : « La Bolduc » est un attrait d'importance du territoire, un produit majeur, qui en est à un point tournant de son histoire. Un Camo est en cours de réalisation. Ce site doit être soutenu, maintenu et amélioré tout comme sa signalisation qui, pour l'instant, est défraîchie et plus ou moins efficace.
- Plusieurs belles plages se trouvent sur le territoire de Newport et une bonne majorité d'entre elles a été aménagée avec goût et esthétique, dont l'Anse-à-Blondelle et des Beaux sables.
- La route 132 passe au cœur même du village de Newport et ainsi, l'espace de quelques minutes, les visiteurs sont plongés au centre de la dynamique de la municipalité. Il pourrait être intéressant de donner davantage de personnalité, de caractère à Newport afin de marquer le passage dans cette municipalité, village natal de la Bolduc.
- À l'extrémité du village, aux limites de la ville de Chandler, se trouve un grand réservoir bien visible de la route. Sa localisation stratégique lui confère un grand potentiel pour signaler l'entrée (ou la sortie) dans Newport, municipalité de Chandler.

#### 1.2.4.4 Constats - offre

Le diagnostic d'ensemble qui ressort de l'analyse de l'inventaire de l'offre du territoire de Chandler est représenté à la figure 1.5. Globalement, voici les principaux constats :

- Constats
- Le territoire compte deux produits majeurs : le Site Mary Travers dite : « La Bolduc » et la Pointe de Pabos (Bourg de Pabos et Base de plein air de Bellefeuille);
- plusieurs belles haltes routières sont réparties sur l'ensemble du territoire de la ville de Chandler et mettent en valeur la mer, les berges et les plages;
- les rivières à saumon constituent une grande richesse naturelle du territoire;
- la Gaspésia, son histoire, présente en soi un potentiel de développement touristique intéressant. Cette industrie a joué un rôle important à Chandler, elle l'a marqué et possède une grande notoriété à travers le Québec;
- plusieurs commerces et chaînes importantes se retrouvent sur le territoire;
- ce dernier compte toutefois une offre limitée de restaurants de spécialités;
- peu d'hébergements classifiés quatre étoiles/soleils et plus se trouvent à Chandler;
- le territoire possède certains trésors cachés situés non loin de la route 132, mais peu promus sur cette dernière (les rivières et les Zecs, la promenade du chenal, la Pointe de Pabos, les plages, etc.);
- le parcours routier effectué sur la route 132 laisse plutôt présager que le territoire en est un davantage industriel et commercial que touristique.

Figure 1.5 Synthèse de l'inventaire de l'offre de Chandler et de son territoire.



### 1.3 Les tendances touristiques

Cette section présente les principales tendances touristiques actuelles et en émergence susceptibles d'influencer le développement récréotouristique de Chandler. Ces tendances sont les suivantes :

- Tourisme aventure et écotourisme
- Cyclotourisme
- Tourisme nautique
- Tourisme culturel
- Tourisme événementiel
- Tourisme de villégiature

Pour déterminer le potentiel pour le développement récréotouristique de Chandler, Elles sont caractérisées par les critères suivants : l'évolution de la demande et de l'offre, le potentiel de croissance et de développement et le degré de convergence actuel avec Chandler

#### 1.3.1 Tourisme d'aventure/écotourisme : voie prometteuse

Selon Aventure Écotourisme Québec, organisme regroupant les producteurs professionnels en tourisme d'aventure et en écotourisme au Québec, l'écotourisme et le tourisme d'aventure se définissent respectivement comme suit :

« Écotourisme : forme de tourisme qui vise à faire découvrir un milieu naturel tout en préservant son intégrité. Il comprend une activité d'interprétation des composantes naturelles ou culturelles du milieu tout en favorisant une attitude de respect envers l'environnement. De plus, il fait appel à des notions de développement durable et entraîne des bénéfices socioéconomiques pour les communautés locales et régionales. »

« Tourisme d'aventure : activité physique de plein air ou combinaison d'activités se déroulant dans un milieu naturel particulier (endroit inusité, exotique, isolé, inhabituel ou sauvage). Utilise des moyens de transports non conventionnels, soient motorisés (motoneige, quad, etc.) ou non-motorisés (marche, canot, kayak, etc.) et implique nécessairement un niveau de risque, lequel peut varier selon l'environnement (isolement, caractéristiques géographiques, etc.) ou selon la nature des activités et des moyens de transport impliqués ».

### 1.3.1.1 État de la situation

Depuis deux décennies, l'écotourisme et le tourisme d'aventure se développent rapidement et leur croissance devrait se poursuivre. Une récente étude d'Aventure Écotourisme Québec indique que le secteur du tourisme d'aventure et de l'écotourisme<sup>15</sup> représente 10 % de l'ensemble des dépenses touristiques au Québec, tous marchés confondus. Les dépenses touristiques des adeptes d'écotourisme et de tourisme d'aventure ont des impacts économiques considérables. Ils permettent la création ou la consolidation de près de 4 250 emplois par année et engendrent un effet total de plus de 166,5 M\$ en valeur ajoutée, c'est-à-dire en revenus pour les entreprises et les ménages.

### 1.3.1.2 Évolution de la demande

Selon la Commission canadienne du tourisme<sup>16</sup>, plus de 17 % des Américains adultes sont adeptes d'aventure de plein air douce, soit 34,5 millions d'américains et 24 % d'entre eux ont effectué un voyage d'agrément au Canada en 2000. Les adeptes canadiens d'aventure de plein air douce représentent pour leur part près de 23 % des Canadiens adultes, soit 5,3 millions de Canadiens.

De ce nombre, plus de 80 % ont effectué un voyage d'agrément au Canada. Le profil des Canadiens adeptes d'aventure de plein air douce s'établit comme suit :

- près des trois quarts (70 %) sont âgés entre 18 et 44 ans;
- la plupart (61 %) vivent dans des ménages composés uniquement d'adultes;
- deux adeptes sur dix (20 %) sont également adeptes du patrimoine.

Les cinq principales activités pratiquées sont la petite ou la grande randonnée pédestre en pleine nature (58 %), l'observation de la faune (47 %), la pêche (46 %), le cyclisme récréatif (38 %) ainsi que le kayak ou le canotage (37 %). Au Québec, ce sont principalement les femmes qui constituent les écotouristes et à l'inverse, les hommes, les adeptes de tourisme d'aventure. Enfin, il est intéressant de mentionner que chez les producteurs d'aventure québécois à vocation touristique, le pourcentage du marché hors Québec s'élève à 60 %<sup>17</sup>.

En 2004, 246 000 (25 %) visites-région de Québécois en Gaspésie incluaient la pratique d'activités sportives ou de plein air, 27 000 (4 %) l'observation des oiseaux et de la faune et 184 000 (26 %) la marche et la randonnée pédestre<sup>18</sup>; toutes des activités

---

15 TourismExpress, Écotourisme et tourisme d'aventure : Retombées de 1 milliard, 17 novembre 2005.

16 Research Resolutions & Consulting Ltd., pour la Commission canadienne du tourisme, *Touristes canadiens et américains adeptes de plein air douce*, 2003.

17 Association des producteurs d'aventure du Québec (APTAQ), Sondage auprès des intervenants de l'industrie du tourisme d'aventure et de l'écotourisme du Québec, 1999.

18 Comptes multiples.

reliées à l'écotourisme et au tourisme d'aventure. La demande écotouristique et de tourisme d'aventure est donc importante en Gaspésie. Toutefois, curieusement, on remarque une diminution moyenne de 21 % par rapport en 2000 quant à la proportion des visites-région des Québécois qui incluaient la pratique de telles activités (pratique d'activités sportives ou de plein air, observation des oiseaux et de la faune ainsi que marche et randonnée pédestre). Quoiqu'il en soit, la tendance de l'écotourisme et du tourisme d'aventure est belle et bien présente.

#### 1.3.1.3 Évolution de l'offre

À titre indicatif, Aventure Écotourisme Québec compte 120 membres producteurs. De plus, plusieurs entreprises d'aventure et d'écotourisme ont vu le jour ces dernières années, dont certaines en Gaspésie et notamment l'Auberge de montagne des Chics-chocs.

#### 1.3.1.4 Potentiel élevé de croissance et de développement

L'approche écotouristique et d'aventure apparaît comme une avenue de bonification prometteuse pour l'offre touristique québécoise afin de mettre en valeur ses ressources, entre autres à cause de l'importance du taux de pratique de telles activités et de la constance de la demande en ce domaine. D'ailleurs, le projet ACCORD identifie le récréotourisme, dont les produits « grande nature » et « aventure », comme priorité du développement de l'offre en Gaspésie. Selon la Commission canadienne du tourisme<sup>19</sup>, les adeptes canadiens de l'aventure de plein air douce passeront de 5,3 millions à 6 millions en 2026, une hausse de 13 %, alors que ceux effectuant des voyages d'agrément au Canada atteindront 4,8 millions (+ 9 %). Ceci est toutefois légèrement sous le taux de croissance prévu du nombre d'adultes canadiens (+ 23 %). La situation anticipée est relativement la même aux États-Unis. Alors que le nombre d'adultes Américains augmentera de 27 %, il est estimé que le nombre d'Américains adultes adeptes de plein air d'aventure douce atteindra les 42,6 millions (+ 20 %). De ceux-ci, 8,8 millions effectueront un voyage au Canada (+ 24 %).

#### 1.3.1.5 Degré de convergence élevé avec l'offre de la ville de Chandler

La ville de Chandler possède déjà plusieurs atouts naturels et attraits touristiques rejoignant le tourisme d'aventure et l'écotourisme : la promenade du lac Vachon, la Base de plein air de Bellefeuille, le Parc du bourg de Pabos, les trois rivières de Pabos, etc. Le tourisme d'aventure et l'écotourisme présentent donc, un fort degré de convergence avec l'offre de la ville de Chandler. Maintenir, bonifier et promouvoir le tourisme d'aventure et l'écotourisme sur le territoire nous semble une option à

---

<sup>19</sup> Research Resolutions & Consulting Ltd., pour la Commission canadienne du tourisme, Touristes canadiens et américains adeptes de plein air douce, 2003.

envisager.

### 1.3.2 Le cyclotourisme : tendance qui semble se stabiliser

Un cyclotouriste est une personne qui effectue une ou des randonnées à vélo lors d'un voyage. Deux segments de cyclotouristes se distinguent plus spécifiquement: les cyclotouristes vacanciers et les cyclotouristes sportifs. `

« *Les cyclotouristes vacanciers sont des touristes qui, au cours de leurs vacances, effectuent au moins une randonnée à vélo* ».

« *Les cyclotouristes sportifs sont des touristes pour qui le vélo constitue la raison première du voyage* »<sup>20</sup>.

#### 1.3.2.1 État de la situation

De façon générale, le cyclisme est une industrie qui a connu une forte croissance depuis les dernières années, mais qui semble se stabiliser. À titre indicatif, en 2005, 600 000 vélos ont été achetés comparativement à 625 000 en 2000, à 593 000 en 1999 et à 501 000 en 1994<sup>21</sup>. À l'échelle canadienne, les ventes annuelles de vélo ont, en 2004, atteint les 1,6 millions d'unités, une valeur totale de ventes de 312 M\$ sur un marché global de 777 M\$ lorsqu'on inclut les pièces et les accessoires. La pratique du vélo est en vogue et le développement de réseaux cyclables abonde.

#### 1.3.2.2 Évolution de la demande

Le Québec compte, selon les données de 2005, 2,6 millions de cyclistes âgés entre 18 et 74 ans. C'est donc dire que 47 % de la population de 18 à 74 ans pratique cette activité. De 1981 à 1995, le taux de pratique du vélo a grandement augmenté passant de 38 % en 1981, à 41 % en 1987 et à 53 % en 1995. Depuis, il a connu une légère diminution (49 % en 2000 et 47 % en 2005) laquelle est cependant compensée par l'augmentation de l'activité des individus (le taux de cyclistes assidus s'accroît). L'étude de Vélo Québec de 2005 dénombre plus spécifiquement 610 000 cyclotouristes québécois, soit 410 000 cyclotouristes vacanciers et 200 000 cyclotouristes sportifs. Qui plus est, en corroborant les données de la Chaire de tourisme de l'UQAM<sup>22</sup> concernant les cyclotourismes hors-Québec utilisant la Route verte, on peut estimer le nombre de cyclotouristes au Québec à plus de 750 000.

---

20 Chaire de tourisme de l'UQAM pour le compte de Vélo Québec, Les retombées économiques de la Route verte, mars 2003.

21 Vélo Québec, L'état du vélo au Québec en 2005, juin 2006.

22 Chaire de tourisme de l'UQAM pour le compte de Vélo Québec, Les retombées économiques de la Route verte, mars 2003.

Le profil des cyclotouristes vacanciers québécois se résume comme suit<sup>23</sup> :

- femmes (42 %);
- 18 à 34 ans (40 %);
- ont des enfants de moins de 18 ans (36 %);
- ont complété au moins une année d'études collégiales ou universitaires (75 %);
- voyagent principalement en couple (42 %);
- effectuent en moyenne 3,5 voyages par an où ils font du vélo;
- dépensent en moyenne 25,00 \$ par sortie en vélo;
- principal poste de dépense : la nourriture (ils y consacrent 54 % de leur budget).

Le profil des cyclotouristes sportifs québécois se présente comme ceci :

- hommes (66 %);
- 45 à 64 ans (44 %);
- ont des enfants de moins de 18 ans (28 %);
- détiennent un revenu familial de 60 000 \$ ou plus (47 %);
- ont complété au moins une année d'études collégiales ou universitaires (76 %);
- vivent en ville (67 %);
- voyagent principalement en couple (37 %);
- effectuent en moyenne 2,2 voyages par an où ils font du vélo;
- leur voyage le plus long dure en moyenne 5,5 jours;
- dépensent en moyenne 112,00 \$ par sortie en vélo;
- principal poste de dépense : l'hébergement (ils y consacrent 36 % de leur budget);
- le mode d'hébergement préféré est le camping pour 32 % suivi de près par les hôtels et motels avec 28 %.

Selon les données de Statistique Canada de 2004<sup>24</sup>, 29 000 des 713 000 (4 %) visites-région effectuée par des touristes québécois en Gaspésie comprenaient des randonnées à vélo. Ce nombre est quelque peu inférieur à celui de 2000 alors que 53 000 des 580 000 visites-région de touristes québécois (9 %) avaient inclus de la bicyclette en Gaspésie.

---

23 Vélo Québec, L'état du vélo au Québec en 2005, juin 2006.

24 Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens, Les Québécois en Gaspésie, 2004.

### 1.3.2.3 Évolution de l'offre

Le Québec possède un réseau cyclable des plus développés à l'échelle de l'Amérique du Nord. Il compte près de 7 000 km de pistes cyclables comparativement à moins de 1 000 km en 1992. L'implantation de la Route verte a certes contribué à cet essor. Ce projet, amorcé en 1995, représente près de la moitié du réseau global, soit 3 600 km, auquel s'adjoignent les pistes régionales et les sentiers de vélo de montagne. La Gaspésie possède plus spécifiquement un réseau cyclable de 501 km, soit environ 7 % de l'ensemble du réseau québécois, ce qui, la place en troisième position face à l'ensemble des régions du Québec. Toutefois, mentionnons qu'à l'instar de ces dernières, le réseau cyclable de la Gaspésie est composé en grande partie de chaussées désignées et d'accotements asphaltés plutôt que de pistes et de bandes cyclables.

### 1.3.2.4 Potentiel élevé de croissance et de développement

Plusieurs destinations touristiques développent et mettent en valeur leur offre cyclotouriste tel que le démontrent ces deux titres récents : « *La Montérégie mise sur le vélo* »<sup>25</sup> et « *Nouveau produit de vélotourisme sur la Côte-de-Beaupré* »<sup>26</sup>. Bien que le taux de pratique du vélo semble s'être stabilisé, le nombre de sorties à vélo augmente. Nous croyons donc que le potentiel de croissance et de développement du cyclotourisme est fort. Qui plus est, tel que l'indique l'étude de Vélo-Québec de 2005<sup>27</sup> : « *Bien soutenu, le cyclotourisme pourrait connaître une croissance importante au Québec au cours des prochaines années, avec l'achèvement de la Route verte, la mise en place du label « Bienvenue cyclistes ! » et le développement de services d'appoint comme la location et le transport* ».

### 1.3.2.5 Degré de convergence moyen avec l'offre de la ville de Chandler

Le cyclotourisme est déjà une activité qu'il est possible de pratiquer à Chandler. La Route verte passe sur le territoire de la ville qui possède également d'autres sentiers cyclables, dont celui du Parc du Bourg de Pabos. Le cyclotourisme est donc, selon nous, une voie de développement qui pourrait être envisagée pour le développement touristique de Chandler. Il s'inscrit dans le tourisme de plein air, une activité tendance déjà omniprésente sur l'ensemble du territoire. Mais, pour parvenir à avoir une offre en cyclotourisme importante, d'importants efforts sont à effectuer.

---

25 Désiront, André, La Presse, La Montérégie mise sur le vélo, 5 juillet 2006.

26 Commission canadienne du tourisme, Tourisme au quotidien, Nouveau produit de vélotourisme sur la Côte-de-Beaupré, 17 avril 2006.

27 Vélo Québec, L'état du vélo au Québec en 2005, juin 2006.

### 1.3.3 Le tourisme nautique (croisières) : un point chaud à l'heure actuelle au Québec

Selon le Petit Larousse 2004, une croisière se définit comme : « *un voyage d'agrément sur un paquebot ou sur un bateau de plaisance* ». Les croisières sont un type de voyage totalement en vogue.

#### 1.3.3.1 État de la situation

D'après la Cruise Lines International Association (CLIA), l'organisation officielle de l'industrie des croisières qui travaille avec près de 19 000 agences de voyages à travers l'Amérique du Nord, l'industrie des croisières est celle ayant connu la plus forte croissance dans le marché du loisir depuis le début de la décennie '80 avec une augmentation annuelle moyenne de 8,4 % par année. Cette industrie devrait, selon les prévisions, représenter un chiffre d'affaires de 85 milliards de dollars US au cours des cinq prochaines années. Au Canada, les retombées économiques totales de l'industrie des croisières représentaient, en 2003, 1,9 milliards de dollars et 14 922 emplois directs et indirects. Au Québec, cette industrie avait plus précisément un impact économique total de 134 millions de dollars et de 1 178 emplois directs et indirects<sup>28</sup>.

#### 1.3.3.2 Évolution de la demande

Selon la Cruise Line Association (CLIA), l'industrie mondiale des croisières a, en 2004, accueilli 10 millions de passagers; les prévisions sont de 18 millions d'ici 2010<sup>29</sup>. L'axe du Saint-Laurent s'accapare une part de moins de 1 % de ce marché, soit environ 100 000 passagers en escale. Conséquemment, on peut parler d'une introduction ou d'une réintroduction dans le marché, selon la théorie du cycle de vie d'un produit et ce, malgré le fait qu'historiquement, l'apparition des croisières sur le Saint-Laurent remonte au 19<sup>e</sup> siècle<sup>30</sup>. Dans l'ensemble, les croisiéristes présentent les caractéristiques suivantes<sup>31</sup> :

- ils sont de sexe masculin et féminin dans une proportion semblable; 52 % sont des hommes et 48 % sont des femmes;
- ils sont mariés (dans 78 % des cas);
- ils sont âgés de 50 ans en moyenne et 70 % ont plus de 40 ans;
- plus du tiers ont des enfants à la maison (35 %) et 59 % prennent des vacances en compagnie de ces derniers (croisière ou autre);

---

28 BREA, The Contribution of the International Cruise Industry to the Canadian Economy in 2003, 2004.

29 Ocean Shipping Consultants, The World Cruise Shipping to 2020 – A Detailed Appraisal of Prospects, 2005.

30 Chaire de tourisme de l'UQAM, Plan intégré de développement et de promotion des croisières-excursions du Québec, rapport final, Mai 2003.

31 Cruise Lines International Association, 2000 Market Profile Study, 2001.

- la moyenne des revenus de leur ménage est de 120 000 \$ alors que 55 % d'entre eux possèdent un revenu de ménage de plus de 90 000 \$ (en devises canadiennes).

Plus spécifiquement, les touristes en croisières au Canada et en Nouvelle-Angleterre sont des amateurs d'histoire et de culture. Leur voyage, qui a souvent lieu en septembre ou en octobre, dure 7, 10 ou 14 jours<sup>32</sup>. Les passagers voguant sur l'axe du Saint-Laurent proviennent principalement des États-Unis (77 %), de l'Europe (12 %) et du Canada (9 %)<sup>33</sup>.

### 1.3.3.3 Évolution de l'offre

L'offre de l'industrie de croisière augmente au même titre que la demande alors que près d'une trentaine de bateaux sont en construction; cette nouvelle génération de navires est de plus en plus gigantesque, luxueuse et innovante.

### 1.3.3.4 Potentiel élevé de croissance et de développement

Il est clair que les croisières constituent un marché en pleine croissance et en développement. Pour l'instant, l'axe Canada/Nouvelle-Angleterre demeure une destination relativement mineure. Cependant, il est possible d'envisager un avenir plus que positif pour les croisières dans le Saint-Laurent, car au fur et à mesure que la demande croît, les lignes de croisières ajoutent des navires et diversifient leurs itinéraires vers les escales qui démontrent une organisation solide de produits adaptés aux attentes et aux besoins des passagers tout comme aux lignes de croisières.

L'industrie des croisières étant fortement orientée vers la profitabilité, plusieurs facteurs influenceront dans les prochaines années le développement des escales en général ainsi que les ports escales du Saint-Laurent, désireux de se tailler une part de marché, dont :

- la notoriété de la destination, assurée par une promotion dirigée vers les lignes de croisières, le réseau de distribution et les clients potentiels;
- la rentabilité des escales, procurée par des tarifs de quaiage compétitifs et des
- excursions offrant des bonnes marges de commissionnement;
- la valeur ajoutée de la culture française et de la grande nature aux itinéraires existants.

<sup>32</sup> Holland America, Royal Caribbean International, Norwegian Cruise Line, Carnival Cruise Line, Expedition Cruises, Natura Habitat Adventure et Expedition Trips

<sup>33</sup> BEA international, étude réalisée pour l'Association des croisiéristes du Saint-Laurent, *the St. Lawrence Cruise Market Study – Final Report*, 2004.

Également, le développement de nouvelles escales est un pré-requis à la mise en place de nouveaux itinéraires sur le Saint-Laurent.

#### 1.3.3.5 Degré de convergence moyen avec l'offre de la ville de Chandler

La région de la Gaspésie compte prendre sa place dans le marché des croisières. En septembre 2006, l'Office de tourisme et des congrès de Gaspé a déposé, au ministère du Tourisme, un document présentant le développement d'un port d'escale de calibre international à Gaspé. Également, l'Association touristique régionale de la Gaspésie vient tout juste de commander, dans le cadre du programme ACCORD, une étude de faisabilité, de marché et d'impacts sur le développement des croisières sur la Pointe de la Gaspésie. À ce chapitre, les villes de Gaspé, Percé et Chandler sont considérées afin de développer un produit, une expérience touristique, des plus intéressantes pour le marché des croisières. Bien que Chandler détienne des infrastructures portuaires, le port de Gaspé est, pour l'instant, plus particulièrement ciblé comme port d'escale par les autorités concernées. Néanmoins, en regard du marché des croisières, Chandler possède une certaine expérience qu'il est important de souligner : l'accueil deux fois par semaine en été du CTMA Vacancier. Deux attraits touristiques nous semblent de prime à bord détenir le potentiel pour répondre au marché des croisières soit le Parc du Bourg de Pabos et le Site Mary Travers dite : « La Bolduc ». À eux seuls, ces attraits ne sont cependant pas suffisants pour attirer le segment de clientèle des croisiéristes. Ils complètent et enrichissent plutôt l'offre de Percé et Gaspé en mettant en valeur le patrimoine québécois et gaspésien. Le potentiel que représente le tourisme de croisières doit certes constituer une priorité, mais à condition de s'allier avec Gaspé et Percé et de bonifier l'offre de Chandler.

#### 1.3.4 Le tourisme culturel : un désir vif de vivre une expérience interactive

Tourisme Montréal définit le tourisme culturel comme « *un contact plus ou moins intense, lors d'un voyage, avec la personnalité d'une collectivité et ses différentes formes d'expressions. Il fait appel à l'imagination créatrice des individus, à leur esprit d'ouverture et à leur sens de l'aventure; il repose sur la qualité des liens qui s'établissent entre le visiteur et l'attrait culturel, et sur leur désir de partager* »<sup>34</sup>. Les principaux produits touristiques issus de l'activité culturelle sont les musées et les centres culturels, les sites historiques, les villages et les centres d'interprétation, les festivals et événements, les arts de la scène (théâtre, danse, musique), les arts visuels et les métiers d'art.

---

34 OCTGM, Le Tourisme culturel : actualités et perspectives, 1998.

#### 1.3.4.1 État de la situation

L'Organisation Mondiale du Tourisme a identifié le tourisme culturel comme étant un segment de marché en croissance pour l'industrie touristique. Elle estime que 37 % de tous les voyages comprennent un élément culturel et que le taux de croissance annuel de ce type de voyage est de 15 %.

#### 1.3.4.2 Évolution de la demande

Selon la CCT, le marché des adeptes du patrimoine est important et devrait croître au cours des prochaines années. Ce sont plus particulièrement 11 % des adultes canadiens qui seraient des adeptes de patrimoine (2,6 millions de Canadiens) et 17 % des adultes américains (34,5 millions d'Américains)<sup>35</sup>. Au total, respectivement 85 % et 24 % des adultes canadiens et américains adeptes de patrimoine auraient effectué un voyage au Canada en 2000. Selon les données de Statistique Canada<sup>36</sup>, sur les 713 000 visites-région effectuées en Gaspésie en 2004, 83 000 incluait la visite d'un musée ou d'une galerie d'art (12 %), 124 000 la visite d'un site historique (17 %), 55 000 l'assistance à un festival ou à une foire (8 %) et 51 000 l'assistance à une manifestation culturelle (7 %); une augmentation totale moyenne de 1 % par rapport à la proportion des visites-région des Québécois qui incluait la pratique de ces activités en 2000. Les voyageurs qui s'intéressent à l'histoire ou à la culture :

- ont tendance à séjourner plus longtemps et à dépenser davantage, ils sont plus susceptibles de séjourner dans un hébergement commercial, ils adorent magasiner au cours de leur voyage;
- recherchent un enrichissement personnel à travers de nouvelles expériences touristiques;
- affirment qu'une activité historique ou culturelle précise était une motivation au cœur de leur décision de voyage;
- prolongent souvent leur séjour pour participer à des activités culturelles précises;
- ont une scolarité et des revenus supérieurs, ils font partie des marchés clés, ils sont fortement associés au segment des baby-boomers<sup>37</sup>.
- 

---

35 Commission canadienne du tourisme, Tourisme, Les adeptes du patrimoine : un marché en croissance, octobre 2003.

36 Statistique Canada, Enquête sur les voyages des canadiens – Les québécois en Gaspésie, 2000 à 2004.

37 Commission canadienne du tourisme, Canada : Destination Culture, Un symposium sur les produits touristiques culturels et patrimoniaux, 2004.

#### 1.3.4.3 Évolution de l'offre

Bien que la demande présente une certaine augmentation, l'offre culturelle semble plutôt s'être stabilisée depuis les dernières années. Selon les données de l'Observatoire de la culture et des communications<sup>38</sup>, on comptait 36 établissements muséaux et 66 lieux d'interprétation au Québec en 2000-2001 et approximativement le même nombre, soit 38 musées et 62 sites d'interprétation en 2004-2005. Il ne va pas sans dire que « *le réseau muséal québécois traverse une zone de turbulence importante : instabilité structurelle et financière, difficultés de renouvellement et plafonnement de la fréquentation constituent les symptômes d'un essoufflement préoccupant* »<sup>39</sup>.

#### 1.3.4.4 Potentiel élevé de croissance et de développement

Le tourisme culturel est bel et bien un segment en croissance et à fort potentiel. D'ailleurs, selon la Commission canadienne du tourisme<sup>40</sup>, les adeptes américains et canadiens de patrimoine passeront respectivement de 34,5 à 47,1 millions et de 2,6 à 3,7 millions en 2026, des hausses respectives de 36 % et de 42 % (ce qui dépasse le taux de croissance démographique de 27 % prévue chez les Américains et chez les Canadiens adultes). Le segment de ceux effectuant plus spécifiquement des voyages d'agrément au Canada augmentera de 47 % pour les Américains et de 37 % pour les Canadiens représentant 12,3 millions d'adultes Américains adeptes de patrimoine et 3,0 millions de Canadiens. Pour tirer profit du potentiel commercial offert par le tourisme culturel et sortir gagnant de la période de turbulence qui fait actuellement rage au sein de cette industrie, il importe de consolider et d'améliorer l'offre des établissements culturels des destinations. En effet, en cette période plus difficile pour les établissements culturels et patrimoniaux, il est désormais plus qu'important d'adapter l'offre au nouveau consommateur. Les produits de l'avenir sont ceux qui ajoutent de la valeur à l'expérience individuelle de voyage. D'ailleurs, le sous-comité du tourisme culturel et patrimonial de la Commission Canadienne du tourisme affirme que des centaines de produits culturels et patrimoniaux intéressants doivent être retouchés pour répondre aux attentes des touristes, entre autres, en favorisant une « animation » qui permet aux touristes de vivre des expériences plus significatives.

---

38 Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications, Statistiques principales des musées et sites d'interprétation 1999-2000 à 2004-2005, 2005.

39 Ministère de la Culture et des Communications, Politique muséale : Vivre autrement la ligne du temps, 2000.

40 Research Resolutions & Consulting Ltd., pour la Commission canadienne du tourisme, Touristes canadiens adeptes de patrimoine, 2003.

#### 1.3.4.5 Degré de convergence élevé avec l'offre de la ville de Chandler

Les deux produits touristiques majeurs de la ville de Chandler sont tous deux de nature culturelle et patrimoniale : le Site Mary Travers dite : « La Bolduc » et le « Parc du Bourg de Pabos maintenant intégré dans une offre plus globale « La Pointe de Pabos » ». Dans le contexte actuel de l'industrie culturelle, il nous semble plus qu'important que ces établissements évaluent si leur offre correspond aux attentes des clientèles et que conséquemment, ils prennent les mesures qui s'imposent. Mentionnons qu'un Camo est actuellement en cours au Site Mary Travers dite : « La Bolduc ». Enfin, nous croyons également qu'il y aurait de la place dans l'échiquier touristique de la ville de Chandler pour une augmentation de l'offre culturelle. À ce chapitre, le riche passé historique, culturel et patrimonial de Chandler pourrait « habiter » toute la municipalité et se faire sentir.

#### 1.3.5 Le tourisme événementiel : un niveau concurrentiel élevé

Les festivals et événements se définissent comme un ensemble d'activités organisées autour d'un thème, accessible au public, pour une période de temps déterminée, annuellement ou moins fréquemment. Les festivals et événements, tel que l'indique Michèle Laliberté du Réseau de veille de tourisme dans son article du 9 décembre 2005<sup>41</sup>, servent entre autres à dépeindre la culture d'une région et à établir un contact avec la population locale. Ils dynamisent le milieu de vie de leurs régions, leurs fournissent un apport social et culturel important et contribuent à en renforcer l'attractivité touristique. En effet, bien que longtemps associés aux activités de loisirs destinées aux citoyens d'une région, les festivals et événements sont de plus en plus reliés à l'activité touristique. Ils peuvent contribuer à diversifier l'expérience touristique et ils peuvent même avoir un impact sur le choix des destinations de voyage. En effet, une proportion de 27 % des Québécois avoue être influencés par les événements tenus dans d'autres régions touristiques lors du choix d'une destination.

##### 1.3.5.1 État de la situation

Les festivals et les événements procurent un important apport économique. Une étude de KPMG réalisée en 2004 pour le compte du RÉMI<sup>42</sup> indique qu'à eux seuls, 11 événements internationaux majeurs tenus au Québec ont injecté plus de 255 millions de dollars dans l'économie québécoise. Ces derniers avaient accueilli 12,9 millions de personnes, dont 71,5 % de locaux, 18,4 % de régionaux et 10,1 % d'étrangers, créés 8 136 emplois et engendrés 71,4 millions \$ de revenus de fiscalité et de parafiscalité pour le gouvernement provincial et 49,5 millions pour le fédéral.

---

41 Laliberté, Michèle, Réseau de veille en tourisme, Les événements ont la vie dure!, 9 décembre 2005.

42 Le Regroupement des Événements Majeurs Internationaux. Ce regroupement réunit une vingtaine des principaux événements québécois (25 000 spectateurs ou plus en billetterie ou 200 000 visiteurs en site ouvert).

### 1.3.5.2 Évolution de la demande

Une étude du RÉMI réalisée auprès de 18 festivals et événements québécois indique que ces derniers ont connu une augmentation de 25 % de leur achalandage entre 2001 et 2006<sup>43</sup>. L'assistance aux festivals et aux événements est donc en effervescence. Il faut dire que l'intérêt des marchés, envers les festivals et les événements, est considérable. Selon la Commission canadienne du tourisme<sup>44</sup>, 3,9 millions d'Américains (2 % de la population totale d'adultes) et 1,7 millions de Canadiens (7 % de la population totale d'adultes) sont des adeptes de festivals et ont effectué un voyage d'agrément au Canada en 2000. Le ministère de la Culture et des Communications<sup>45</sup> indique pour sa part que 50,7 % des Québécois ont, en 2004, participé à une fête ou à un festival. Lors de cette même année, 6 % des Québécois ont assisté à un festival ou à une foire au cours d'un de leurs voyages au Québec, soit 1 275 000 touristes québécois<sup>46</sup>. Plus particulièrement, dans la région de la Gaspésie, ce sont 55 000 des 713 000 visites-région de touristes québécois (8 %) qui ont inclut dans leur séjour l'assistance à de telles activités comparativement à 50 000 des 580 000 visites-région (9 %) en 2000.

### 1.3.5.3 Évolution de l'offre

Globalement, d'années en années, l'offre tout comme la demande pour les festivals et les événements, augmente. Tel que le mentionne la Commission canadienne du tourisme<sup>47</sup> : « *il y a de plus en plus de festivals et d'événements dans toutes les régions du Canada* ». Le Québec en compte à lui seul des centaines.

### 1.3.5.4 Potentiel moyen de croissance et de développement

Au cours des dernières années, la croissance du nombre de festivals et d'événements a été éminente. La Commission canadienne du tourisme<sup>48</sup> estime que le nombre de touristes canadiens adeptes de festivals augmentera de 25 % d'ici 2025 pour atteindre les 2,1 millions et que celui des touristes américains devrait connaître une hausse de 26 % pour atteindre les 5 millions.

---

43 Laliberté, Michèle, Réseau de veille en tourisme, Les événements ont la vie dure!, 9 décembre 2005.

44 Research Resolutions & Consulting Ltd., pour la Commission canadienne du tourisme, Touristes canadiens et américains adeptes de festivals, 2003.

45 Ministère de la Culture et des Communications, Direction des politiques, de la recherche et du lectorat, La pratique culturelle au Québec en 2004, octobre 2005.

46 Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens, Les Québécois au Québec et en Gaspésie, 2004

47 Commission canadienne du tourisme, Tourisme, Mesurer l'impact des festivals et des manifestations, vol. 003, numéro 06, juin 2006.

48 Research Resolutions & Consulting Ltd., pour la Commission canadienne du tourisme, Touristes canadiens et américains adeptes de festivals, 2003.

Mentionnons cependant que ces deux augmentations sont sensiblement équivalentes au taux de croissance national de la population d'adultes. Ceci veut-il dire que l'industrie des fêtes et événements se dirige vers la phase de maturité de son cycle de vie? Quoiqu'il en soit, devant la croissance et l'intensification de la concurrence, les festivals et événements doivent désormais de plus en plus : « *se démarquer et assurer une programmation originale, voire exclusive, où dimensions artistique et commerciale doivent cohabiter* »<sup>49</sup> afin de satisfaire les clientèles.

#### 1.3.5.5 Degré de convergence moyen avec l'offre de la ville de Chandler

Selon le guide touristique officiel de l'Association touristique régionale de la Gaspésie, aucun festival et événement à portée touristique n'a lieu dans la ville de Chandler. Cependant, considérant la vocation des attraits touristiques actuels (Mary Travers, plein air, pêche, etc.), la ville de Chandler pourrait tirer profit de la tendance des fêtes et événements en créant son ou ses propre(s) fête(s) et événement(s). Pour toutes ces raisons, nous qualifions de moyen le degré de convergence avec l'offre de la ville de Chandler.

#### 1.3.6 La villégiature : un mode d'hébergement de plus en plus privilégié

Statistique Canada<sup>50</sup> définit un centre de villégiature comme un « *établissement dont le premier but est d'offrir un hébergement de courte durée et de nombreuses activités de loisirs à l'intérieur et en plein air à l'année longue. Les centres de villégiature sont conçus de manière à accueillir les voyageurs et à mettre à leur disposition des suites ou des chambres situées généralement dans un milieu non-urbain et à proximité de lacs, de rivières ou de montagnes, souvent avec accès à des installations servant à la tenue de conférences.* »

##### 1.3.6.1 État de la situation

Le séjour en villégiature est un mode d'hébergement qui croît en popularité au Québec. Selon Tourisme Québec, ces mégalopoles gagnent en popularité parce qu'elles répondent à un besoin réel de plus en plus important des voyageurs : vivre des expériences nouvelles et variées (en toute sécurité), dans un environnement contrôlé. Au Canada, ce sont plus de 360 millions de dollars qui ont été dépensés par les Canadiens pour des voyages à un centre de villégiature<sup>51</sup>.

---

49 Laliberté, Michèle, Réseau de veille en tourisme, Les événements ont la vie dure!, 9 décembre 2005.

50 Statistique Canada, Info-voyages – Le villégiateur canadien : tendances et implications pour l'industrie de la villégiature, vol. 22, numéro 4.

51 Statistique Canada, Info-voyages – Le villégiateur canadien : tendances et implications pour l'industrie de la villégiature, vol. 22, numéro 4.

### 1.3.6.2 Évolution de la demande

En 2000, les centres de villégiature ont été utilisés comme type d'hébergement dans plus de 806 000 voyages intérieurs de touristes canadiens. Pour 24 %, le Québec constituait la province de destination. Le taux d'occupation du marché de la villégiature au Québec a franchi le cap des 50 % en 1998 et a dépassé les 55 % en 1999<sup>52</sup>. La croissance annuelle des taux d'occupation du réseau de chalets de la SÉPAQ se situe actuellement aux alentours de 5 % et les taux d'occupation sur fins de semaines sont souvent optimaux (100 %). Les villégiateurs canadiens sont proportionnellement plus nombreux que les autres types de voyageurs à<sup>53</sup> :

- être des couples;
- travailler dans le secteur privé;
- avoir entre 55 et 64 ans;
- détenir une formation universitaire.

La durée moyenne de leur séjour est de 3,8 nuitées. Les données disponibles laissent croire que le séjour en villégiature gagne en popularité auprès des familles. En 2000, la proportion de voyages avec les enfants à un centre de villégiature était de 34 % comparativement à 28 % en 1996. Il semble que la demande globale pour les séjours de villégiature s'internationalise. En effet, selon l'information fournie par l'Association des relais santé, entre 13 % et 18 % de la clientèle proviendrait des marchés de l'extérieur du Québec, dont plus de la moitié en provenance des marchés américain et étranger. Cette proportion est plus importante pour ce qui est des prestigieux Relais et Châteaux, avec la moitié de la clientèle en provenance des marchés américain (30 %), canadien des autres provinces (15 %) et européen (5 %). Enfin, il est intéressant de mentionner que selon les données de Statistique Canada de 2004<sup>54</sup>, 30 000 des 713 000 visites-région (4 %) des touristes québécois en Gaspésie ont opté pour de l'hébergement en villégiature. Une baisse de 11 points de pourcentage comparativement à 2000 alors que 89 000 des 580 000 visites-région (15 %) favorisaient ce mode d'hébergement. L'écart est encore plus important en nombre absolu.

---

52 Proulx, Denise, «Les centres de villégiature sortiront gagnants», Journal Les Affaires, 2 octobre 1999, page 107.

53 Statistique Canada, Info-voyages – Le villégiateur canadien : tendances et implications pour l'industrie de la villégiature, vol. 22, numéro 4.

54 Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens, Les Québécois en Gaspésie, 2004.

### 1.3.6.3 Évolution de l'offre

Depuis quelques années, certains lieux d'hébergement ou attraits, qui n'ont pas comme vocation principale la villégiature, tentent de répondre à la demande globale croissante pour ce type d'hébergement en développant de plus en plus de services connexes à même de satisfaire cette clientèle. D'ailleurs, la première chaîne québécoise d'hôtels de villégiature, Hôtels Villegia, a récemment vu le jour. Elle réunit les établissements suivants : le Manoir des Sables, l'Hôtel Chéribourg et le Manoir Saint-Castin. Selon Horwath Consultants, les hôteliers du Québec auraient intérêt à accentuer le développement des centres de villégiature; c'est dans ce créneau qu'ils sont en mesure d'obtenir les meilleurs rendements sur leur investissement.

### 1.3.6.4 Potentiel élevé de croissance et de développement

Le potentiel de croissance et de développement du tourisme de villégiature est grand. Bien que ce mode d'hébergement ne soit pas, selon les données de Statistique Canada, de plus en plus choisi par les touristes québécois en Gaspésie, on constate une forte tendance générale pour ce type d'hébergement. L'écart est encore plus important en nombre absolu.

### 1.3.6.5 Degré de convergence moyen avec l'offre de la ville de Chandler

Selon le Guide de l'hébergement<sup>55</sup>, on compte 13 établissements d'hébergement à Chandler. Parmi ceux-là, seule la Base de plein air de Bellefeuille est plus particulièrement un établissement de villégiature. L'offre en hébergement s'adressant au tourisme de villégiature est donc relativement limitée dans la ville de Chandler. Cependant, elle y représente un intéressant potentiel puisque le contexte naturel et environnemental (calme, mer, espaces verts, etc.) se prête bien à un tel développement.

## 1.3.7 Synthèse des tendances observées

Le tableau 1.3 résume ces tendances.

---

55 Corporation de l'industrie touristique et ministère du Tourisme, Hébergement Québec 2006.

Tableau 1.3 Fiche signalétique des tendances.

	Tourisme aventure et écotourisme	Cyclotourisme	Tourisme nautique	Tourisme culturel	Tourisme événementiel	Tourisme de villégiature
Évolution de la demande	↑	=	↑	↑	↑	↑
Évolution de l'offre	↑	↑	↑	=	↑	↑
Potentiel de croissance et de développement	Élevé	Élevé	Élevé	Élevé	Moyen	Élevé
Degré de convergence actuel avec Chandler	Élevé	Moyen	Moyen	Élevé	Moyen	Moyen
<b>Potentiel pour le développement récréotouristique de Chandler</b>	<b>Élevé</b>	<b>Moyen</b>	<b>Élevé</b>	<b>Élevé</b>	<b>Moyen</b>	<b>Élevé</b>

#### 1.4 La consultation auprès des intervenants et des leaders

Une vingtaine d'intervenants et de leaders touristiques et économiques œuvrant à Chandler et en Gaspésie ont été interrogés. Nous voulions connaître leurs perceptions, leurs attentes et leurs opinions à l'égard des orientations de développement récréotouristique à privilégier et du soutien apporté par la ville. La section suivante présente les principaux résultats obtenus à la suite de ces entretiens.

##### 1.4.1 Une faible évolution de l'offre

*A priori*, depuis les cinq dernières années, les répondants ont constaté une légère évolution de l'offre récréotouristique du territoire. Selon la majorité, de petits pas ont été réalisés et ce, de façon plutôt marginale. En effet, pour l'instant, aucun plan directeur ne guide ou n'oriente les actions et les interventions dans le domaine récréotouristique. Les intervenants et les leaders constatent toutefois qu'un effort considérable et que le désir de développer ce secteur d'activités est de plus en plus présent au sein du milieu (émergence).

L'escale du CTMA Vacancier à Chandler constitue certes le plus important changement observé dans l'offre récréotouristique. Pour répondre aux besoins du groupe CTMA (CTMA Vacancier) différentes actions ont été réalisées, dont l'aménagement du chemin entre le quai et la marina, la conversion du rez-de-chaussée de la marina en place d'accueil, l'instauration d'un service de navette entre le quai et la marina et entre le quai et Percé, l'installation d'oriflammes signalant l'emplacement du port et de panneaux indiquant les balades à effectuer ainsi que les attraits accessibles à pied, la construction d'un wagon d'accueil pour recevoir et

informer les passagers, etc. Mentionnons d'ailleurs que le wagon d'accueil a permis à Chandler de remporter le prix azimuth québécois pour l'accueil touristique en 2006.

#### 1.4.2 Des richesses naturelles et culturelles

Tel qu'identifié par les intervenants et les leaders, les principales forces de Chandler sont :

- ses attraits majeurs : Site Mary Travers dite : « La Bolduc », le Bourg de Pabos et la Base de plein air de Bellefeuille (12 mentions);
- ses rivières à saumon et les possibilités de pêche que recèle son territoire (11 mentions);
- sa proximité de Percé (10 mentions);
- les plages et le bord de mer (10 mentions);
- le port de mer et la marina (8 mentions);
- la présence du navire CTMA Vacancier (7 mentions);
- les zecs, l'arrière-pays et la forêt (5 mentions);
- l'offre en service et en commerces; Chandler est un centre de service névralgique (3 mentions);
- l'histoire des pâtes et papiers, dont celle plus spécifique de la Gaspésia, très connue à travers le Québec (2 mentions);
- les infrastructures de transport (2 mentions);
- le calme qui règne à Chandler; en période estivale, Chandler est un peu comme la banlieue de Percé (2 mentions).

En contre partie, selon les répondants, quelques éléments freinent pour l'instant le développement récréotouristique de Chandler :

- la ville est davantage perçue comme une ville industrielle que comme une ville touristique; son développement s'est principalement effectué en fonction des activités industrielles et la ville manque de caractère, d'une personnalité, de cachets et de charmes pour bien répondre à la demande touristique (10 mentions);
- l'offre en activités et en attraits est relativement limitée, peu promue et reconnue (7 mentions);
- la capacité et la diversité des établissements d'hébergements du territoire pourraient être augmentée (4 mentions);
- les intervenants et les leaders travaillent en vase clos et des frontières virtuelles existent toujours entre les différents intervenants et les leaders de la nouvelle ville de Chandler (4 mentions);

- les établissements de restauration ne répondent pas tout à fait aux besoins des clientèles touristiques qui recherchent davantage des restaurants aux saveurs régionales, des lieux coquets pour se détendre, etc. (3 mentions);
- la ville n'a pas pour l'instant de vision claire du développement récréotouristique (2 mentions);
- Chandler est située au centre de deux escales habituelles du Tour de la Gaspésie, soit Percé et Bonaventure; elle n'est donc pas spontanément une destination choisie pour séjourner (2 mentions).

•

#### 1.4.3 Du potentiel comme pôle complémentaire

Néanmoins, pour la majorité des intervenants, il semble clair que la ville de Chandler possède un potentiel récréotouristique certain. Plus particulièrement :

- un répondant croit que Chandler a un énorme potentiel récréotouristique;
- onze sont d'avis qu'elle a du potentiel;
- quatre croient qu'elle a peu de potentiel;
- deux, très peu de potentiel.

De plus, treize intervenants sont d'avis que Chandler pourra devenir un acteur important sur l'échiquier touristique de la Gaspésie, soit plus particulièrement :

- un pôle complémentaire;
- une halte structurée et intermédiaire au cœur du parcours touristique.

Pour y arriver, certains intervenants et leaders ont insisté sur le fait qu'il faudra :

- vouloir développer le récréotourisme et y consacrer les ressources et les énergies nécessaires;
- constituer des alliances et développer le récréotourisme en concertation avec l'entière MRC du Rocher-Percé.

Les créneaux de développement porteurs identifiés sont :

- les activités balnéaires (11 mentions);
- le plein air, soit plus particulièrement le développement d'activités en lien avec les rivières du territoire et les zecs (10 mentions);
- la culture (8 mentions).

#### 1.4.4 Quelques projets de développement

Spontanément, les répondants ont eu de la difficulté à identifier des projets de développement possibles. Voici les quelques projets qui nous ont été mentionnés :

- l'implantation de petits ateliers de style boutique et l'installation de toilettes publiques dans le parc du Souvenir;
- le développement des activités et de la promotion à la Pointe de Pabos;
- la création de nouveaux forfaits-excursions pour les passagers du CTMA Vacancier;
- la tenue du Camo au Site Mary Travers dite : « La Bolduc » et le projet de Newport village natal de la Bolduc<sup>56</sup>;
- la rénovation et l'agrandissement de la salle de spectacle;
- la construction d'établissement d'hébergement à la zec de Pabok;
- l'aménagement du lac Vachon, soit plus particulièrement, à court terme, son nettoyage et, dans une perspective à moyen et à long terme, le développement de la pêche sportive, de la randonnée pédestre et d'activités nautiques<sup>57</sup>;
- la mise sur pied d'un centre culturel.

Un leader nous a également indiqué que, depuis longtemps, l'idée d'aménager une passerelle entre la Pointe de Pabos et le chenal était envisagée par le milieu, mais en vain et sans réel aboutissement.

#### 1.4.5 Des opportunités

Plusieurs éléments, sites et attraits constituent des opportunités de développement récréotouristique :

- le CTMA Vacancier (5 mentions);
- l'histoire forestière de la municipalité incluant celle de la Gaspésia (4 mentions);
- les rivières et les Zecs (entre autres pour la pêche) (4 mentions);
- la zone du chenal, de la marina et du port (3 mentions);
- le débordement de clientèles à Percé en période estivale (2 mentions);
- les produits régionaux (tels que les produits de poissonnerie et la joaillerie artisanale) (2 mentions);
- l'industrie des croisières internationales (2 mentions);
- le lac Vachon (1 mention);

---

56 La table de développement socio-économique de Newport s'implique dans ce projet.

57 Le Comité de mise en valeur du lac Vachon.

- l'île Beauséjour (1 mention);
- le barachois (1 mention).

Par ailleurs, certains des intervenants et leaders interrogés ont quelques inquiétudes face au développement du secteur récréotouristique. Ils croient que le contexte d'insécurité économique qui règne actuellement dans la région pourrait agir comme frein au développement. Considérant que Chandler est historiquement une ville industrielle, ils se demandent comme il sera possible de marier le secteur industriel et récréotouristique? Est-ce que les gens sont prêts et outillés afin de supporter le développement de l'industrie récréotouristique? Comment Chandler pourra tirer son épingle du jeu alors que Percé et Bonaventure se développent de façon très dynamique? Comment contourner la saisonnalité? Pour combien de temps encore pourront-ils compter sur l'escale du CTMA Vacancier? Longtemps, espèrent-ils!

#### 1.4.6 Des suggestions d'interventions pour mettre en valeur les atouts

Diverses suggestions d'interventions ont été proposées afin de mettre en valeur les atouts du territoire. Les plus récurrentes sont :

- développer l'offre d'activités culturelles (6 mentions);
- promouvoir davantage l'offre récréotouristique (5 mentions);
- exploiter et promouvoir davantage la mer et les plages; aménager les bords de mer, développer des excursions de pêche en mer, de kayak, etc. (5 mentions);
- faciliter l'accès aux rivières et aux zecs du territoire et augmenter leur publicité (4 mentions);
- embellir la ville; lui donner du caractère, une personnalité, du charme (4 mentions);
- offrir davantage de services et d'activités aux passagers et à l'équipage du CTMA Vacancier (4 mentions);
- renforcer le développement de la zone du port et du chenal; installer des panneaux d'interprétation, améliorer la promenade, etc. (3 mentions);
- mettre en valeur le patrimoine industriel des pâtes et papiers incluant l'histoire de la Gaspésia; aménager des panneaux d'interprétation, créer une présentation en trois dimensions, etc. (3 mentions);
- développer des promenades, des circuits et des forfaits biens structurés qui amènent les visiteurs vers des endroits clés du territoire (3 mentions);
- accroître le nombre d'établissements hôteliers en privilégiant l'implantation d'hébergement quatre étoiles ou plus ainsi que celle d'établissements de villégiature et de camping (3 mentions);
- aménager et exploiter davantage le parc du Souvenir (2 mentions);

- construire une passerelle reliant le chenal à la Pointe de Pabos (2 mentions);
- se développer pour devenir une escale de croisières internationales (2 mentions).

Suivant les approximations des répondants, si toutes ces actions sont mises de l'avant, environ 500 emplois pourraient être créés.

#### 1.4.7 Un support municipal accru

À l'heure actuelle, la perception des répondants à l'égard du support qu'offre la ville de Chandler aux organismes de son territoire est mitigée. Certains avancent que la ville offre un bon support et d'autres non. Qu'importe, en somme, les intervenants et les leaders considèrent que la ville a grandement cheminé, qu'elle commence à croire au potentiel touristique et fournit de plus en plus d'efforts dans le développement de ce secteur. Pour les répondants, il est essentiel, afin de stimuler le développement de l'industrie récréotouristique qu'il y ait :

- croyance et volonté politique envers le développement de cette industrie;
- sensibilisation et concertation de la population;
- synergie et désir de travailler ensemble de la part des intervenants et des leaders et ce, à l'intérieur même de Chandler, mais également avec les autres villes et municipalités de la Gaspésie;
- vision globale de développement, établissement des lignes directrices;
- promotion et mise en valeur des atouts actuels;
- qualité de l'accueil et du service à la clientèle.

En ce sens, les répondants s'attendent à ce :

- que la ville reconnaisse et croit au potentiel rattaché au développement récréotouristique;
- qu'elle soit davantage proactive;
- qu'elle se dote d'orientations claires en matière de développement;
- qu'elle dédie une personne-ressource à ce dossier (mettre en œuvre la vision).

Pour eux, la ville doit avoir un rôle de **leader, planificateur, supporteur** et **facilitateur**.

Elle doit aussi favoriser la concertation et la mobilisation. Différents moyens de support ont été identifiés. Les principaux sont :

- approcher les entreprises et organismes en récréotourisme afin de connaître leurs besoins et ce, de façon récurrente;
- fournir un apport financier ou un avantage fiscal;
- créer un fonds dédié au développement récréotouristique;
- informer davantage la communauté d'affaires et la population sur l'impact du récréotourisme et des projets en cours;
- former des comités.

Un répondant a indiqué un moyen qui, selon nous, est digne de mention. Selon lui, la ville pourrait grandement encourager et démontrer son implication et son soutien au récréotourisme en privilégiant, entre autres, l'achat des oeuvres d'artistes et d'artisans locaux pour décorer l'intérieur de ses bâtisses, pour les offrir en guise de présents, etc. Enfin, la majorité des intervenants se sont dits en accord avec la création d'un fonds spécifique dédié au tourisme. Ils ont également émis quelques idées de base pour mettre de l'avant une véritable politique du tourisme. Cette politique supporterait la vision et les orientations du plan de développement, favoriserait les organismes qui font preuve d'initiatives et d'originalité.

#### 1.4.8 Vision de développement d'amélioration des infrastructures et du produit actuel

Sommes toute, dans vingt ans, les intervenants et les leaders socioéconomiques et touristiques aimeraient que la ville de Chandler soit une ville des plus agréables et où il fait bon vivre. Différentes industries et secteurs d'activités se côtoieront sur le territoire. La ville se sera refait une beauté. Ses rues, ses bâtisses, ses parcs, bref tout son environnement confèreront une personnalité propre à Chandler et la rendront attrayante d'un point de vue touristique. Chandler sera devenue un lieu fleuri et nous y verrons alors des fontaines d'eau au lac Vachon. Un kiosque présentant des produits d'artisanat permettra à la population locale aussi bien qu'aux touristes d'acheter des produits locaux. Puis, de bons restaurants, à cuisine authentique, avec un cachet particulier et des terrasses assureront des plaisirs gustatifs et reliés à la bonne table.

Une bonne promotion des atouts du territoire sera effectuée et Chandler profitera grandement du débordement de Percé. Son parc hôtelier se sera agrandi et on y retrouvera davantage d'établissements de trois étoiles ou plus ainsi que de l'hébergement de villégiature et des campings. Chandler offrira aux visiteurs un accueil chaleureux, un excellent service à la clientèle et une multitude d'activités et forfaits : découverte de l'histoire de Chandler, de la Gaspésie et de la Gaspésia, des bords de

mer, pêche, bicyclette, motoneige, etc. Cette vision perçue est-elle réaliste?

Deux grands thèmes auront guidé le développement récréotouristique de la ville, soit la mer ainsi que l'histoire. Que sera devenu la Gaspésia ou plutôt que devrait-elle devenir? Et bien, les intervenants et les leaders n'ont pas d'opinions précises à ce sujet. Peut-être devrait-on la reconverter ou encore la détruire? Ils ne savent pas vraiment et leur hésitation est bien légitime. L'histoire de la Gaspésia fait partie de leur patrimoine et constitue une richesse certaine d'un point de vue récréotouristique.

#### 1.4.9 Possibilités de partenariat

Enfin, nous avons questionné les leaders sur les possibilités de partenariat et leurs intentions. Voici de quelle(s) façon(s) certains des organismes et entreprises croient, de prime à bord, pouvoir s'impliquer.

Tableau 1.4 Possibilités de partenariat.

<b>Organisme et entreprise</b>	<b>Forme de partenariat</b>
Base de plein air de Bellefeuille	Aider, pour le développement d'activités nautiques, au niveau des ressources humaines; prêt de personnel, formation d'autres
Table de développement socio-économique de Newport	Siéger sur des comités.
Sapinart	Siéger sur un comité de travail et offrir son expertise en culture et événements.
Zec de Pabok	Siéger sur un comité, créer des partenariats et travailler de concert avec la ville pour développer les rivières.
Motel Chandler	Siéger sur des comités et développer des forfaits.
Bourg de Pabos	Prêt à travailler avec les autres; en concertation.
Galerie d'art Annette Bujold	Promouvoir les attraits et les activités.
Ministère du tourisme	Apporter une aide financière dans la mesure où les projets cadreront avec la politique touristique.
CLD du Rocher-Percé	Donner un support technique et financier. Peut préparer certains dossiers et faire des démarches auprès d'organismes
SADC Rocher-Percé	Fournir des ressources techniques et financières et faire des démarches auprès de Développement économique Canada.
Chambre de commerce du Rocher-Percé	Participer au niveau technique et de soutien. Peut travailler sur le plan privé et gouvernemental.
Association touristique régionale de la Gaspésie	Aide à la planification, à la mise en marché, à la promotion et donner des conseils en termes de développement touristique.

## 1.5 Diagnostic stratégique

L'ensemble des différentes démarches réalisées jusqu'à présent nous permet d'identifier les principales forces, faiblesses, opportunités et menaces de la ville de Chandler en récréotourisme.

### 1.5.1 Forces

- Chandler prend place dans une région hautement touristique.
- Elle est située sur le « Tour de la Gaspésie » aux abords de la route 132.
- Cette ville est un carrefour de services et de commerces importants.
- Elle possède deux produits touristiques majeurs, lesquels ont acquis une renommée : la Pointe de Pabos (incluant le Bourg de Pabos et la Base de plein air de Bellefeuille) ainsi que le Site Mary Travers dite : « La Bolduc ».
- Le bateau CTMA Vacancier est un nouvel acteur touristique stimulant.
- La proximité de Percé est un atout pour Chandler qui peut profiter du débordement touristique estival de cette dernière et créer des alliances avec cette ville voisine afin d'offrir une expérience touristique globale enrichissante pour le touriste.
- Chandler détient plusieurs richesses naturelles. Les deux principales sont : les rivières à saumon (incluant les Zecs) et le littoral maritime.
- Elle possède également une richesse patrimoniale importante : Newport, le village natal de la Bolduc, la Gaspésia, dont l'histoire est connue à travers le Québec, etc.
- Plusieurs efforts d'aménagement et de structuration du produit ont été effectués jusqu'à ce jour (haltes, identification de sentiers piétons, développement d'excursions pour les passagers du CTMA Vacancier, wagon d'accueil touristique au quai, etc.).
- Chandler est accessible par train, par bateau ou en voiture. Il est important de mentionner que le quai de Chandler est un atout important. Ce quai est accessible à l'année et il est situé en eaux profondes.
- En période touristique, Chandler est relativement calme et moins fourmillante que Percé ou d'autres destinations touristiques, ce qui en fait un endroit relaxant.
- Plusieurs leaders, intervenants et organismes croient grandement au récréotourisme et déploient de multiples efforts afin de développer ce secteur.

### 1.5.2 Faiblesses

- Chandler est une ville peu fréquentée d'un point de vue touristique.
- Elle est davantage associée à une ville industrielle que touristique et c'est d'ailleurs cette image qui persiste.
- À l'heure actuelle, les intervenants et les leaders en récréotourisme travaillent en vase clos.
- La signalisation et la promotion des attraits sont déficitaires.
- Des frontières psychologiques semblent toujours exister entre les anciennes municipalités de la nouvelle ville de Chandler; l'esprit de clocher subsiste.
- Bien que la proximité de Percé soit un atout, il est également un inconvénient. Chandler se retrouve en fait au milieu de deux haltes du tour de la Gaspésie, Percé et Bonaventure; elle ne détient donc pas une localisation géographique stratégique favorisant l'arrêt et une nuitée.
- Chandler compte peu de restaurants de spécialités.
- Peu d'hébergements classifiés quatre étoiles/soleils et plus se trouvent sur le territoire.

### 1.5.3 Opportunités

- Le Vacancier, bateau de croisières-excursions, constitue une vitrine et une porte d'entrée touristique importante pour Chandler. Répondre aux besoins des passagers et développer des produits attrayants, des expériences touristiques, s'adressant à ces clientèles présentent d'excellentes opportunités d'affaires et de développement.
- Plusieurs sites du territoire détiennent un potentiel d'exploitation important : le lac Vachon, le barchois, la zone comprenant le chenal, le quai, le parc du Souvenir et l'île Beauséjour.
- L'usine de la Gaspésia possède une notoriété importante. L'histoire de cette usine et de l'ensemble de la forêt sur le développement de Chandler pourraient être abordée.
- Quelques projets de développement sont en voie d'élaboration (Site Mary Travers dite : « La Bolduc » et la Pointe de Pabos incluant la Base de plein air de Bellefeuille et le Bourg de Pabos). Il est également question de construction d'ateliers d'artisanats au parc du Souvenir, d'agrandissement de la salle de spectacle, d'aménagement du lac Vachon, etc.

- Certaines tendances touristiques représentent un potentiel élevé pour Chandler : le tourisme d'aventure et d'écotourisme, le tourisme de villégiature et le tourisme de croisières. Celui-ci représente un potentiel élevé dans la mesure où il est développé en partenariat avec Gaspé et Percé.
- Les orientations de développement du territoire de la Gaspésie et de la MRC du Rocher-Percé privilégient grandement le plein air, l'expérience balnéaire et la culture. Les atouts actuels de Chandler s'inscrivent bien dans ces orientations. Chandler a le potentiel d'enrichir et de contribuer au positionnement global du territoire.
- La Ville de Chandler semble vouloir s'impliquer et privilégier le développement récréotouristique.

#### 1.5.4 Menaces

- Chandler a toujours priorisé le secteur industriel. Est-ce que le milieu veut bel et bien appuyer son développement sur le récréotourisme? Dans ce cas, les efforts et les ressources devront être au rendez-vous et bien concrets.
- Une insécurité économique règne actuellement à Chandler et pourrait limiter le développement récréotouristique.
- La population est vieillissante et le degré de scolarité est faible.
- Le développement très dynamique et agressif soutenu par les villes et les municipalités voisines en termes de récréotourisme (ceci constitue une menace dans la mesure où Chandler ne travaillerait pas de concert avec ces villes et ces municipalités).
- La saisonnalité de la demande et de l'offre touristique.
- La fragilité du tourisme et des attraits actuels répartis sur le territoire.

## 1.6 Les orientations de développement

Suite aux nombreuses analyses et au diagnostic stratégique, voici les axes de développement préliminaires qui sont proposés. Ces axes ont également été inspirés par les multiples entretiens et les échanges avec les intervenants et les leaders du milieu.

### 1.6.1 La ville de Chandler a-t-elle la capacité et la volonté de prendre un virage récréotouristique à 180°?

La question « miserons-nous sur le récréotourisme? » est primordiale. En effet, Chandler est une ville a priori industrielle. Est-ce que le milieu est prêt à développer et à miser sur ce secteur d'activités? Quelle place veut-on lui accorder? Croit-on réellement à son potentiel? Ces questions sont d'une importance capitale, car le vouloir, la croyance, le désir et la mobilisation du milieu sont les moteurs même du dynamisme de développement et constituent l'essentiel de la réussite.

L'industrie touristique mondiale est en pleine croissance. Le nombre de voyageurs internationaux ne cesse de croître, si bien que nous devrions dépasser le cap du milliard d'ici 2015. Au Canada, le tourisme intérieur est vigoureux, alors que le tourisme américain est plutôt frileux, aussi bien celui qui voyage par agrément, que par affaires. Au Québec, les croissances sont très modérées et les stratégies doivent être revues et repensées sur les marchés traditionnels. Par contre, la Gaspésie sait très bien se tirer d'affaires; même si les investissements sont modestes, la progression est au rendez-vous! L'offre récréotouristique se développe lentement et sûrement et les perspectives de développement laissent présager des opportunités de marché (croisières internationales, produit culturel, tourisme hivernal, investissements majeurs à Percé, dans la Vallée, à New-Richmond, au Mont Saint-Pierre et à Murdochville).

C'est dans ce contexte, et avec le besoin de diversifier son économie locale, que la ville de Chandler s'est engagée à évaluer les possibilités de développement dans le secteur récréotouristique.

Certains constats s'imposent rapidement :

- un certain nombre d'activités récréotouristiques existent déjà, connues ou mal connues, et peuvent offrir une expérience complémentaire;
- les attraits existants sont généralement déstructurés; l'offre n'est pas intégrée. Deux exceptions : les forfaits offerts lors de la traversée Îles-de-la-Madeleine / Gaspésie et la Pointe de Pabos (Bourg de Pabos, Base de Plein Air de Bellefeuille);
- les partenariats sont fragiles et le niveau de concertation, bien que palpable, est embryonnaire;

- le passé industriel hante l'esprit des résidents et des décideurs de Chandler; l'attente a été longue et les opportunités ne sont pas légions;
- plusieurs niveaux d'incompréhension et de préjugés existent quant à l'industrie touristique : un secteur d'économie sociale, une industrie saisonnière, un faible niveau de service est requis, les salaires sont généralement bas;
- la véritable expertise entrepreneuriale, basée sur un profil de compétences et de savoir-faire est quasi absente.

Lors de l'atelier de planification stratégique tenu à Chandler, en avril dernier, tous les participants, sans exception, ont indiqué que Chandler peut tirer son épingle du jeu et se positionner avantageusement sur l'échiquier touristique. Ils ont cru à la vision stratégique proposée. Chacun sait avec pertinence qu'il y aura beaucoup de scepticisme et que plusieurs mettront en doute cette orientation. Avons-nous le goût de défier les « non-croyants », et les soupçonneux? Certes, la partie n'est pas jouée, parce qu'il faudra « investir » des efforts, du temps et de l'argent pour inverser le mouvement de vague et amener les différentes instances à privilégier la municipalité dans sa quête du développement local.

#### 1.6.2 Le concept et les créneaux de développement

Le concept doit prendre en considération les éléments suivants :

- Compter sur la richesse culturelle de la Gaspésie, et particulièrement sur le patrimoine passé et présent de Chandler;
- Revitaliser son noyau urbain, pour en faire un véritable pôle d'animation convivial;
- Révéler son pôle « nature » : mise à jour, et intégration aux expériences existantes, en tenant compte des variables marketing (profil de clientèles, prix, accessibilité);
- Dévoiler davantage son expérience balnéaire et lacustre et dorénavant associée, dans l'esprit des touristes, à Chandler;
- Miser sur le long terme, sur l'industrie du savoir, sur l'innovation et un apport extérieur important.

Ainsi, le concept de développement peut être défini de la manière suivante :

**L'histoire fournira à Chandler sa personnalité, en la faisant, en quelque sorte revivre. Lieu de séjour agréable misant sur des percées visuelles, la ville a signé une entente de partenariat avec l'Université Laval pour mettre sur pied un centre de recherche sur l'innovation touristique. Tous les aménagements viseront à redonner le bord de l'eau aux citoyens et aux touristes. Audacieuse et provocante, Chandler devient la cité de l'innovation, dans tous les secteurs d'activités qu'elle vise.**

Chandler possède une richesse naturelle et patrimoniale relativement importante. On y retrouve rivières, lacs, mer, plages, promenades, histoire industrielle reliée aux pâtes et papiers, mémoire de « La Bolduc », etc. Les créneaux de développement qui mettront en valeur ces richesses et qui sont porteurs sont donc :

- l'aventure, le plein air et l'écotourisme;
- les activités balnéaires;
- la culture et le patrimoine.

Il est important également de mentionner le créneau et la recherche d'une mixité commerciale répondant aux attentes des clientèles.

### 1.6.3 La vision récréotouristique de Chandler (ou ce qu'elle peut devenir)

La vision peut être énoncée de la manière suivante :

Chandler sera tournée vers l'innovation, le tourisme, la mer et la culture. Après avoir connu des années industrielles et des années plus difficiles, Chandler mise sur le savoir et l'expérience.

La ville a signé une entente de partenariat avec l'Université Laval pour mettre sur pied un centre de recherche et une chaire sur l'innovation touristique; ce centre du savoir prend place sur le site de l'ancienne usine Gaspésia (site en quelque sorte symbolique du passé, du présent et de l'avenir).

Audacieuse et provocante, Chandler devient ainsi **cité de l'innovation**, dans tous les secteurs d'activités qu'elle vise. Elle est ouverte sur le monde. Elle a développé une nouvelle culture entrepreneuriale. Ses acteurs sont mobilisés; ils travaillent ensemble et partagent leurs ressources.

Chandler dévoile maintenant aux touristes, avec beaucoup de vigueur, ses atouts trop bien cachés. Elle est une **ville accueillante**, charmante, à grande saveur historique et

maritime. Elle a su se développer une personnalité qui lui est propre et favorise les arrêts, le séjour et la découverte des attraits et des activités de son territoire.

Dès que les visiteurs arrivent aux extrémités de la ville, soit aux villages de Newport et de Pabos, ils ressentent une coupure, un changement de rythme soudain dans le circuit routier de la Route 132. Ils savent dès lors qu'ils entrent dans la zone de Chandler, ville de bâtisseurs innovateurs, ville au riche passé historique, ville maritime et lacustre.

Le **lac Vachon**, en plein milieu du centre-ville, capte leur attention. Ils arrêtent donc, juste à côté, à la Maison du Tourisme, pour prendre de l'information. Toutes les expériences du territoire leurs sont alors présentées. Les visiteurs n'auraient jamais cru que Chandler avait tant à offrir. Pour eux, cette ville représentait davantage une ville industrielle que touristique. Quelle découverte! Chandler est une **ville de bâtisseurs innovateurs**, qui recèle de lacs et de rivières accessibles et qui est tournée vers la mer.

Divers aménagements redonnent le bord de l'eau aux citoyens et aux touristes. Les vues de Chandler sont tournées vers le littoral; les haltes ainsi que les belles plages sablonneuses du territoire sont toutes mises en valeur; elles sont aisément accessibles et bien identifiées. L'histoire de Chandler et des familles qui l'ont habitée et développée est dévoilée. À **Newport**, c'est une immersion totale dans la vie et l'œuvre de La Bolduc. Chants, images et rencontres de personnages associés à cette artiste en font une expérience de visite exceptionnelle.

La **Pointe de Pabos**, un produit fort et structuré, présente une autre trame historique importante de Chandler et offre une diversité d'activités de plein air. Ici, comme à différents endroits sur le territoire, les visiteurs peuvent pratiquer des sports nautiques. D'ailleurs, plusieurs forfaits d'activités en lacs et en rivières leurs sont proposés.

Chandler a su intégrer son passé industriel à son offre touristique, en rappelant ses origines, en créant et en maintenant des liens de transport stratégiques, notamment avec le **train touristique** et les **navires de croisières** à petit gabarit.

Le **cœur de la ville** est habité et animé. C'est un lieu de séjour esthétiquement beau. Des murales rappellent l'histoire des premiers hommes et des premières femmes qui ont peuplé Chandler. La rue commerciale se prête bien au magasinage. Un hôtel à pavillons de catégorie confort, adjacent à l'ancienne usine Gaspésia, et différents petits commerces (boulangerie, confiserie, etc.) en font une expérience des plus agréables. D'ailleurs il s'y ressent un grand **dynamisme**.

Chandler est dorénavant reconnue comme **ville innovante au riche passé historique**, possédant un **littoral exceptionnel**, offrant différentes expériences lacustres et constituant une **station balnéaire** des plus impressionnantes.

#### 1.6.4 La ville et son implication dans le développement

*Y a-t-il des projets de développement porteurs, des locomotives économiques pour la ville de Chandler? Quels sont les moyens qui devront être mis de l'avant par la Ville de Chandler afin de supporter les promoteurs de ces projets?*

- À l'heure actuelle, il n'y a pas expressément de projets de développement porteurs pouvant être une locomotive économique pour Chandler. Toutefois, les projets de développement au Site Mary Travers dite : « La Bolduc », et à la Pointe de Pabos sont à privilégier puisqu'ils contribuent à mettre à jour et à augmenter la qualité de l'offre.
- L'ensemble, Gaspé-Percé-Chandler comme destination d'escale des croisières internationales est une avenue prometteuse. Les moyens qui peuvent être mis de l'avant par la Ville de Chandler pour supporter les promoteurs de ces projets sont pour l'instant d'embellir la ville, d'enrichir son offre de services, d'activités et d'attraits et de siéger sur des comités sur les croisières internationales.

*Les organismes récréatifs et touristiques du milieu se sentent-ils supportés par la ville de Chandler ? S'il y a lieu, comment pourrait-on améliorer ce support ?*

Les organismes récréatifs et touristiques du milieu veulent que la ville :

- reconnaisse et croit au potentiel rattaché au développement récréotouristique;
- soit davantage proactive;
- approche les entreprises et les organismes en récréotourisme afin de connaître leurs besoins et ce, de façon récurrente;
- se dote d'orientations claires de développement;
- dédie une personne-ressource à ce secteur;
- fournisse un apport financier aux entreprises et aux organismes du secteur;
- crée un fonds dédié au développement récréotouristique;
- informe davantage la communauté d'affaires et la population sur l'impact du récréotourisme et des projets en cours;
- forme des comités.

*Comment et sur quels critères pourrait se traduire la politique de support de la Ville ?*

Trois axes clés:

- la concertation;
- l'amélioration du produit touristique actuel;
- le suivi de la vision et du plan de développement.

*Est-il pertinent que la Ville de Chandler se dote d'un fonds de soutien au développement touristique ?*

La majorité des intervenants se sont dit en accord avec la création d'un fonds spécifique dédié au tourisme.

## **1.7 Planification stratégique**

### **1.7.1 Les objectifs stratégiques**

Les objectifs stratégiques du présent plan de développement sont les suivants :

- donner une personnalité touristique à Chandler et caractériser progressivement cette destination ou ce pôle d'attraction;
- proposer une vision à long terme pour introduire de nouvelles ressources à Chandler et en Gaspésie (ressources professionnelles, ressources financières, ressources techniques);
- miser sur les acquis et renforcer l'offre récréotouristique existante en la structurant davantage;
- investir massivement sur les zones de développement, en approfondissant la faisabilité de certaines propositions, en effectuant des recherches complémentaires, en mettant en application, dès cet automne, de nouvelles formes de partenariat;
- promouvoir la nouvelle image axée sur les expériences proposées;
- supporter les entreprises et les organisations pourvoyeurs de services, de produits et d'expériences et faciliter la convergence des ressources;
- mettre en marché les expériences touristiques proposées, dès qu'elles seront à maturité.

### 1.7.2 Les clientèles prioritaires

Plusieurs types de clientèles sont ciblés par le plan de développement<sup>58</sup>.

La **clientèle locale** (incluant les organismes du domaine touristique, culturel et socioéconomique) représente un segment des plus importants. Elle doit se sentir interpellée par les actions qui seront entreprises. Elle doit s'approprier le projet et devenir le premier segment de clientèles utilisateur des activités récréotouristiques du territoire.

La **clientèle touristique** constitue l'autre segment prioritaire. Comme la Gaspésie est une région touristique hautement fréquentée, Chandler a la chance de bénéficier d'un environnement comprenant une masse importante de visiteurs, de clients potentiels, faciles à rejoindre. Dans ce contexte, les clientèles touristiques à destination forment plus spécifiquement le segment de clientèle cible.

Le plan de développement s'adresse donc en priorité aux :

- résidents de Chandler et à leurs parents et amis en visite régulière;
- résidents de la MRC Le Rocher-Percé (excluant Chandler);
- clientèles touristiques à destination qui passent sur la Route 132;
- clientèles touristiques à destination se retrouvant à Percé et dans la MRC;
- passagers et employés du CTMA Vacancier;
- croisiéristes (croisières internationales voyageant sur l'axe Atlantique-Saint-Laurent).

Spécifions que les clientèles détenant le profil sociodémographique et comportemental suivant seront davantage susceptibles de s'intéresser à l'offre retrouvée sur le territoire :

- amateurs de plein air (pêche), d'aventure, d'écotourisme et de villégiature;
- adeptes de tourisme balnéaire;
- adeptes de culture et de patrimoine;
- baby-boomers;
- adultes voyageant sans enfants.

Ce qui n'exclut toutefois pas les clientèles d'autres profils touristiques.

Enfin, Chandler deviendra également un centre de savoir important; une ville innovante. Dans ce contexte, les segments spécialisés suivants sont ciblés :

- universitaires (du Québec et d'ailleurs; chercheurs, professeurs, étudiants);
- artistes et « performeurs »;

---

<sup>58</sup> Possibilité de doublons.

- gens d'affaires;
- etc.

Le tableau suivant présente quelques faits saillants à propos de chacun des segments évoqués.

Tableau 1.5 Faits saillants à propos des segments-cibles

Segment-cible	Faits saillants
<i>Segmentation géographique</i>	
Résidents de Chandler	Population totalisant 7 914 résidents <sup>59</sup> .
Résidents de la MRC Le Rocher-Percé	Une population totalisant 10 523 résidents <sup>60</sup> . <i>Note : excluant Chandler</i>
Clientèles touristiques à destination qui passent sur la Route 132	Un nombre important puisque la région de la Gaspésie accueille en moyenne près de 800 000 visites-région annuellement <sup>61</sup> (Une part considérable des visites-région sont effectuées par des Québécois, soit 83 %).
Clientèles touristiques à destination se retrouvant à Percé et dans la MRC	En 2006, 52 510 visiteurs ont fréquentés les lieux d'accueil situés dans la MRC Le Rocher-Percé <sup>62</sup> .
Passagers et employés du CTMA Vacancier	En 2006, le CTMA Vacancier a connu un achalandage de 2 104 personnes à Chandler <sup>63</sup> .
Croisiéristes	Ils sont mariés (78 %), ont plus de 40 ans (70 %), plus de la moitié de ceux qui ont des enfants (59%) prennent des vacances en compagnie de ces derniers (croisière ou autre) et la moyenne de revenus de leur ménage est de 120 000 \$ (en devises canadiennes) <sup>64</sup> <i>Note : ce profil n'est identifié qu'à titre indicatif, car un article publié par le Réseau de veille en tourisme<sup>65</sup> indique que le bassin de clientèle des croisiéristes est de plus en plus large; les croisiéristes sont dorénavant plus jeunes et ils possèdent un revenu plus modeste.</i>

<sup>59</sup> Statistique Canada, recensement 2006.

<sup>60</sup> Statistique Canada, recensement 2006.

<sup>61</sup> Observation effectuée suite à l'analyse de Ministère du Tourisme, *Le tourisme en bref*, 2000 à 2004.

<sup>62</sup> Association touristique régionale de la Gaspésie, *Statistiques de fréquentation des lieux d'accueil de la Gaspésie de mai à octobre 2006*.

<sup>63</sup> Office de tourisme du Rocher-Percé pour la Corporation portuaire de Chandler, *Traverse CTMA Chandler-Îles-de-la-Madeleine*, décembre 2004.

<sup>64</sup> Cruise Lines International Association, 2000 Market Profile Study, 2001.

<sup>65</sup> Péloquin, Claude, Réseau de veille en tourisme, *La croisière : un produit réinventé pour de nouveaux passagers*, 19 octobre 2005.

Tableau 1.5 (suite) Faits saillants à propos des segments-cibles

Segment-cible	Faits saillants
<i>Segmentation par profil socio-démographique</i>	
Amateurs de plein air (pêche), d'aventure, d'écotourisme et de villégiature	Une bonne part des touristes québécois dans la région de la Gaspésie pratiquent des activités sportives et de plein air (35 %) <sup>66</sup> . Des études de la Commission canadienne du tourisme <sup>67</sup> indiquent que respectivement 31,4 % et 27,0 % des touristes canadiens et américains sont adeptes d'aventure de plein air douce
Adeptes de tourisme balnéaire	Respectivement 4,3 %, 6,6 % et 6,2 % des touristes québécois dans la région de la Gaspésie ont, en 2004, effectué une croisière-excursion, de la natation ou des activités de navigation (moteur, voilier, kayak, canot, etc.) <sup>68</sup> .
Adeptes de culture et de patrimoine	Plus d'une visite-région de touristes québécois en Gaspésie sur dix inclut la visite d'un musée ou d'une galerie d'art (12 %) et d'un site historique (17 %) <sup>69</sup> . Qui plus est, selon la Commission canadienne du tourisme <sup>70</sup> , respectivement 15,7 % et 31,6 % des touristes canadiens et américains sont adeptes de patrimoine.
Baby-boomers	Près d'un résident de la MRC Le Rocher-Percé sur trois (31 %) a entre 45 et 64 ans <sup>71</sup> ; l'âge médian respectif des touristes québécois et hors-Québec en Gaspésie est de 43 ans et de 42 ans <sup>72</sup> .
Adultes voyageant sans enfants	Un peu plus de 60 % des visites-région effectuées par des Québécois en Gaspésie l'ont été entre adultes, sans enfants <sup>73</sup> . Cette proportion est encore plus grande chez les touristes hors-Québec; 74 % <sup>74</sup> .
Universitaires	L'effectif étudiant des universités québécoises totalise 261 473 personnes, soit 203 328 au 1er cycle, 45 957 au 2e cycle et 12 188 au 3e cycle <sup>75</sup> .
Artistes	Selon l'Observatoire de la culture et des communications, le Québec compte 43 790 designers, concepteurs artistiques, artisans et professionnels des arts plastiques et des arts de la scène <sup>76</sup> .
Gens d'affaires	L'Institut de la statistique du Québec indique que 343 455 personnes œuvrent à titre de gestionnaire au Québec <sup>77</sup> .

<sup>66</sup> Statistique Canada, *Enquête sur les voyages des Canadiens, Les Québécois en Gaspésie*, 2004.

<sup>67</sup> Commission canadienne du tourisme, *Touristes canadiens et américains adeptes d'aventure de plein air douce - 2000*, 2003

<sup>68</sup> Statistique Canada, *Enquête sur les voyages des Canadiens, Les Québécois en Gaspésie*, 2004.

<sup>69</sup> Statistique Canada, *Enquête sur les voyages des Canadiens, Les Québécois en Gaspésie*, 2004.

<sup>70</sup> Commission canadienne du tourisme, *Touristes canadiens et américains adeptes du patrimoine - 2000*, 2003

<sup>71</sup> Comme les données de répartition de la population selon l'âge du recensement 2006 ne sont pas encore disponibles, celles de 2001 ont ici été considérées.

<sup>72</sup> Statistique Canada, *Enquête sur les voyages des Canadiens, Les Québécois en Gaspésie*, 2004 et Québec Maritime, réalisé par Desjardins Marketing Stratégique en collaboration avec Léger Marketing, *Profil et comportements des visiteurs hors-Québec dans les régions du Québec maritime*, été-automne 2005.

<sup>73</sup> Statistique Canada, *Enquête sur les voyages des Canadiens, Les Québécois en Gaspésie*, 2004.

<sup>74</sup> Québec Maritime, réalisé par Desjardins Marketing Stratégique en collaboration avec Léger Marketing, *Profil et comportements des visiteurs hors-Québec dans les régions du Québec maritime*, été-automne 2005.

<sup>75</sup> Ministère de l'Éducation, des Loisirs et des Sports, [www.mels.gouv.qc.ca/stat/Stat\\_det/univ\\_eff.htm](http://www.mels.gouv.qc.ca/stat/Stat_det/univ_eff.htm).

<sup>76</sup> Observatoire de la culture et des communications, *Effectif des professions de la culture et des communications, Québec, 2001*.

<sup>77</sup> Institut de la Statistique du Québec, *Population active selon le niveau de gestion, de compétence et le sexe, Québec, 2001*.

### 1.7.3 Le positionnement

Chandler possède une richesse naturelle et patrimoniale importante. On y retrouve rivières, lacs, mer, plages, promenades, histoire industrielle reliée aux pâtes et papiers, mémoire de « La Bolduc », mémoire des familles souches, etc. Chandler deviendra une cité de l'innovation, un endroit de savoir et de développement.

Longtemps associée à une ville industrielle, Chandler se positionnera maintenant également en récréotourisme et affirmera avec vigueur ce positionnement. Plusieurs caractéristiques constituent les fondements du positionnement à adopter :

- Chandler, ville de bâtisseurs; ville innovante au riche passé historique;
- Chandler, plages et bord de mer; des plages sablonneuses et un littoral attractif;
- Chandler; expériences maritimes et balnéaires;
- Chandler, des lacs et des rivières accessibles; activités lacustres et de plein air;
- Chandler, lieu accueillant et embelli; ouvert au tourisme et convivial.

L'énoncé du positionnement de Chandler se traduira par des changements importants. Une ville intimement liée à l'eau, dans son passé et son présent, possédant une vitalité sociale inspirante, innovante et des plus accueillantes.

**Chandler**  
**Une ville intimement liée à l'eau,  
dans son passé et son présent,  
possédant une vitalité sociale,  
inspirante, innovante et des plus accueillantes.**

**Chandler**  
**Ville de bâtisseurs  
Plages et bord de mer  
Expérience en mer  
Lacs et rivières accessibles  
Lieu accueillant et embelli**

#### 1.7.4 Les axes stratégiques de développement

Dans le cadre d'une diversification économique de Chandler, le tourisme s'inscrit comme une activité complémentaire, qui a déjà des assises et des acquis importants répartis sur l'ensemble du territoire. Plusieurs activités viennent supporter l'offre récréotouristique, comme le golf, les galeries d'art, la marina, les plages, le mix commercial ou les aires de pique-nique.

Le plan de développement doit orienter les décideurs, soutenir les intervenants de l'industrie, émouvoir les clientèles ciblées et amener les résidents à être fier de leur ville et de ce qu'elle offre; chacun doit donc pouvoir s'y reconnaître, dans une opération « **coup de cœur** ». À l'image de villes ou de régions qui ont connu des transformations importantes, Chandler est amené à se donner un nouveau visage en choisissant de mixer un certain nombre d'expériences, de développer un Centre du savoir et d'innovation et de revoir ses façons de faire.

Les valeurs associées à ce plan sont les suivantes :

- l'ouverture sur le monde;
- la mobilisation collective;
- la convergence et le développement de différents savoirs associés au tourisme et à la culture;
- la valorisation du milieu et de la culture gaspésienne;
- la mise en valeur du passé, du présent et du futur réunis dans une approche respectueuse et intégrale;
- la mise en place et l'entretien d'une culture innovante, « ébranlante », celle qui remet en question et en perspective dans un milieu pourtant à priori conservateur;
- la constante recherche de l'amélioration;
- le désir de tirer profit des clientèles de destination et de celles du Tour de la Gaspésie et la Route du Rocher-Percé.

Les axes fondamentaux sont donc :

- Chandler, un nouveau centre du savoir;
- le centre de ressources;
- les expériences touristiques de Chandler;
- les zones de développement;
- l'embellissement de la ville et le changement de personnalité « urbaine ».
- la désignation de Chandler comme « village-relais ».

#### 1.7.4.1 Chandler, un nouveau centre du savoir

L'usine Gaspésia est un complexe industriel occupant un territoire imposant, au cœur de la municipalité et en bordure de la grève. Symbole de la prospérité de Chandler pendant plusieurs années, la Gaspésia a contribué à alimenter un climat de morosité au cours de la dernière décennie; l'espoir est revenu lorsque les instances gouvernementales et syndicales ont annoncé le projet de relance. Toutefois, ce projet est mort-né, malgré une injection de fonds publics de plus de 400 M\$. La bâtisse et ses dépendances ne sont là que pour rouvrir une plaie qui tarde à se refermer. Un plan de démantèlement est actuellement à l'étude pour définir entre autres la future utilisation du site. Selon les discussions en cours, aucun bâtiment ne serait conservé et le site serait utilisé à des fins touristique et commerciale. Des aménagements seront cependant mis en place pour ne pas oublier le riche passé industriel. De plus, le nouveau **Centre du savoir** remplacera un bâtiment qui aura été détruit. Des photographies et certains documents d'époques orneront les murs de l'édifice.

Dans le cadre de l'élaboration du plan de développement récréotouristique de la ville de Chandler, nous proposons une approche audacieuse qui vise à mettre en place les conditions suivantes :

- la présence du savoir est une condition essentielle au développement et au redéveloppement, sous toutes ses formes;
- la création d'une « ouverture », d'une fenêtre sur l'extérieur (à différents niveaux);
- l'établissement de nouveaux liens, à la fois d'affaires et institutionnels;
- le développement d'une nouvelle culture entrepreneuriale;
- la mise en place de chantiers et de travaux terrains.

L'Université Laval est déjà présente en Gaspésie, notamment à Percé; différents travaux d'application et de recherche ont été effectués dans l'Estran, à Murdochville et dans toute la péninsule gaspésienne. C'est dans cet esprit que nous avons abordé cette institution pour implanter à Chandler :

- un centre du savoir orienté vers l'innovation en tourisme;
- une chaire en innovation touristique;
- un laboratoire de recherche;
- un incubateur d'entreprises.

La portée de ce centre sera multiple :

- stages en innovation;
- création d'entreprises;
- congrès national et international;
- conférences thématiques;
- liens stratégiques avec différents réseaux de veille;
- vitrine de produits innovants, exposition mensuelle sur des nouveaux produits, expositions, etc.;
- premier concept réunissant des unités d'hébergement (pavillons, chalets), un restaurant et un attrait d'applications<sup>78</sup>; ces unités seront toutes parrainées par l'entreprise privée.

Ce centre de recherche appliquée en innovation touristique sera ouvert à l'international, créant des liens avec des universités, des réseaux de veille, des lieux de développement touristique. Un prix de l'innovation touristique mondial verra le jour et, à chaque année, un concours et un événement recherché couronneraient les gagnants.

Ce centre ne sera pas seulement axé vers le transfert de connaissances destiné aux Gaspésiens, mais cherchera aussi à devenir un véritable lieu d'échange du savoir. Ce centre pourrait non seulement devenir un lieu de transfert de connaissances (ex. par l'offre de séminaires ou de stages thématiques dans l'hôtel à pavillons du centre), mais également un lieu qui pourrait attirer des gens de savoir (universitaires, artistes ou encore, gens d'affaires ou de la politique qui pourraient transmettre leur savoir). Chose certaine, ce centre de savoir ne doit pas prendre la place des centres d'éducation (Écoles secondaires, Cégep ou centres de formation de la Gaspésie).

Deux axes pourraient définir le centre :

- le tourisme;
- la culture et le terroir en lien avec la mer et la forêt.

Le centre pourrait notamment avoir son propre congrès ou colloque international sur l'innovation et la créativité en tourisme et culture. Cependant, ce genre de rencontre doit être sous l'égide d'une association scientifique (ex. : Associations scientifiques), culturelle (ex. : UNESCO, ICOMOS) ou encore professionnelle.

D'autre part, les sites du savoir doivent être associés à la culture et à la beauté. Ce commentaire peut sembler curieux, mais quand on veut attirer des gens du savoir ou

---

<sup>78</sup> Des lieux (hébergement, restaurant et attrait) pouvant servir à l'expérimentation; à la formation des étudiants et à la recherche universitaire.

des projets reliés au savoir dans cette région, le lieu doit être beau. Les dernières recherches, notamment celles de Richard Florida, démontrent que les villes les plus créatrices sont notamment associées à la culture et à la beauté. C'est notamment le cas lorsque l'on veut attirer des gens de l'extérieur. Nous pouvons exprimer une grande crainte quant à la beauté du lieu (cf. le site de la Gaspésia). Des investissements importants devront être faits pour accroître la beauté du site. Un des défis pour attirer le savoir réside dans l'accessibilité. L'éloignement des grands centres urbains peut devenir un avantage concurrentiel dans la mesure où le lieu est accessible. Ce sera un grand défi, non seulement en termes de transport, mais aussi au niveau de l'hébergement pendant la saison hivernale.

Le centre doit être un lien de réseautage où se rencontrent des gens ou des organisations qui désirent échanger du savoir. Par exemple, une maison devrait être réservée à un artiste étranger en résidence (ex. une bourse d'une année). En échange, cet artiste pourrait non seulement échanger avec le milieu scolaire, mais également avec le milieu artistique de la Gaspésie. En plus, sa présence pourrait être utilisée au niveau de la promotion touristique. Toutes ces idées méritent d'être explorées plus à fond.

Le risque de ce centre est d'accepter de se réseauter avec tous les produits ou les services qui sont présentement produits en Gaspésie. Il faudrait travailler uniquement avec des secteurs « porteurs » et qui ne vont pas à l'encontre du savoir et de la mission du centre (ex. en matière de développement durable). Il faudrait faire des choix. Il faut alors refuser ou choisir des joueurs de la région, ce qui peut brusquer certaines personnes ou organisations.

Un centre du savoir devrait se tourner vers l'international en cherchant à briser la relation de dépendance envers les centres urbains de Montréal et de Québec. Travailler avec ces deux villes peut se faire seulement si ces gens viennent dans la région. Le centre pourrait notamment être le lieu pour permettre à des étudiants de la métropole de séjourner en Gaspésie afin d'y prendre contact avec la mer. Le Québec préfère faire voyager ses enfants vers l'étranger sans les tourner vers les régions. Il y a une opportunité au niveau du monde de l'éducation si des projets précis sont présentés.

Le centre doit être branché sur des réseaux universitaires. L'Université Laval ou d'autres universités québécoises ou ailleurs dans le monde pourraient faire partie de ce réseau. Par exemple, le programme de certificat en gestion du développement touristique pourrait offrir un cours (et pas nécessairement tous les cours du programme) intensifs à des étudiants qui proviendraient de l'extérieur de la Gaspésie (Grande région de Québec, étudiants étrangers, etc.) auxquels pourrait également participer un

certain nombre de Gaspésiens. En ce sens, il faut développer de nouvelles expériences comme celles développées à Percé par l'Université Laval.

Plutôt qu'un hôtel conventionnel, pensons à de petites maisons destinées aux touristes avec des services pouvant servir à l'ensemble de la population (ex. une véritable boulangerie) et qui pourraient servir de lieux de réflexion ou d'expérimentation. De petites salles de travail ou des ateliers viendront ajouter au concept plus de flexibilité.



#### 1.7.4.2 Le Centre de ressources

L'avenir récréotouristique de Chandler repose sur une organisation du développement intégré, sur la force et la cohérence de la vision, des buts et des valeurs proposés. Les organismes et les industries du domaine touristique et culturel sont confrontés à des problèmes identiques, à des enjeux primordiaux qui pourront les mettre en péril s'ils ne sont pas résolus. Il est grandement temps :

- de palier au manque de ressources internes;
- de suppléer au financement limité des opérations;
- de combattre l'épuisement des cohortes de bénévoles;
- de faciliter la concertation des stratégies, des modus operandi et de la programmation;
- de rendre plus facile la commercialisation et la promotion des activités, des attraits, des services.

Le présent exercice, suite au témoignage de plusieurs ressources du milieu, nous amène à revoir les façons de travailler. La solution envisagée vise à favoriser l'intégration des intervenants, tout en conservant l'identité propre de leur organisation, par un partage :

- de ressources professionnelles, matérielles et financières (personnel, photocopieur, système informatique, salle de rencontre, comptabilité);
- des actions de commercialisation conjointes visant à accroître la fréquentation;
- d'initiatives, de développement de projets et de produits nouveaux, dans une perspective de bonification et de renouvellement de l'offre;
- d'expertise et d'échange d'information sur les tendances (veille) et sur les clientèles;
- d'activités ou d'actions qui font appel à divers groupes d'intérêt, dans la population.

Le Centre de ressources serait localisé à un endroit stratégique en plein cœur de Chandler, soit juste à côté du lac Vachon. Son budget sera assumé essentiellement par la ville au cours des trois premières années. Un chargé de projet assumerait les fonctions de coordonnateur et de démarcheur.



#### 1.7.4.3 Les expériences structurées

Chandler deviendra une ville où différentes expériences récréotouristiques structurées seront proposées. Une ville qui a su dévoiler son potentiel et ses possibilités d'expériences :

- l'expérience lacustre;
- l'expérience du littoral;
- l'expérience en « mer »;
- l'expérience culturelle.

#### ***L'expérience lacustre***

Depuis la dernière fusion municipale, le territoire de Chandler inclut également Saint-François-de-Pabos, Pabos, Pabos Mills et Newport. Si les usagers réguliers de la Route 132 et les habitués du tour de la Gaspésie connaissent bien le panorama maritime, toute une portion du territoire, en particulier celui de la Zec des Anses et de la Zec Pabok, reste méconnue. Des dizaines de lacs et trois rivières (ex. : rivières du Grand Pabos) offrent de nombreuses possibilités :

- location de chalets;
- pêche;
- sentiers pédestres;
- accès aux plans d'eau.

C'est une expérience séduisante pour les familles, en autant qu'on en facilite l'usage (matériel de pêche disponible, embarcations, prix abordables, séjour de quelques heures ou quelques jours, transport).

Cette dimension de l'offre fera désormais partie de l'image de Chandler et de son positionnement.

***Chandler : des lacs et des rivières accessibles***

Pour bien démontrer ce caractère de proximité, le point de convergence sera le « lac Vachon », situé en plein cœur du centre-ville. Ce lieu évocateur invitera les touristes à se rendre sur les lacs et rivières du territoire pour y bénéficier d'un forfait expérientiel. D'ailleurs, le lac Vachon devrait être réaménagé (voir zones de développement) en fonction de bien saisir les opportunités de cette expérience.

L'expérience lacustre mérite d'ailleurs d'être mieux structurée. Des forfaits de qualité doivent être développés. Un forfait intitulé « Enfilez vos bottes » pourrait, par exemple, être proposé. Une petite camionnette amènerait des clientèles journalières sur les emplacements offerts, sur les lacs choisis ou sur les rivières, afin de profiter des plaisirs de la pêche sans avoir à rien planifier.

Une stratégie de promotion sur les lieux de destination soutiendra cette expérience (segmentation aux abords de la 132, intégration aux identifications de la ville, aux seuils d'entrée). L'expérience lacustre doit faire désormais partie du « package » de Chandler; elle répond à des attentes quotidiennes ou de moyens séjours. Elle est porteuse de multiples activités.

### ***L'expérience du littoral***

À partir de Pabos, jusqu'à Newport, le littoral (le bord de mer), est mis en valeur et est aménagé dans un souci de continuité et d'harmonisation. Le point de convergence est au centre-ville de Chandler, à la Maison du Tourisme :

- littoral pour les plages;
- littoral pour la pêche sur les quais;
- littoral pour pique-niquer;
- littoral pour des aires de feu.

Les lieux d'accès et les plages, les superbes plages sablonneuses de Chandler, cet atout touristique majeur, seront bien identifiés, avec des équipements d'appoint et appropriés. Les panneaux d'affichages seront illustrés et uniformes à la grandeur du territoire. Il pourrait même y avoir du marquage au sol afin de bien indiquer les lieux d'accès. Certains équipements de facilité, tels que des toilettes et des tables de pique-nique, se retrouveront sur ces lieux.

Des passerelles seront nécessaires pour assurer une plus grande continuité de l'expérience du littoral (ex. : reliant le chenal à la Pointe de Pabos). Cette expérience met en valeur le positionnement suivant de Chandler et inclut toutes les plages du territoire :

***Chandler : plages et bord de mer***

### ***L'expérience en « mer »***

Bien amorcée par la présence du navire Le CTMA Vacancier, l'expérience en « mer » renforce et consolide le caractère maritime de Chandler :

- support de la Route Bleue et des efforts de la Marina (kayak de mer, navires de plaisance);
- stratégie de déploiement vers des navires de croisières ayant des gabarits entre 200 et 800 passagers;
- développement d'excursions en mer en collaboration avec les pêcheurs et initiation à diverses pêches à partir de l'Anse à Newport (près du Site Mary Travers dite « La Bolduc »)

***Chandler : expérience en mer***

### ***L'expérience culturelle***

Chandler est une ville au large passé industriel et à laquelle différentes personnalités sont associées. Des noms tels que Percy Milton Chandler, Dominique David, les frères King, Jean-François Lefebvre Bellefeuille, Mary Travers dite « La Bolduc » ont tous, à leur façon, contribué à bâtir, faire connaître et reconnaître la ville de Chandler dans son ensemble. À ceci s'ajoutent toutes les familles qui, depuis fort longtemps ou depuis quelques années, habitent le territoire et contribuent à l'animer. L'idée est de mettre en valeur ces noms marquants, d'informer les touristes sur leur histoire et de créer, au sein de la population, un fort sentiment de fierté. En ce sens, il est suggéré de créer une route thématique et deux pôles forts où les clientèles pourront vivre, le temps d'un instant, l'histoire en profondeur de quelques personnalités de Chandler (Newport, village natal de La Bolduc et La Pointe de Pabos).

Il est proposé de créer entre Newport et Pabos une route culturelle « **La Route des bâtisseurs** »; nous retrouverons sur cette route un rappel des personnages et des familles souches qui ont marqué le développement de chacun de ces arrondissements. Les résidents verront alors leurs noms associés à des endroits spécifiques, à des réalisations; des fanions orneront cette route et chaque halte routière présentera ce qui caractérisait chaque famille en rappelant les origines et leurs influences. Un CD permettra aussi d’immortaliser toute cette histoire, à travers chansons, légendes et témoins vivants. La Route thématique est une façon de retrouver ses origines, de manifester notre accueil et de passer un contenu amusant, ludique et apprenant. Elle crée des pas attractifs, des moments d’attention, en changeant la réalité du corridor de la Route 132. Tout à coup, celle-ci regorge de points d’intérêts et Chandler prend un véritable cap touristique en misant sur son potentiel naturel d’arrière-pays, sur la mer et sur la culture. La Route thématique fera référence aux bâtisseurs et personnes d’influences de Chandler. Elle permettra de remonter le temps, de présenter le mode de vie des résidents, etc.

L’expérience culturelle pourra se vivre également sur le site de la Gaspésia (voir l’axe de développement – les zones de développement – le cœur du village) et se prolonger à Newport, village natal de La Bolduc (mettant en valeur un des personnages les plus attachants et les plus singuliers de la culture gaspésienne) et à la Pointe de Pabos (un parc combinant le plein air et l’archéo-aventure, alliant histoire, nature et plein air, dans un site intégré rappelant les premières occupations du territoire et les opérations forestières). Pour que ces pôles voient le jour avec intensité et intégration, certaines conditions seront remplies.

Tout d’abord, les efforts de concertation et d’harmonisation de la programmation entre le Bourg de Pabos et la Base de Plein Air de Bellefeuille se poursuivront et s’accroîtront pour que la **Pointe de Pabos** devienne un produit fort, structuré et une expérience de séjour attrayante.

Par la suite, afin de créer **Newport, village natal de la Bolduc**, le Site « Mary Travers dite La Bolduc » devra tout d’abord être rajeuni, tant dans son espace exposition que dans son environnement physique immédiat et sa programmation. L’idée du village natal émane du fait que le village de Newport (arrondissement Newport) est porteur du personnage de La Bolduc. Celle-ci s’est inspirée des réalités de son milieu, de la Gaspésie et de son époque. Nous ferons revivre à travers les chansons de La Bolduc, les lieux mythiques de son inspiration. Des parcours avec « baladodiffusion », des endroits symboliques (l’Église, le quai, le cimetière, les rues), seront mis en valeur. Les seuils d’entrée de la ville, la signalisation des rues rappelleront et commémoreront cette présence. Une place centrale (à définir) mettra en exergue le personnage; de petits spectacles ou saynètes y verront le jour. Une programmation étoffée autour des « Veillées du Bon Vieux Temps » et inspiré de sa discographie supportera le concept

retenu. Celui-ci sera soutenu par un organisme rassembleur qui aura le potentiel de le réaliser et de le mettre en opération. Tout le village de Newport « turlutera »; cette musique et les chansons de La Bolduc seront diffusés un peu partout dans les commerces et les endroits publics; elle revivra au cœur des résidents et des clientèles touristiques. Un hébergement d'expérience leur permettra de revivre une évocation de 1930. Des personnages qui ont entouré ses activités comme « avec sa troupe du Bon Vieux Temps » réapparaîtront. L'univers de La Bolduc sera revu et revisité et mis en contact avec nos réalités quotidiennes qui se ressemblent toujours;

***Chandler : ville de bâtisseurs***

#### 1.7.4.4 Les zones de développement

Les interventions et les investissements souhaités viendront supporter les expériences touristiques et le nouveau positionnement de Chandler; les zones de développement renforcent les expériences et le produit récréotouristique dans son ensemble, en créant un tout cohérent et intégré.

##### ***Le cœur du village***

Cet ensemble est composé de la marina, de la plage, de la gare, du parc attenant, des bâtiments occupés actuellement par l'usine de la Gaspésia et les rues adjacentes. Le dégagement des percées visuelles vers la mer est le geste le plus important. La ville privilégiera la venue de petits commerces de proximité, tout près du nouveau centre en innovation touristique, le Centre du savoir. Une sculpture rappellera le passé industriel de Chandler, de son fondateur et de son influence. Cette place deviendra vite un lieu de rassemblement; les rues perpendiculaires à la plage devraient conduire les visiteurs vers le sentier de découverte longeant la plage (la promenade).

***Le cœur du village : lieu de rassemblement et d'animation***

## ***Le site de la Gaspésia***

La réhabilitation du site de la Gaspésia est au cœur même du processus de développement économique et touristique de Chandler. Toutefois, la mise en valeur du site doit être planifiée en tenant compte des contraintes inhérentes à la contamination des sols et aux délais requis pour le démantèlement de l'usine.

Au regard de la législation environnementale actuelle, la gestion des sols contaminés est dépendante des usages prévus sur le site. Ainsi, les sols affectés par les métaux, les HAP et le soufre peuvent en principe demeurer en place à condition que ceux-ci soient recouvert d'au moins 0,3 mètre de matériaux propres et que ce recouvrement soit gardé intact tout au long de l'utilisation future du site. Dans le cas des sols affectés par des hydrocarbures pétroliers, ceux-ci devront nécessairement être extraits et expédiés dans des centres spécialisés.

Face à cette situation, des démarches ont été entreprises afin de définir un concept préliminaire de réhabilitation du site de la Gaspésia. Ce concept devra faire l'objet d'une analyse plus détaillée, en fonction d'une connaissance plus précise de l'état de la situation.

Globalement, le concept préliminaire s'articule autour de quatre grandes orientations, soit :

- La mise en place d'un centre du savoir axé sur l'innovation touristique;
- La mise en valeur du patrimoine industriel;
- Le renforcement du noyau urbain de Chandler par le développement de nouveaux secteurs commerciaux;
- Le renforcement du caractère naturel et maritime du site et l'amélioration de l'accès physique et visuel avec la mer.

Sur la base de ces orientations, le concept d'organisation spatiale a été élaboré en tenant compte des principes suivants :

- Établissement potentiel du centre du savoir dans la partie nord-ouest du site, en bordure de la rue commerciale, dans la mesure où, a priori, la contamination des sols dans ce secteur est moins problématique;
- Prise en compte de principes de construction sur pilotis, de manière à minimiser les volumes de sols contaminés à disposer;
- Maintien en place de certaines infrastructures souterraines afin de limiter les impacts. Réutilisation si possible des infrastructures ou fondations en place;
- Ailleurs sur le site : minimisation des infrastructures lourdes nécessitant la disposition de volumes importants de sols contaminés : mise en place d'une

couche de terres de 30 cm, renaturalisation de certains secteurs, mise en place d'infrastructures légères en mesure de répondre à différents objectifs : mise en valeur du paysage maritime, rappel de l'histoire de la Gaspésia et du passé industriel de Chandler, etc.

Les bâtiments et infrastructures présentes sur le site présentent peu d'intérêt du point de vue touristique ou patrimonial. Les bâtiments les plus anciens présentent un état de dégradation avancé. Néanmoins, certaines composantes, dont l'ancienne cheminée, sont devenues d'importants points de repère au fil du temps. À cet effet, l'ancienne cheminée de l'usine possède une valeur symbolique et historique pour une partie de la population car elle servait autrefois à signaler les quarts de travail aux ouvriers au moyen d'un sifflet.

**Le Centre du savoir** : Au niveau spatial, les bâtiments constituant le centre du savoir devront faire l'objet d'un concept d'aménagement particulier en lien avec l'innovation touristique. Ses composantes devront être davantage intégrées au caractère naturel et maritime de Chandler tout en renforçant le caractère urbain de la rue Commerciale Ouest. Elles devront aussi favoriser la mise en valeur des ouvertures visuelles sur la mer en misant, par exemple, sur la légèreté et la transparence des matériaux. En raison des coûts élevés de décontamination, les bâtiments et dépendances devront possiblement être érigés sur une partie des fondations anciennes de l'usine.

**La mise en valeur du patrimoine industriel** : La mise en valeur du patrimoine industriel de la Gaspésia représente un des axes les plus importants à développer au niveau du réaménagement du site. Le site de la Gaspésia constitue un élément très important de l'histoire de la ville de Chandler et de la Gaspésie. La mise en valeur des éléments les plus significatifs au niveau historique permettra en quelque sorte de conserver la mémoire collective de la population pour ce site industriel. Cette mémoire collective s'appuiera sur la conservation d'au moins quatre éléments importants du site de la Gaspésia : les fondations anciennes d'une partie des bâtiments, la grande cheminée, les artefacts reliés au transport ferroviaire et une partie de la fondation et de la structure du nouveau système de manutention des copeaux. Tous ces éléments devront faire l'objet d'un concept intégrateur qui mise sur l'animation culturelle de l'histoire du site à partir d'un espace extérieur ouvert sur la mer et en relation étroite avec le noyau urbain de la ville.

**Développement de nouveaux secteurs commerciaux** : L'aménagement de deux petits secteurs commerciaux le long de la rue Commerciale Ouest sur le site actuel de la Gaspésia permettra de renforcer le noyau urbain de Chandler. La rue Jacques-Cartier, de même que celle de l'Hôtel-de-ville, seront prolongées vers le site de la Gaspésia pour favoriser l'accès physique et visuel au site par la population et la clientèle touristique.

**Renforcement du caractère naturel et maritime du site :** Cette immense zone est divisée en quatre grands secteurs d'aménagement qui visent à améliorer l'intégration environnementale du site de la Gaspésia tout en favorisant les activités récréotouristiques. Tous les aménagements de cette immense zone devraient viser à favoriser l'accès à la mer aux citoyens et touristes pour appuyer la vision de développement de Chandler comme lieu de séjour balnéaire agréable. Ces aménagements seront faits en lien avec la présence à proximité de la Marina, du port de mer et de la gare ferroviaire. Une partie de la zone verte pourrait éventuellement servir à créer de nouveaux parcours pour le club de golf de Chandler dont la superficie a été récemment réduite aux fins de d'agrandissement du site de la Gaspésia. Le club de golf est un attrait important au niveau récréotouristique qui pourra être offert comme activité récréative à la nouvelle clientèle du site.

### ***La zone du quai***

Dans un avenir plus ou moins rapproché, Chandler pourrait être le port d'escale de navires de croisières internationales de petit gabarit (entre 200 et 800 passagers). Il faut reconnaître cependant qu'un certain nombre de gestes devront être posés :

- un poste d'accueil convivial;
- un quai aménagé en fonction du transport des passagers-excursionnistes;
- un ou des produits d'excursions suffisamment développés, nombreux et attractifs (train touristique vers Percé, expédition nature avec guide dans la Zec, Chantier archéologique à la Pointe de Pabos, etc.).

***La zone du quai : lieu d'accueil des croisiéristes***

### ***Le lac Vachon et sa zone concomitante : un ensemble signature***

Lorsqu'on arrive dans une destination, on cherche inévitablement des points de repère significatifs. Dans le cas de Chandler, la présence de la mer peut contribuer à cet effet. Cependant, le lac Vachon situé en plein cœur de Chandler peut également jouer ce rôle, puisqu'il longe la Route 132. Ainsi, nous suggérons de constituer un ensemble évocateur, et de reconfigurer les services d'information touristique près du lac et de sa promenade, et de contribuer à dynamiser ce secteur.

La Maison du Tourisme offrira différents services d'information et d'orientation touristiques, tout en abritant le nouveau Centre de ressources. L'actuel kiosque d'information sera donc relocalisé et les fonctions modifiées et élargies. Des activités de canotage ou de pédalos pourraient être offertes; toutefois, il faudra veiller à dégager

le centre du lac car nous proposons d'y installer un jeu d'eau propulseur, jumelé à un système d'éclairage. Un jardin thématique liera le stationnement à la Maison du Tourisme et au sentier existant.

***Le lac Vachon : lieu d'accueil***

### ***La 132 et le pôle ouest***

Les zones de la 132 et du pôle ouest seront le fruit d'un aménagement spécifique qui a déjà été décrit auparavant :

- La Route thématique des bâtisseurs (sur 15 kilomètres);
- Newport, le village natal de La Bolduc
- La Pointe de Pabos

Ces zones offrent une expérience commune; une expérience de découverte des racines de la population locale, de ses bâtisseurs et des gens qui ont fait sa renommée.

***La 132 et le pôle ouest***

### ***L'embellissement de la ville et le changement de personnalité « urbaine »***

L'environnement esthétique d'un territoire ou d'une destination à vocation récréotouristique a toute son importance; les paysages, les aménagements intégrés, l'harmonie des couleurs contribuent tour à tour à nourrir l'émotion, le pouvoir attractif et l'intérêt de tous les sens. La ville, tous ses résidents et tous ses commerces auront une responsabilité commune : celle d'être prêts à recevoir les clientèles touristiques, dans un esprit de développement durable. Chandler, ville au passé industriel, enlaidie par plusieurs constructions et structures, pourrait devenir une ville choyée, recherchée sur le tour de la Gaspésie, par son caractère innovant et ses façons de faire « différemment les choses ». Les changements amorcés dépasseront le stade du « cosmétique ». Une attention toute particulière devra être apportée à la Route 132, lieu de passage, prodiguant l'image de Chandler aux touristes.

***Chandler: lieu accueillant et embelli***

### ***La désignation de Chandler comme « village-relais »***

La Ville de Chandler a entrepris des démarches avec le ministère des Transports du Québec (MTQ) afin d'intégrer la ville au réseau de village-relais que le MTQ entend mettre en place sur l'ensemble du réseau routier québécois. Une telle désignation permettrait de consolider l'offre commerciale de Chandler, notamment par rapport à la clientèle touristique de passage ou en transit, en plus de favoriser une plus grande visibilité.

Un village-relais est une municipalité qui offre, avec l'aide de ses commerçants, des services au moins comparables à ceux que l'on trouve dans les aires de service, et ce, 24 heures par jour et 365 jours par année. On parle, entre autres, de service de restauration, de distribution d'essence, de dépannage mécanique et d'hébergement.

La constitution des villages-relais vise quatre objectifs principaux :

- Accroître la sécurité des usagers de la route (automobiles, camions, autobus, véhicules récréatifs) en leur offrant des lieux d'arrêt accessibles en tout temps;
- Offrir une diversité de services et une qualité d'accueil;
- Inciter à l'amélioration physique des lieux et des bâtiments et à leur mise en valeur touristique;
- Apporter un soutien au développement local et régional.

La charte de qualité définit les conditions d'attribution de l'appellation « village-relais » à une municipalité en ce qui a trait aux conditions d'admissibilité, aux services de base et aux aménagements de qualité. Les principaux critères sont :

- Avoir une population de 10 000 habitants et moins;
- Être située sur une route nationale appartenant au réseau routier stratégique du ministère des Transports ou désignée « route touristique » par le ministère du Tourisme;
- Se conformer aux critères de distance suivants :
  - Aucune municipalité ne peut être choisie à l'intérieur d'un tronçon de 40 kilomètres défini à partir d'une municipalité de 20 000 habitants et plus;
  - Une seule municipalité peut être choisie à l'intérieur d'un tronçon de 80 kilomètres;
  - Une distance minimale de 40 kilomètres doit séparer les municipalités désignées dans des tronçons contigus de 80 kilomètres.

Pour accomplir sa mission d'accueil, le village-relais doit également présenter des atouts qui mettent en valeur le village, tout en lui conservant ses particularités et son identité propre. Constitués en réseau, ces villages offrent une gamme et une qualité de services homogènes, mais également une diversité représentative de la richesse patrimoniale et paysagère du Québec.



#### 1.7.4.5 La modification du nom de la municipalité

Le projet de modification du nom de la municipalité vise plusieurs objectifs. D'une part, ce changement marquerait le nouveau virage amorcé par la Ville, avec le démantèlement de l'usine Gaspésia et la réhabilitation du site à des fins touristiques. D'autre part, ce changement viserait à articuler les efforts de positionnement touristique, à partir d'un nom qui soit évocateur.

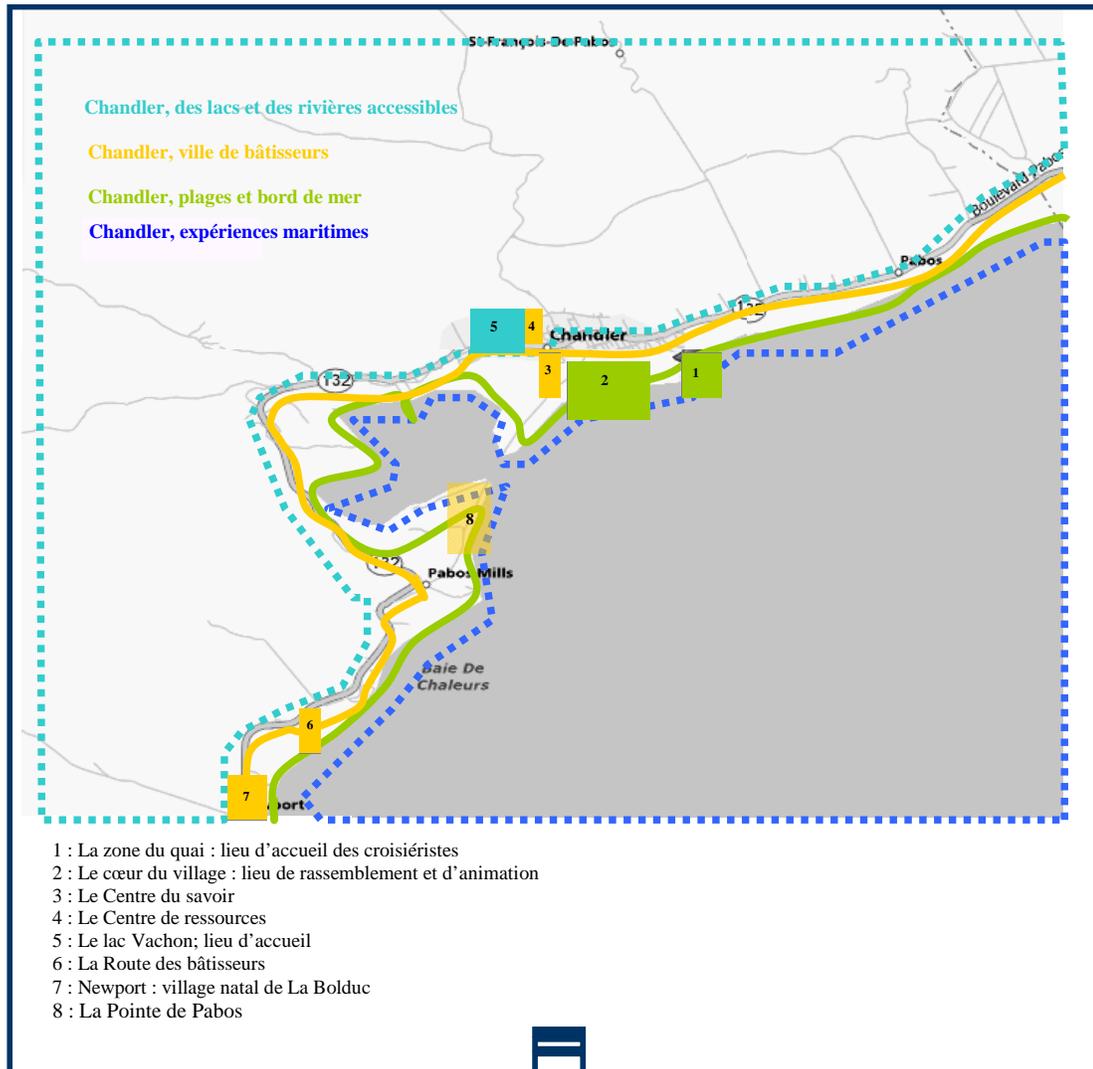
Le choix de ce nouveau nom pourra faire l'objet d'un concours populaire ou, encore, faire l'objet d'une réflexion plus approfondie dans le cadre de l'élaboration d'un plan de communication.

A priori, l'idée première qui vient à l'esprit est de mettre en valeur l'image d'une ville qui est plus que jamais tournée vers la mer. Dans cette perspective, le nom de «Chandler-sur-mer» peut certes être évocateur et traduit fort bien la nouvelle réalité de Chandler. Toutefois, ce changement serait comparable à celui effectué par la municipalité de Carleton, qui est devenu «Carleton-sur-mer». D'autres appellations pourraient être recherchées en considérant le même thème. À titre indicatif, on pourrait mentionner les appellations suivantes : Chandler-océane, Chandler-sur-la-baie, Chandler-maritime, Port-Chandler.

#### 1.7.4.6 Synthèse géographique des axes proposés

La figure 1.6, présentée à la page suivante, dresse une synthèse des axes de développement proposés.

Figure 1.6 Schéma des axes de développement proposés



*Chandler : lieu accueillant et embelli*

### 1.7.5 Le plan d'actions

Le plan d'action est présenté dans le tableau 1.6 ci-après. Ce plan indique, pour chacun des axes stratégiques de développement :

- les actions à entreprendre;
- les responsables;
- les partenaires;
- le budget associé.

Le tout est présenté suivant trois phases : phase 1 (an 1), phase 2 (ans 2 et 3) et phase 3 (ans 4 et 5). Au total, 39 actions ont été identifiées et priorisées selon trois niveaux : A, B et C. La lettre A identifie les actions qui sont essentielles à réaliser; le cœur du plan. La lettre B représente les actions qui sont importantes et la lettre C celles qui sont complémentaires.

#### ***L'établissement d'une vision commune***

La concertation et l'implication de tous les intervenants locaux et régionaux sont à la base du processus de mise en œuvre. Des actions doivent dans ce sens être mises de l'avant à très court terme afin de «partager» la vision du plan de développement et, surtout, d'associer de façon structurante les acteurs économiques et touristiques (organismes et entrepreneurs) dans la prise en charge et la réalisation des orientations retenues. Une stratégie de communication devra être établie en ce sens.

#### ***Le Centre du savoir et la réhabilitation du site de la Gaspésia***

Les projets de Centre du savoir et de réhabilitation du site de la Gaspésia, en visant notamment la mise en valeur du patrimoine industriel, sont au cœur du développement de l'offre touristique de Chandler. Cependant, la mise en œuvre de ces projets est tributaire de plusieurs facteurs, dont notamment :

- Les délais requis pour le démantèlement des installations industrielles;
- La stratégie d'aménagement à adopter en tenant compte de la contamination des différentes zones;
- La faisabilité entourant le développement du projet de Centre du savoir, en tenant compte d'une analyse plus fine de la mission d'une telle institution, des coûts impliqués et des partenariats à mettre en place.

Dans ce contexte, des analyses complémentaires restent à faire avant d'en arriver à une définition claire et précise des orientations à retenir quant à la vocation du site de la Gaspésia et à la mise en place d'un Centre du savoir. Ces analyses complémentaires devront être prioritaires à court terme, pour en arriver rapidement à l'établissement d'un plan directeur qui soit structurant. Les délais requis pour le démantèlement des infrastructures, soit environ 18 mois, offrent dans ce sens l'opportunité de planifier judicieusement la mise en valeur du site sans avoir à retarder l'ensemble du processus de réalisation. Les principales actions à considérer sont les suivantes :

- Réalisation d'une étude visant à analyser plus en profondeur la faisabilité du projet de Centre du savoir (mission et objectifs, organisation et financement, localisation, etc.);
- Définition détaillée du concept d'aménagement du site de la Gaspésia, en lien avec les sites de la Marina et du port de Chandler.

### ***Le Centre des ressources***

Parallèlement à l'analyse plus détaillée des projets de Centre du savoir et de réhabilitation du site de la Gaspésia, d'autres actions stratégiques devront être amorcées rapidement. Dans ce sens, la réalisation à court terme du projet de Centre de ressources et la constitution d'un fonds de développement de l'offre touristique pourront permettre de dynamiser rapidement la mise en œuvre du plan d'action, tout en assurant la coordination des diverses activités. Le Centre de ressource aura également à jouer à court terme un rôle important dans le maintien de la communication avec les divers intervenants et la population. À moyen et long termes, le Centre de ressources aura un rôle structurant à jouer dans la mise en œuvre des actions marketing. Les principales actions à considérer pour l'établissement du Centre du savoir sont les suivantes :

- Analyse plus approfondie de la faisabilité du projet (mission et objectifs, organisation et financement, localisation, etc.);
- Embauche d'un chargé de projet;
- Élaboration des plans et devis et construction;
- Élaboration et mise en œuvre d'un plan d'action triennal;
- Constitution d'un fonds de développement de l'offre.

### ***Le site du lac Vachon comme pôle d'accueil***

La mise en valeur du lac Vachon comme lieu d'accueil aura un effet charnière de première importance dans le développement de la notoriété et du positionnement. Son action pourra avoir un effet direct sur la diffusion de l'information touristique et agir comme intégrateur de l'ensemble des composantes de l'offre. Par conséquent, sa réalisation doit constituer une priorité. À court terme, des analyses complémentaires restent à compléter, notamment en ce qui concerne la gestion des eaux du lac, l'assainissement du lac et son aménagement. Les principales actions à considérer sont les suivantes :

- Analyse de l'état du lac Vachon et poursuite des travaux d'assainissement;
- Élaboration d'un concept d'aménagement / plans et devis;
- Relocalisation du bureau d'information touristique / aménagements divers;
- Installation d'un jeu d'eau propulseur, après analyse technique.

La relocalisation du bureau d'information touristique devra se faire en parallèle au développement de la signalisation, de manière à permettre, d'une part, l'identification ou le renforcement de la signalisation des entrées de la zone touristique et, d'autre part, à permettre le cheminement des visiteurs vers les différents sites et attraits.

### ***La mise en valeur du bord de mer***

Le développement des expériences maritimes, en lien avec la mise en valeur du port de Chandler et du site de la marina, doit tenir compte des orientations qui seront prises concernant la réhabilitation du site de la Gaspésia. Le concept de mise en valeur des aménagements et des activités liées à la mer devra également prendre en considération l'évolution des réflexions qui ont été amorcées concernant le projet d'implantation de croisières internationales en Gaspésie et celui de développement du secteur industriel et du transport intermodal à Chandler. Dans ce contexte, les principales actions à considérer sont les suivantes :

- Poursuite des échanges avec les partenaires régionaux concernant le développement du système d'accueil de croisières internationales;
- Poursuite des démarches entreprises par la Corporation de Développement économique du Rocher-Percé concernant le financement d'infrastructures de transport intermodal;
- Moyen terme : élaboration d'un concept intégré d'aménagement et de mise en valeur (avec comme lien intégrateur l'aménagement d'un parc linéaire);
- Court et moyen termes : Développement de produits et identification de promoteurs (ex. : excursions en mer).

### ***Le développement de produits liés à la mise en valeur des plages, lacs et rivières***

Le développement des potentiels offerts peut s'amorcer à court terme, par une implication directe du secteur privé ou d'organismes à but non lucratif. Les principales actions à considérer sont les suivantes :

#### Plages :

- À court terme : Identification de promoteurs potentiels / Élaboration d'un plan d'aménagement intégré des plages en fonction d'une analyse préalable de leurs potentiels et d'une identification de leur vocation;
- À moyen terme : Plans et devis / Réalisation des travaux (incluant voies d'accès et passerelle) / établissement d'une stratégie structurée de signalisation;

#### Lacs et rivières :

- À court terme : Identification de promoteurs et consultation des ZEC afin d'en arriver à un plan de développement intégré / définition des forfaits et des services à offrir / élaboration d'un plan d'affaires;
- À moyen terme : Mise en opération des activités / mise en place d'une stratégie structurée de signalisation.

### ***La mise en valeur du patrimoine historique et culturel / route thématique sur le thème des «bâtisseurs»***

Le concept élargi de mise en valeur du secteur de Newport comme village natal de la Bolduc passe tout d'abord par une consolidation des produits et service offerts par le Site Mary Travers dite «La Bolduc». Le développement d'un concept élargi doit donc être envisagé davantage à moyen ou long terme, en tenant compte des urgences d'agir et des opportunités de partenariat au niveau local.

Compte tenu de cette situation, le développement du concept de route thématique pourrait néanmoins être amorcé à court terme, de manière à permettre son implantation en concordance avec le renforcement du Site Mary Travers. Le concept pourra à plus long terme profiter du projet de mise en valeur du patrimoine industriel sur le site de la Gaspésia qui, à ce moment, pourra constituer une composante structurante du projet. Les principales actions à considérer sont les suivantes :

- À court terme : Planification et mise en œuvre du projet de rajeunissement du Site Mary Travers dite la Bolduc;
- À court terme : Consultation des intervenants touristiques du secteur de Newport et identification des priorités de développement;
- À moyen terme : réalisation d'une étude de faisabilité visant à définir le concept de «Newport, village natal de la Bolduc»

### ***Le développement de l'offre touristique de la Pointe de Pabos***

En ce qui concerne plus spécifiquement le secteur de la Pointe de Pabos, le développement de l'offre a déjà fait l'objet d'une étude spécifique dans le cadre d'un CAMO. Aussi, contrairement à d'autres actions pour lesquelles il faudra identifier un promoteur, la présence dans le secteur d'organismes comme la Base de Plein air de Bellefeuille et du Parc du Bourg de Pabos peut dynamiser à court terme le processus de mise en œuvre. Dans cette perspective, afin de soutenir rapidement les efforts de développement mis de l'avant, une analyse plus approfondie de la faisabilité et de la mise en œuvre des orientations proposées dans le plan de développement de la Pointe de Pabos devra être effectuée, tout en tenant compte des orientations qui seront retenues pour le développement de l'ensemble de l'offre touristique de Chandler.

### ***Le développement du cœur de Chandler et embellissement de la ville***

Parallèlement au développement du pôle d'accueil du lac Vachon et à celui du noyau formé par le site de la Gaspésia, la marina et le port de Chandler, d'autres interventions ont pour but de favoriser la consolidation de l'activité commerciale, la redéfinition des aires de circulation et de rassemblement et, de façon plus large, l'embellissement de l'ensemble de la ville.

En ce qui concerne l'activité commerciale, deux types d'interventions doivent être considérées, soit :

- La mise en place de mesures visant à favoriser la revitalisation de la rue commerciale, revitalisation qui va être intimement liée au processus de réhabilitation du site de la Gaspésia et au développement de la signalisation;
- L'embellissement de l'axe de la route 132, en tenant compte du concept de village-relais.

Dans cette perspective, les principales actions à considérer sont les suivantes :

- À court terme : Élaboration d'un plan d'aménagement urbain du cœur de Chandler et de l'axe de la route 132 ;
- À moyen terme : Mise en place de mesures visant à favoriser la rénovation des établissements commerciaux et l'implantation de commerces au centre-ville.

Tableau 1.6 Plan d'action récréotouristique de Chandler

Action	Responsable	Partenaires	Priorité et Budget phase 1	Priorité et budget phase 2	Priorité et budget phase 3
1. <b>Changer le nom de Chandler</b>	Ville de Chandler		-	-	B s.o.
2. <b>Partager la vision du plan de développement</b> avec la population et les acteurs en récréotourisme	Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Centre Local de Développement</li> </ul>	A 5 000 \$	-	-
<b>Axe 1 : Le Centre du savoir</b>					
3. Mandater une firme afin de réaliser l' <b>étude de faisabilité du Centre du savoir</b>	Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Firme de consultation en développement régional</li> <li>▪ Firme d'ingénierie et d'architecture</li> </ul>	A 50 000 \$	-	-
4. <b>Implanter le Centre du savoir</b>	Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Firme d'ingénierie</li> <li>▪ Universités</li> <li>▪ Associations scientifiques, culturelles et professionnelles</li> </ul>	-	A À déterminer	A À déterminer
<b>Axe 2 : Le Centre de ressources</b>					
5. Engager un <b>chargé de projet</b> qui aura à sa charge la coordination du Centre de ressources, qui s'occupera de faire du démarchage en récréotourisme afin de bonifier et développer l'offre actuelle, qui sera responsable de la promotion de Chandler et qui créera des liens avec les acteurs touristiques de la MRC, de la Gaspésie et d'ailleurs	Ville de Chandler		A 72 500 \$ <sup>1</sup>	A 72 500 \$ <sup>1</sup>	A 75 000 \$ <sup>1</sup>
6. <b>Créer un Fonds</b> pour favoriser le développement de projets contribuant à bonifier et à renouveler l'offre du territoire selon ses quatre expériences. Trois critères devront être considérés : la concertation, l'amélioration du produit touristique actuel et le suivi de la vision du plan de développement Source à envisager : revenus de placements générés par les capitaux provenant de la liquidation des actifs de la Gaspésie	Chargé de projet Ville de Chandler		A 500 000 \$	A 500 000 \$	A 500 000 \$

<sup>1</sup> Budget incluant le salaire brut, les frais indirects d'emplois et le budget de représentation.

Tableau 2.6 (suite) Plan d'action récréotouristique de Chandler

Action	Responsable	Partenaires	Priorité et budget phase 1	Priorité et budget phase 2	Priorité et budget phase 3
7. <b>Développer un plan marketing et réaliser des actions de commercialisation conjointes</b> afin de promouvoir la destination et ses différentes expériences. Ces actions pourront également se faire avec la MRC Le Rocher-Percé.	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acteurs en récréotourisme de Chandler</li> <li>▪ CLD du Rocher-Percé</li> <li>▪ MRC Le Rocher-Percé</li> </ul>	-	-	B 125 000 \$
7.1. Effectuer, au moins trois fois l'an, avec les organismes du milieu, des <b>activités ou actions qui font appel à la population</b> (concours photos permettant ainsi d'avoir des images impressionnantes de Chandler, journée d'ouverture d'un attrait, journée d'essai d'un attrait, etc.)	Chargé de projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acteurs en récréotourisme de Chandler</li> <li>▪ Population</li> </ul>	-	C 2 000 \$	C 2 000 \$
7.2. <b>Inform</b> er, de façon régulière et constante, les citoyens et les entreprises du territoire <b>sur les développements et l'impact du récréotourisme</b> (communiqués de presse)	Chargé de projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acteurs en récréotourisme de Chandler</li> </ul>	-	A s.o.	A s.o.
7.3. Réaliser et distribuer (à Chandler, à Percé et dans différents endroits stratégiques sur le tour de la Gaspésie), avec différents partenaires, un <b>dépliant de promotion</b> mettant en valeur le nouveau positionnement récréotouristique de Chandler ainsi qu'une carte du territoire indiquant clairement les expériences à y vivre et les lieux à visiter. Également, adapter le <b>site Internet</b> afin qu'il reflète bien le nouveau positionnement	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acteurs en récréotourisme de Chandler</li> </ul>	-	-	A 50 000 \$
8. <b>Planter un système de veille stratégique</b> sous forme de « blog » et réaliser, une fois par an, la journée « Le Chandl'heure »; une journée de formation et discussion sur les tendances et la clientèle touristique permettant aux organismes du territoire de s'informer sur les grands changements touristiques, de réseauter et de faire part de leurs besoins	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acteurs en récréotourisme de Chandler</li> <li>▪ Centre du savoir</li> </ul>	-	C 5 000 \$	C 5 000 \$

(Ces actions sont directement en lien avec « Le lac Vachon : lieu d'accueil »)

Tableau 2.6 (suite) Plan d'action récréotouristique de Chandler

Action	Responsable	Partenaires	Priorité et budget phase 1	Priorité et budget phase 2	Priorité et budget phase 3
<b>Axe 3 : Les expériences structurées</b>					
<b>Chandler, des lacs et des rivières accessibles</b>					
9. Démarcher afin de trouver un promoteur ou des <b>promoteurs désirant développer des forfaits et offrir une expérience journalière</b> en lac ou en rivière avec système de navette à partir de la Maison du Tourisme. Les Zecs du territoire devront être approchées en priorité	Chargé de projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acteurs en récréotourisme de Chandler</li> <li>Transport des Anses</li> </ul>	-	-	C s.o.
10. Installer, sur la Route 132, des <b>affiches directionnelles uniformes</b> vers les Zecs du territoire et les endroits offrant une expérience lacustre	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acteurs en récréotourisme de Chandler offrant une expérience lacustre</li> </ul>	-	B 10 000 \$	-
<b>Chandler, plages et bord de mer</b>					
11. <b>Identifier</b> , aux abords de la Route 132, <b>avec un affichage uniforme, illustré, vivant, avec pictogrammes et ce, dans les deux directions, (nord et sud) tous les lieux d'accès au littoral</b>	Chargé de projet Ville de Chandler		B 20 000 \$	-	-
12. Mandater une firme afin de <b>réaliser un plan d'aménagement de chacune des plages et accès au littoral</b> . (Identifier les équipements qui devront s'y retrouver (tables de pique-niques, toilettes publiques, aires de feu, etc.) selon les clientèles utilisatrices actuelles et futures.)	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>Firme en aménagement du territoire</li> </ul>	B 20 000 \$	-	-
13. <b>Réaliser le plan d'aménagement</b> des lieux d'accès au littoral	Chargé de projet Ville de Chandler		-	B 50 000\$	-
14. Évaluer la possibilité d'offrir <b>la pêche sur le quai de la marina</b> et trouver un promoteur pour offrir cette activité	Chargé de projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marina</li> <li>Promoteur</li> </ul>	-	-	C s.o.
15. Mandater une firme afin d'évaluer et de mettre à jour les études réalisées actuellement sur <b>l'implantation d'une passerelle</b> reliant le chenal à la Pointe de Pabos dans le cadre de la Route verte	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>Firme d'ingénierie</li> <li>Vélo Québec</li> </ul>	-	-	C 15 000 \$
16. <b>Réaliser la passerelle</b> entre le chenal et la Pointe de Pabos	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>Firme d'ingénierie</li> </ul>	-	-	C 1 000 000 \$

Tableau 2.6 (suite) Plan d'action récréotouristique de Chandler

Action	Responsable	Partenaires	Priorité et budget phase 1	Priorité et budget phase 2	Priorité et budget phase 3
<b>Chandler, expériences maritimes</b>					
17. Siéger et <b>participer aux comités sur le développement des croisières internationales</b> à Gaspé-Percé-Chandler	Ville de Chandler		A s.o.	A s.o.	A s.o.
18. Démarcher afin de trouver un ou des <b>promoteurs désirant développer des excursions en mer et de l'initiation à diverses pêches</b> à partir de l'Anse à Newport (près du Site Mary Travers dite : « La Bolduc »)	Chargé de projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pêcheurs</li> <li>▪ Promoteur(s)</li> </ul>	-	-	C s.o.
19. <b>Supporter le développement de la Route bleue</b>	Chargé de projet Ville de Chandler		B s.o.	B s.o.	B s.o.
<b>Chandler, ville de bâtisseurs</b>					
20. Mandater une firme spécialisée en histoire afin de réaliser, de concert avec la population, la <b>Route thématique</b> . (Identifier les différentes familles du territoire et les endroits spécifiques où elles seront mises en valeur, créer le CD, installer des fanions, etc.)	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Firme en histoire, muséologie et patrimoine</li> <li>▪ Population</li> </ul>	-	A 75 000 \$	-
21. <b>Rajeunir le Site Mary Travers dite : « La Bolduc »</b> ; espace des expositions, environnement physique et programmation	Site Mary Travers dite : « La Bolduc »	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chargé de projet</li> <li>▪ Ville de Chandler</li> <li>▪ Partenaires financiers autres</li> </ul>	A 225 000 \$	A 225 000 \$	-
22. Mandater une firme afin de réaliser un plan de développement du concept Newport; village natal de la Bolduc. (Identifier les endroits symboliques, décrire l'expérience de baladodiffusion, définir la place centrale et sa programmation, l'hébergement d'expérience à développer, etc.)	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Firme en développement touristique et régional</li> <li>▪ Firme en histoire, muséologie et patrimoine</li> <li>▪ Population</li> <li>▪ Organismes et commerces de Newport</li> </ul>	-	C 50 000 \$	-
23. Réaliser le plan de développement de Newport; village natal de la Bolduc	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Population</li> <li>▪ Organismes et commerces de Newport</li> </ul>	-	-	C À déterminer
24. Poursuivre et <b>soutenir</b> les efforts d'intégration, d'harmonisation et de structuration du produit de la <b>Pointe de Pabos</b>	Base de plein air de Bellefeuille - Bourg de Pabos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chargé de projet</li> <li>▪ Ville de Chandler</li> <li>▪ Partenaires financiers</li> </ul>	A 33 000 \$	A 33 000 \$	A 33 000 \$

Tableau 2.6 (suite) Plan d'action récréotouristique de Chandler

Action	Responsable	Partenaires	Priorité et budget phase 1	Priorité et budget phase 2	Priorité et budget phase 3
<b>Axe 4 : Les zones de développement</b>					
<b>Le cœur du village; lieu de rassemblement et d'animation</b>					
25. Adopter un <b>règlement visant à favoriser la venue de petits commerces de proximité dans le cœur du village</b> et à maintenir, voire améliorer, les percées visuelles vers la mer	Ville de Chandler		A s.o.	A s.o.	-
26. Mandater une firme afin de réaliser un <b>plan d'aménagement urbain du cœur de Chandler</b> (rue commerciale, espaces de stationnement, etc.). Le plan pourra notamment envisager et évaluer les solutions suivantes : - implanter une <b>sculpture</b> au parc du souvenir pour rappeler le passé industriel de la ville, - créer une <b>fresque</b> rappelant les origines, dans le cœur de la ville, notamment sur le site de la Gaspésia. - aménager un <b>sentier d'interprétation</b> sur l'histoire industrielle de Chandler	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Firme en aménagement du territoire</li> <li>▪ Firme en histoire, muséologie et patrimoine</li> </ul>	-	A 60 000 \$	-
27. Élaborer un plan détaillé de <b>réhabilitation du site de la Gaspésia</b> en tenant compte des objectifs d'implantation du centre du savoir et la mise en valeur de l'histoire de la Gaspésia.	Chargé de projet Ville de Chandler		A 50 000\$	-	-
28. <b>Adapter le parc du Souvenir pour les rassemblements et y créer de l'animation.</b> (Implantation de toilettes, marché public, etc.)	Chargé de projet Ville de Chandler		-	C 100 000 \$	-
29. <b>Réaliser le plan d'aménagement</b> urbain du cœur de Chandler	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Firme en aménagement du territoire</li> </ul>	-	-	A À déterminer
<b>Le lac Vachon; lieu d'accueil</b>					
30. <b>Déménager le bureau d'information touristique</b> actuel (Maison du Tourisme) à côté du lac Vachon. Cet établissement abritera également le Centre de ressources. Il sera beau et attirera les regards. Des annonces claires et évidentes l'identifieront	Chargé de projet Ville de Chandler		-	A À déterminer	-
31. <b>Aménager un jardin thématique</b> liant les différentes composantes du pourtour du lac Vachon en un tout intégré (stationnement, Maison du tourisme, départ du sentier existant, etc.)	Chargé de projet Ville de Chandler		-	A 25 000 \$	-

Tableau 2.6 (suite) Plan d'action récréotouristique de Chandler

Action	Responsable	Partenaires	Priorité et budget phase 1	Priorité et budget phase 2	Priorité et budget phase 3
32. <b>Continuer les travaux d'assainissement du lac Vachon</b> et trouver un organisme (Maison du Tourisme ou autre) qui soit prêt à y proposer des activités de canotage, pédalos et pêches	Chargé de projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Promoteur</li> <li>Firme spécialisée en assainissement des eaux</li> </ul>	A À déterminer	A À déterminer	-
33. <b>Installer un jeu d'eau propulseur</b> jumelé à un système d'éclairage au lac Vachon	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrepreneur</li> </ul>	-	-	A 75 000 \$
<b>La 132 et le pôle ouest</b>					
<i>(Voir Chandler, ville de bâtisseurs)</i>					
<b>La zone du quai; lieu d'accueil des croisiéristes</b>					
34. Mandater une firme afin de <b>revoir l'aménagement du quai et de ses environs</b> dans le but de faciliter la circulation, l'accueil et le transport des passagers-excursionnistes	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>Firme en aménagement du territoire</li> </ul>	B 40 000 \$	-	-
35. Développer au moins quatre nouveaux <b>produits d'excursions attractifs et de qualité s'adressant à la clientèle de croisiéristes</b>	Chargé de projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acteurs en récréotourisme de Chandler</li> </ul>	-	B s.o.	-
<b>Axe 5 : Chandler; lieu accueillant et embelli</b>					
36. Donner, à chaque année, une <b>formation</b> en service à la clientèle et accueil de la clientèle touristique. Cette formation pourrait prendre différentes formes (visite d'un client mystère prodiguant par la suite conseils personnalisés au commerce, conférencier invité, etc.)	Chargé de projet	<ul style="list-style-type: none"> <li>CLE du Rocher-Percé</li> </ul>	B 3 000 \$	B 3 000 \$	B 3 000 \$
37. Mandater une firme afin de réaliser un <b>plan d'aménagement du paysage sur la Route 132</b> ; un programme d'embellissement urbain et d'intégration des efforts de signalisation dans un concept clair	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>Firme en aménagement du territoire</li> </ul>	B 25 000 \$	-	-
38. Évaluer les possibilités de <b>marquer le début de Chandler et de démontrer les expériences à y vivre</b> en implantant, au barachois de Pabos ainsi que sur le réservoir d'eau de Newport, une série d'images couleurs illustrant les expériences. Si les possibilités sont bel et bien présentes, passer à l'action	Chargé de projet Ville de Chandler		-	A 20 000 \$	-
39. <b>Réaliser le plan d'aménagement</b> de la Route 132	Chargé de projet Ville de Chandler	<ul style="list-style-type: none"> <li>Firme en aménagement du territoire</li> </ul>	-	B À déterminer	-

## 2. ANALYSE DU POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS DE CABOTAGE ET DU TRANSPORT INTERMODAL À CHANDLER

---

Le chapitre qui suit vise trois objectifs complémentaires, soit :

- Évaluer le potentiel du port de Chandler à devenir un pivot dans les échanges maritimes avec les Îles-de-la-Madeleine et les autres marchés nord-américains;
- Mettre en contexte les impacts du développement des infrastructures intermodales sur le développement économique et industriel de Chandler;
- Mettre en perspective les impacts environnementaux que pourrait avoir le développement du cabotage et du transport intermodal, notamment en ce qui concerne l'émission des gaz à effet de serre.

### 2.1 Cabotage ou Transport maritime à courte distance (TMCD)

#### 2.1.1 Terminologie

Il apparaît important de bien établir dès le départ la terminologie utilisée pour définir les types de services qui concerne le concept de cabotage.

Dans la législation canadienne, le cabotage maritime est défini comme étant le transport de personnes, de marchandises ou l'exercice d'activités commerciales entre deux points situés au Canada. L'exemple le plus évident de ceci est le transport de passagers et/ou de marchandises entre Chandler et les Îles-de-la-Madeleine.

Le fait que l'objectif vise également à identifier le potentiel du transport maritime avec les autres marchés nord-américains suggère qu'il est préférable d'utiliser un autre terme que cabotage. Puisque le potentiel du port de Chandler peut dépasser les seules frontières du Canada et comprendre le transport maritime de produits entre la Gaspésie et la côte Est des États-Unis, il est préférable d'utiliser l'expression **Transport maritime à courte distance (TMCD)**, qui elle englobe à la fois les services de cabotage et les services transfrontaliers avec les autres pays nord-américains. Cette expression est maintenant adoptée par l'ensemble des intervenants maritimes, autant ici qu'ailleurs dans le monde, pour définir les services de transport maritime qui n'impliquent pas de trajet transocéanique.

En 2006, Innovation maritime a réalisé une étude portant sur le potentiel de développement du TMCD dans les ports du Saint-Laurent situés à l'est de la ville de Québec<sup>79</sup>.

---

<sup>79</sup> Innovation maritime, 2006.

Cette étude a révélé que le potentiel de développement du TMCD dans cette région émane de deux logiques distinctes :

- d'une part, les services desservant l'activité économique régionale et permettant de relier d'autres marchés continentaux;
- d'autre part, les services dédiés au transbordement.

Par transbordement, il faut comprendre un service dans lequel un port pivot est approvisionné en diverses marchandises par des grands navires océaniques. Ces marchandises sont ensuite distribuées dans des ports généralement de plus petite envergure par des navires plus petits. Pour illustrer cette stratégie, un parallèle peut être fait avec les réseaux internationaux de transport aérien où des compagnies aériennes adoptent des aéroports pivots à partir desquels des aéroports secondaires sont desservis. Cette stratégie implique évidemment une forte concentration des trafics et la capacité d'accueillir et traiter des volumes significatifs. Or, pour un port, se positionner dans un tel créneau demande des infrastructures et des caractéristiques physiques au-delà de celles généralement rencontrées dans la vaste majorité des ports existants dans l'est de l'Amérique du Nord. On pense par exemple à des ports pouvant accueillir des navires ayant un tirant d'eau dépassant les 13 m, des équipements de transbordement lourds et de vastes espaces d'entreposage.

Considérant l'infrastructure actuelle et la profondeur d'eau du port de Chandler, le potentiel de développement de services de TMCD basés sur une logique de transbordement est évalué comme étant non viable sans investissements majeurs s'élevant à des centaines de millions de dollars. L'analyse du potentiel du TMCD pour le port de Chandler préconisée ici se limite donc à la première logique, soit celle du service aux industriels et entreprises diverses de la région d'influence du port.

### 2.1.2 Méthodologie

L'analyse des opportunités concernant le transport maritime à courte de distance à Chandler a été abordée en considérant deux phases.

#### ***Phase 1***

La première consiste à analyser les trafics existants de marchandises et à évaluer dans quelle mesure ceux-ci peuvent être transférés des modes terrestres (rail et route) vers le maritime. Deux sources d'informations permettent de mieux comprendre la dynamique des transports dans le secteur de Chandler et en Gaspésie. Il s'agit de *L'Étude des flux de marchandises générés par les entreprises de la région administrative de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine* (CQLA 2000) et celle concernant *Les déplacements interurbains de véhicules lourds au Québec – Enquête sur le camionnage de 1999* (Transports Québec 2003). Bien que ces deux sources présentent des données datant de 1999, elles demeurent les plus récentes à ce sujet et elles

permettent de bien cerner les flux de marchandises générés par les entreprises de la Gaspésie. Pour refléter la situation en 2007, les trafics de 1999 ont été actualisés en tenant compte des principaux changements dans l'activité économique survenus depuis. Parallèlement, des contacts avec le Groupe G.D.S., Smurfit-Stone, les produits Gaspé Cured et E. Gagnon Ltée ont permis de valider un certain nombre d'éléments relatifs aux volumes reçus et expédiés.

### **Phase 2**

La deuxième phase consiste à analyser les services offerts par le Groupe CTMA afin de mieux comprendre comment ceux-ci peuvent être intégrés dans une logique de transport plus vaste où le port de Chandler peut apporter des solutions logistiques aux problématiques de transport des Îles-de-la-Madeleine.

Pour ce faire, Innovation maritime a contacté le Groupe CTMA afin de dresser un portrait des approvisionnements des Îles-de-la-Madeleine. Ces derniers exploitent non seulement les deux traversiers reliant les Îles-de-la-Madeleine au continent mais également une flotte de camions répondant aux besoins de transport de marchandises des madelinots. Ce portrait sert de base afin de distinguer deux types d'opportunités pour Chandler soit, le transport entre la Gaspésie et Montréal et l'Ontario et la possibilité de placer Chandler comme plaque tournante dans ces trafics.

#### 2.1.3 Analyse des flux de transport en Gaspésie

Les données de l'étude réalisée par le CQLA (2000) révèlent qu'environ 3 millions de tonnes ont été expédiées des entreprises de la région contre 2,7 millions de tonnes qui y sont entrées. Le tableau ci-dessous présente le détail de ces trafics selon la MRC d'origine ou de destination.

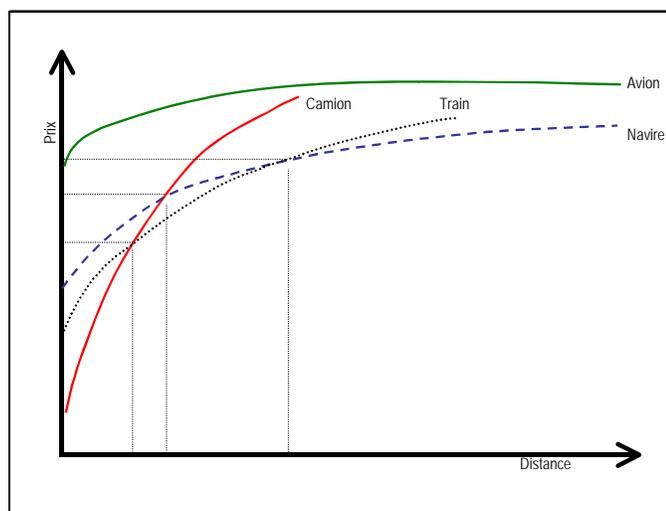
Tableau 2.1 Expéditions et réceptions de marchandises par les entreprises gaspésiennes en 1999 (k-tonnes).

MRC	Extrants	Intrants	Total
Avignon	296	247	543
Bonaventure	435	1 493	1 928
Côte-de-Gaspé	435	569	1 004
Haute-Gaspésie	259	252	511
Îles	1 569	100	1 669
Rocher-Percé	54	17	70
<b>Total</b>	<b>3 047</b>	<b>2 678</b>	<b>5 725</b>

Source : Innovation maritime, à partir de CQLA 2000

En principe, un éventuel service de TMCD empruntant le port de Chandler comme plate-forme logistique serait essentiellement dédié aux trafics ayant une origine ou une destination à l'extérieur de la Gaspésie. Cette affirmation s'explique surtout par le fait que l'utilisation du transport maritime pour rejoindre deux points à l'intérieur de la Gaspésie s'avère être une opération relativement complexe comparativement à la simple utilisation du transport routier. Par exemple, si l'entreprise n'est pas située directement à proximité du port, les marchandises devront être chargées à bord d'un camion. À moins d'avoir à traverser une étendue d'eau comme c'est le cas pour se rendre aux Îles-de-la-Madeleine, le processus de chargement des marchandises à bord d'un navire, ou même de la semi-remorque, est une opération qui élimine pratiquement tout avantage économique que pourrait avoir le transport maritime. Il faut aussi considérer les délais engendrés par le transbordement qui risquerait d'être supérieurs au transit des marchandises par la route. La figure 2.1 démontre que pour compenser le coût de chargement des différents modes de transport, il faut parcourir une certaine distance avant de bénéficier d'un avantage économique.

Figure 2.1 Distances économiques des modes de transport.



Source : Innovation maritime

Les données du tableau 2.1 doivent donc être épurées des trafics qui transitent entre une origine et une destination gaspésienne. Aussi, ces données comprennent les tonnages déjà transportés par voie maritime qui doivent également être retirés. Le tableau 2.2 présente donc les tonnages expédiés ou provenant de l'extérieur de la Gaspésie.

Tableau 2.2 Tonnages exportés et importés en Gaspésie par les entreprises gaspésiennes en 1999 (k-tonnes).

MRC	Extrants	Intrants	Total
Avignon	166	1	168
Bonaventure	354	702	1 055
Côte-de-Gaspé	178	76	254
Haute-Gaspésie	198	0	199
Îles	62	4	66
Rocher-Percé	50	11	61
<b>Total</b>	<b>1 008</b>	<b>795</b>	<b>1 802</b>

Source : Innovation maritime, à partir de CQLA 2000

Le tableau 2.3 reprend ces mêmes trafics mais selon le secteur d'activité qui les génère. On constate d'abord qu'en 1999, trois secteurs d'activité ont généré 96,5 % des tonnages identifiés au tableau 2.2. Il s'agissait des secteurs des pâtes et papiers, du sciage et celui des mines.

Tableau 2.3 Tonnages exportés et importés en Gaspésie par les entreprises gaspésiennes en 1999 (k-tonnes).

Secteur d'activité	Extrants	Intrants	Total
Pâtes et papiers	252	684	936
Sciage	617	0	617
Mines	120	68	188
Distribution	2	26	28
Alimentaire	7	10	17
Ciment	5	1	5
Manufacturier	2	3	5
Agricole	3	2	4
Autres	0	1	2
<b>Total</b>	<b>1 008</b>	<b>795</b>	<b>1 802</b>

Source : Innovation maritime, à partir de CQLA 2000

Depuis 1999, deux de ces trois secteurs ont subi des pertes considérables en termes de capacité de production. Pour avoir une idée plus précise des tonnages présentement reçus ou expédiés à partir de la Gaspésie, il est nécessaire de retirer ceux dont l'origine ou la destination était la fonderie de Noranda à Murdochville et les usines de pâtes et papiers de New Richmond et Chandler. Or, en retirant les tonnages associés à ces trois entreprises, le total du trafic généré par les entreprises de la Gaspésie et importés ou exportés à l'extérieur de la région en 1999 s'élève à 679 000 tonnes. De ce nombre, 94 % était exporté dont 91 % provenait de l'industrie du sciage.

Ceci énoncé, la capacité d'un port d'attirer des trafics dépend dans une large mesure de sa position relative dans une chaîne de transport et des avantages que celle-ci peut générer pour les utilisateurs. Entre autres, l'utilisation d'un port peut permettre de réduire la distance totale entre une origine et une destination. Lorsque cette réduction

est suffisante, les économies générées peuvent contrebalancer les coûts supplémentaires de transbordement dans les ports et l'option maritime devient alors la plus compétitive. Par exemple, une compagnie de la MRC de la Haute-Gaspésie préfèrera utiliser le traversier entre Matane et Godbout plutôt que de faire le tour par Québec si elle a besoin d'expédier des produits à Sept-Îles. L'option maritime peut aussi devenir avantageuse malgré le fait que la distance et les délais soient supérieurs à une option alternative. Ceci est surtout vrai lorsque la quantité de produits pouvant être chargée à bord d'un navire permet de générer des économies d'échelle suffisamment importantes pour contrebalancer les coûts supplémentaires de l'utilisation de l'option maritime. Dans ce cas, plusieurs variables telles que la capacité du navire, sa consommation en carburant, les distances et les temps de transbordement permettront de déterminer où et quand l'option maritime s'avère plus avantageuse. Les services offerts dans les installations portuaires peuvent aussi inciter les chargeurs à utiliser un port plutôt qu'une autre option. On pense ici à des services à valeur ajoutée tels que la transformation des marchandises, l'entreposage ou le dédouanement. On pourrait par exemple imaginer qu'un service de séchage du bois au port de Chandler permettrait d'attirer les industriels du sciage qui exportent vers les États-Unis. Une fois les planches coupées, elles pourraient être expédiées vers le port de Chandler où elles seraient séchées en fonction de la demande et des départs par navire vers la côte Est des États-Unis. Enfin, d'autres facteurs tels que la régularité et la fiabilité du service maritime jouent aussi dans le potentiel d'un port à s'insérer dans une chaîne de transport.

Concernant la localisation des séchoirs, le Groupe G.D.S. a positionné les siens à Matane. La proximité du chemin de fer, de la route et des usines de Grande-Vallée et Marsoui explique ce choix. Par ailleurs, le Groupe G.D.S. est présentement sous la protection de la Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies. Ils ont donc été forcés de fermer l'ensemble de leurs installations à l'exception de celles situées à Grande-Vallée et Marsoui.

Pour déterminer le potentiel du port de Chandler à attirer des marchandises exportées ou importées en Gaspésie, il est donc nécessaire de comparer les origines et les destinations de ces produits. Dans ce contexte, le tableau 2.4 présente, à partir des trafics du tableau 2.3 moins ceux de Mines Gaspé, de la Gaspésia et de Smurfit-Stone, les principales régions de destination pour les produits exportés de la Gaspésie suivant la MRC d'origine.

Tableau 2.4 Exportations gaspésiennes selon la MRC d'origine et la région de destination en 1999 (k-tonnes).

Destination	Avignon	Bonaventure	Côte-de-Gaspé	Haute-Gaspésie	Îles	Rocher-Percé	Total
Bas-Saint-Laurent	44	28	44	101		44	261
Nouveau-Brunswick	55	43	7	17	0	2	125
Ontario	33	47	0	5			85
Est du Québec	1		2	58		7	68
Québec (province)	33	7			0		39
Montréal	0	6	0	6	1	0	13
Québec	0	6	1	6	0	0	13
Îles-de-la-Madeleine					7	0	7
Outre-mer	0	2	0	5	0	0	7
Côte Est États-Unis	0	3	1	0	0	2	6
États-Unis	0	2	4				6
Baouce		5	0				5
Nouvelle-Écosse		0			1		1
Maritimes					0,5		0,5
Autres	0,0	0,1	0,1	0,3	0,0	0,4	0,9
<b>Total :</b>	<b>166</b>	<b>149</b>	<b>58</b>	<b>198</b>	<b>9</b>	<b>55</b>	<b>636</b>

Source : Innovation maritime, à partir de CQLA 2000

Dans le cas, des tonnages destinés au Bas-Saint-Laurent, les distances en cause sont considérées comme étant des freins majeurs pour leur éventuel transfert vers le maritime. Ceci est surtout le cas pour les tonnages quittant les MRC de Haute-Gaspésie, de la Côte-de-Gaspé et d'Avignon. Il est donc jugé improbable que ces tonnages soient détournés vers Chandler pour être chargés à bord d'un navire au lieu de quitter directement par la route vers leur destination bas-laurentienne. La presque totalité des tonnages expédiés de la Gaspésie vers le Bas-Saint-Laurent est composée de produits forestiers (planches et copeaux). Une quantité appréciable de ce bois est expédiée au Bas-Saint-Laurent pour être transformée, notamment séchée, et ultérieurement réexpédiée vers leur site de consommation. Puisque le déplacement de ces matériaux fait partie intégrante d'une chaîne d'approvisionnement et de production existante, il est encore moins probable que le port de Chandler puisse se positionner dans ces trafics.

À l'instar des tonnages destinés au Bas-Saint-Laurent, ceux qui quittent pour le Nouveau-Brunswick sont pour l'essentiel constitués de bois d'œuvre et de résidus de sciage. Au-delà de 44 % de ces tonnages quittent la MRC d'Avignon. Étant donné la proximité de cette MRC avec le Nouveau-Brunswick, il est peu probable que ces tonnages puissent être divergés vers Chandler avant d'être réexpédiés au sud. Il en va de même pour les tonnages ayant la MRC de Bonaventure comme origine. Pour ceux ayant la Haute-Gaspésie comme origine, les tonnages sont, selon toute vraisemblance, acheminés au Nouveau-Brunswick en passant d'abord par la route 299. Une fois arrivés à New-Richmond, il est plus logique de poursuivre par la route vers l'ouest pour atteindre le Nouveau-Brunswick plutôt que de se diriger vers Chandler. Dans cette optique, les 9 000 tonnes ayant pour origine les MRC de Côte-de-Gaspé et Rocher-Percé sont les plus susceptibles de représenter un potentiel pour le port de Chandler.

Les tonnages destinés en Ontario en 1999 étaient pour la plupart du bois d'œuvre transporté par rail. Le fait que ces tonnages soient expédiés à partir des MRC d'Avignon, de Bonaventure et de la Haute-Gaspésie incite à conclure qu'ils pourraient difficilement représenter un potentiel pour le port de Chandler. Parmi les tonnages restants, les plus susceptibles de représenter un potentiel pour le port de Chandler sont ceux ayant pour origine la MRC de Rocher-Percé. On pense ici surtout au tonnage ayant pour destination la côte Est des États-Unis. Dans ce cas précis, il s'agit surtout de poisson et fruits de mer expédiés par la route à bord de camions réfrigérés. La logistique entourant la distribution de poissons et fruits de mer compte beaucoup sur la rapidité et la fiabilité de l'acheminement. La rapidité est essentielle pour l'expédition de produits frais alors que la fiabilité l'est afin de maintenir la chaîne de froid.

Pour concurrencer l'option entièrement routière, un service maritime en partance de Chandler et desservant l'industrie de la transformation des produits marins devrait pouvoir offrir une fréquence élevée, des délais d'acheminement courts et des équipements spécialisés permettant le maintien de la chaîne de froid. À l'heure actuelle, de tels services n'existent que dans les lignes maritimes régulières. Or, les lignes maritimes régulières ne s'implantent que sous plusieurs conditions. On pense notamment à des volumes considérables et récurrents à l'année longue. Il est donc nécessaire d'avoir un trafic constant pour pouvoir justifier la mise en service d'un navire de ligne (de type porte-conteneurs ou roulier). La nature saisonnière des activités de transformation de produits marins en Gaspésie indique que le potentiel de ces trafics pour le port de Chandler est faible.

Pour les tonnages qui entrent en Gaspésie, environ 62 % provient du secteur de la distribution en gros et au détail. De cette quantité, 88 % arrive du Bas-Saint-Laurent (tableau 2.5). Pour les mêmes raisons que celles citées précédemment, il est irréaliste de penser que ces trafics en provenance du Bas-Saint-Laurent pourraient éventuellement circuler par le port de Chandler.

Tableau 2.5 Marchandises importées en Gaspésie selon la MRC de destination et le secteur d'activité en 1999 (tonnes).

Secteur d'activité	Bonaventure	Côte-de-Gaspé	Îles	Rocher-Percé	Avignon	Haute-Gaspésie	Total
Distribution	23 440	6	1 800	991	102		26 339
Alimentaire	104	7 329	1 141	710	120	114	9 519
Manufacturier	1 273	225	-	152	1 115	165	2 931
Agricole	1 950						1 950
Ciment	-	136	600	-		-	736
Construction		248	36	89	-		373
Ferblanterie		35	1	188		5	230
Imprimerie	85	9	0	113		3	210
Construction navale		23	33			154	209
Divers	91	-	2	0		-	92
Artisanat	44		1			-	45
Sciage	-					25	25
Chimique			11				11
Vente et services	9	0		-		-	9
Textiles	-	2		1			3
Mines							-
<b>Total</b>	<b>26 995</b>	<b>7 695</b>	<b>2 003</b>	<b>2 244</b>	<b>1 337</b>	<b>466</b>	<b>42 681</b>

Source : Innovation et Commerce, à partir de CCA 2000 3 625

Dans le cas des trafics générés par le secteur de la distribution, il est nécessaire de souligner que ceux-ci font partie de logiques particulières dans lesquelles les camions approvisionnent plusieurs municipalités. Chaque grande bannière présente en Gaspésie, qu'elle soit dans la distribution alimentaire, pétrolière ou pharmaceutique, adopte son propre réseau d'approvisionnement selon les contraintes et les stratégies émises par des bureaux centralisés dans les régions métropolitaines. Modifier la logistique d'approvisionnement de chaque groupe dans une perspective où le port de Chandler deviendrait un pivot à partir duquel la distribution pour la Gaspésie serait éclatée apparaît peu probable. Ceci s'explique notamment par le fait que les produits distribués ont soit une valeur ajoutée élevée, une durée de vie limitée (périssables) ou ils sont distribués en petite quantité. Dans tous les cas, les compagnies œuvrant dans le domaine de la distribution tendent à diminuer les inventaires pour des raisons de flexibilité du service et de réduction des coûts inhérents à la possession de biens. Elles sont donc peu intéressées par la multiplication d'entrepôts.

Les intrants du secteur alimentaire (excluant ceux en provenance du Bas-Saint-Laurent) sont surtout destinés aux entreprises de transformation et sont constitués d'ingrédients divers et de produits d'emballage. À l'instar du secteur de la distribution, les marchandises destinées au secteur alimentaire entrent en Gaspésie selon des logiques propres aux contraintes de production de chaque entreprise. La mise en place d'un centre de distribution au port de Chandler impliquerait donc la constitution d'inventaires qui risquerait d'augmenter sensiblement les coûts d'approvisionnement pour chacune des entreprises. Il faut aussi considérer que des opérations de manutention supplémentaires contribueraient également à la hausse des coûts d'approvisionnement. Pour ce qui est des autres secteurs d'activité qui importent des produits en Gaspésie, la diversité des produits et surtout, les quantités en cause incitent à tirer les mêmes conclusions.

Devant le fait que :

- les grandes chaînes tendent à conserver des inventaires minimum;
- le transport maritime nécessite un certain volume pour être économique;
- la Gaspésie n'est pas un marché générant un important trafic routier pour chacune des grandes chaînes.

Il reste comme option que les grandes chaînes regroupent leurs expéditions. Or, au niveau des stratégies d'entreprises, il est difficile de faire en sorte que les commerçants regroupent leurs expéditions puisque ces derniers opèrent dans un environnement hautement concurrentiel.

En ce qui concerne les données publiées par le ministère des Transports du Québec, on estime qu'environ 400 camions quittaient la Gaspésie sur une base hebdomadaire en 1999. Malheureusement, l'étude de Transports Québec ne permet pas de déterminer avec fiabilité la destination de ces camions. Les estimations fournies indiquent toutefois qu'environ la moitié est destinée au Bas-Saint-Laurent. Pour le reste, une trentaine quitte vers l'Ontario, 25 vers Montréal, 30 vers Québec et une quarantaine vers le Centre-du-Québec. Dans la mesure où les données publiées par Transports Québec ne permettent pas d'identifier les produits transportés et que la destination des camions ne peut être utilisée avec certitude, il est difficile de pouvoir estimer le potentiel de ces trafics pour le port de Chandler.

#### 2.1.4 Chandler : plaque tournante régionale en transport

À la lumière des informations soulevées précédemment, un certain nombre de constats peuvent être faits. D'abord, la diversité des entreprises et des produits implique des stratégies de distribution et d'approvisionnement fort différentes. Dans la majorité des cas, l'implantation d'un pivot logistique à partir du port de Chandler demanderait aux entreprises d'investir dans des inventaires supplémentaires, alors que la tendance est plutôt vers la réduction de ceux-ci et l'approvisionnement en juste-à-temps. Ensuite, une part considérable des intrants et des extrants proviennent du Bas-Saint-Laurent. Tel que mentionné auparavant, un service maritime entre la Gaspésie et sa région voisine n'est pas concurrentiel par rapport à l'option entièrement routière.

L'option la plus réaliste pour le port de Chandler qui désire développer ses activités réside dans sa capacité à répondre aux industriels de la région. Considérant l'importance de l'industrie forestière pour la Gaspésie et les volumes exportés chaque année, l'option la plus probable en matière de développement du TMCD se situe vraisemblablement à ce niveau. Selon l'étude réalisée par le CQLA en 2000, 357 000 tonnes de produits forestiers, essentiellement du bois d'œuvre et des résidus de sciage, ont été exportés de la région en 1999. Bien qu'une partie considérable du

bois d'œuvre exporté de la Gaspésie ait été expédié au Bas-Saint-Laurent, il est important de rappeler que cette région n'est pas la destination finale des produits puisqu'ils y subissent une transformation avant d'être à nouveau expédiés vers les marchés de consommation.

Tableau 2.6 Répartition par MRC de la capacité de coupe des scieries.

<b>Municipalité Régionale de Comté</b>	<b>Répartition (%)</b>
Avignon	12%
Bonaventure	43%
Côte-de-Gaspé	9%
Haute-Gaspésie	27%
Rocher-Percé	9%
<i>Total</i>	<i>100%</i>

Sources : Innovation maritime, ministère des Ressources naturelles et Faune

Pour qu'un service de TMCD soit concurrentiel par rapport à la route ou même le rail, le maillon maritime doit pouvoir générer des économies suffisamment importantes pour contrebalancer les dépenses additionnelles en matière de manutention. Ces économies augmentent avec la distance parcourue et la hausse des volumes concernés. En d'autres termes, plus la quantité et la distance sont élevés, plus le mode maritime devient concurrentiel. La localisation d'un port par rapport aux expéditeurs qu'il dessert est aussi un élément fondamental dans la compétitivité de l'option du TMCD. Le tableau 10 montre la répartition de la capacité de coupe des scieries par MRC. Ainsi, seulement 18 % de la capacité de coupe est à proximité de Chandler.

Les scieries situées sur la rive nord de la Gaspésie ou dans les MRC d'Avignon ou de Bonaventure ne percevront pas facilement l'avantage de détourner leur production vers Chandler pour les volumes destinés vers l'ouest. Suivant cette réflexion, un service de TMCD en partance du port de Chandler présente davantage de potentiel pour répondre à l'ensemble des scieries de la Gaspésie s'il s'adresse aux trafics destinés au sud. On pense ici plus particulièrement au nord-est des États-Unis.

#### 2.1.5 Évaluation des opportunités par secteur d'activité

Pour mieux identifier les opportunités de TMCD, Innovation maritime a contacté différents expéditeurs régionaux. Ces derniers, principalement actifs dans le domaine des produits forestiers et des pêches, représentent à première vue les clients qui pourraient s'intéresser à un tel service. En effet, la côte est américaine est un important marché pour ces industries. Considérant la distance à parcourir et que les infrastructures de transport terrestre ne sont pas idéales entre ces régions, il est dès lors possible d'estimer le potentiel pour un service de TMCD.

### 2.1.5.1 Les produits forestiers

Selon les données provisoires du Conseil de l'industrie forestière du Québec, la Gaspésie a produit 4,63 % du sciage québécois qui lui, se situait à 17 599 000 m<sup>3</sup> pour le résineux. Ce sont donc approximativement 814 834 m<sup>3</sup> de bois de sciage résineux qui ont été produits par les scieries gaspésiennes en 2005. La même source évalue que 14,8 % de la production de résineux québécois est exportée vers le nord-est des États-Unis. En posant l'hypothèse selon laquelle la production des scieries gaspésiennes est expédiée dans la même proportion vers les marchés de consommation, les volumes de bois de sciage gaspésien exportés vers le nord-est des États-Unis seraient de 120 595 m<sup>3</sup>. En prenant un poids approximatif de 405 kg par m<sup>3</sup> de bois<sup>80</sup>, les exportations gaspésiennes de bois de sciage résineux en 2005 s'élèveraient à 48 841 tonnes.

L'utilisation du transport routier est principalement vers le Québec. Quelques expéditions par voie ferroviaire se dirige vers l'Ontario tandis que c'est la presque totalité vers les États-Unis. En supposant qu'un service de TMCD dédié au bois d'œuvre entre le port de Chandler et le nord-est des États-Unis est capable d'accaparer au mieux 50 % des trafics, le potentiel pourrait être de 24 400 tonnes.

Temrex à Nouvelle et à Saint-Alphonse est un important joueur du domaine forestier en Gaspésie. La production annuelle des installations se situe autour de 13 millions de PMP par an et de 300 000 tma de copeaux et de sciures. En général, 40 % des expéditions de bois d'œuvre se font vers l'Ontario, autant vers le Québec et le 20 % restant vers les provinces maritimes. Les expéditions journalières se font autant par camion que par train. Malheureusement, le schéma actuel des marchés de Temrex n'inclut pas les États-Unis.

Malgré le fait qu'ils se trouvent sous la protection de la Loi sur les arrangements avec les créanciers, le Groupe G.D.S. demeure un important producteur de bois d'œuvre en Gaspésie. Aujourd'hui encore, le Groupe exploite deux usines, soit une à Grande-Vallée et l'autre à Marsoui. La crise vécue par le monde forestier les force à se concentrer sur la production de bois d'œuvre uniquement. Leurs principaux marchés sont l'Ontario, la Caroline du Nord et la Géorgie. La finition du bois brut se fait à Matane pour être ensuite réexpédié par rail ou par route.

Le Groupe G.D.S. expédie environ 10 wagons de bois d'œuvre par semaine aux États-Unis. Les délais de livraison varient entre 7 et 15 jours. Le Groupe G.D.S. est responsable du transport chez le client. En plus des wagons, environ 35 camions par semaine sont expédiés à partir de Matane, mais ces tonnages sont très instables et se

---

80 La densité basale moyenne des essences de sapin, d'épinette, de pin et de mélèze est de 405 kg par m<sup>3</sup>. Source : MRNF, 2006.

destinent principalement vers les marchés canadiens. Ainsi, en assumant des wagons de 85 tonnes, les expéditions du Groupe G.D.S. vers les États-Unis se chiffrent à environ 44 000 tonnes annuellement. Étant donné l'organisation actuelle de la logistique du Groupe G.D.S., il serait difficile d'envisager Chandler comme plaque tournante des expéditions du Groupe G.D.S. En effet, non seulement les infrastructures terrestres à Matane sont plus accessibles qu'à Chandler, mais en plus les séchoirs du Groupe y sont déjà installés. En fait, le Groupe G.D.S. est, et de loin, le principal exportateur de bois d'œuvre gaspésien vers les États-Unis.

Pour assurer la rentabilité de tous services de transport, il faut savoir également compter sur des trafics de retour. Or, la Gaspésie n'offre pas énormément de possibilité en ce sens. Effectivement, les approvisionnements des principales industries se font à partir des ressources naturelles régionales. En fait, le papier recyclé pourrait être une opportunité. Les données statistiques sur le commerce démontrent que 65 % des importations québécoises de ce produit proviennent des états limitrophes du Connecticut. Par ailleurs, l'usine de Smurfit-Stone de Matane utilise du papier recyclé dans son procédé de fabrication. La consommation annuelle de matières recyclables est d'environ 140 000 tonnes par an. Toutefois, 80 % des approvisionnements de Smurfit-Stone proviennent des régions de Toronto et de Montréal. Le papier recyclé constitue un trafic de retour privilégié autant pour les entreprises de transport que pour les papetières. En effet, le coût du transport de la matière recyclable représente entre 10 % et 20 % de sa valeur. Compte tenu que les régions urbaines consomment du papier presque autant qu'elles produisent des matières recyclables, l'origine de ces dernières va donc de pair avec les marchés pour les produits finis de la papetière.

Malheureusement, la logistique privilégiée par Smurfit-Stone pour les expéditions de produits finis et l'approvisionnement en papier à recycler ne favorise pas Chandler comme plaque tournante du transport régional.

#### 2.1.5.2 Les produits de la pêche

Les produits de la pêche peuvent également être envisagés comme potentiel pour Chandler compte tenu de la présence d'usines de transformation à Grande-Rivière et Sainte-Thérèse-de-Gaspé. Le consortium Gaspé Cured est chargé de commercialiser la morue séchée et salée ainsi que le hareng fumé produits par cinq différentes usines de la région. Ces derniers expédient environ 1 000 tonnes de produits vers les marchés américains, européens et antillais. Les expéditions continentales se font par camion en charges partielles. Gaspé Cured a alors recours à des transporteurs routiers qui consolident des expéditions. Les villes de New-York et Boston sont les principales destinations pour ces produits. Les ventes de hareng fumé se font tout au long de l'année alors que les ventes de la morue se font entre les mois de mai et février.

Bien que régulier, les relativement faibles volumes à être expédiés ne peuvent pas, à eux seuls, justifier la mise sur pied d'un service de TMCD. Il faut ainsi poursuivre l'analyse des expéditeurs potentiels.

L'usine de transformation de crabe des neiges à l'Anse-aux-Gascons n'a malheureusement pas rouvert ses portes à l'été 2006. La situation actuelle laisse également présager qu'elle n'ouvrira pas pour la saison de pêche 2007. Toutefois, l'usine E.Gagnon Ltée de Saint-Thérèse-de-Gaspé transforme environ 3 500 tonnes de crabes vivants par année. Ceci donne 2 100 tonnes de section de crabes congelés à expédier vers les marchés. Les opérations ont cours entre début mai et la mi-juin. La presque totalité de la production est vendue aux américains. Le produit se retrouve dans différents entrepôts réfrigérés : ceux de l'acheteur ou ceux des entrepôts publics en vue d'être réacheminé à destination. La multiplicité des destinations rend difficile la possibilité de concentrer les expéditions à un seul endroit. En effet, certaines ventes se font à Las Vegas autant qu'à New-York ou la Floride. En général, ce sont les grandes chaînes qui achètent le produit qui l'entreposent pour l'écouler durant le restant de l'année.

Or, une certaine quantité de produits transite par Montréal pour des raisons d'incertitude quant à la destination finale. De Montréal, il est facile de réexpédier vers la côte est autant que vers le Mid-West américain.

#### 2.1.6 Étude préliminaire de faisabilité de mise sur pied d'un lien maritime

En admettant qu'un service maritime entre Chandler et la côte est américaine, il faudrait que ce service ait comme destination un point central en termes de marché. Selon les données statistiques d'Industrie Canada, 25 % des exportations québécoises de bois se concentre autour du Connecticut. Le port de New Haven est choisi comme port de destination pour différentes raisons. En effet, ce dernier possède tous les équipements nécessaires au déchargement de produits forestiers en plus d'offrir des connections ferroviaires notamment avec le CN et le CP. Les frais portuaires exigés sont également inférieurs aux ports tels que New-York et Boston.

Les hypothèses sous-jacentes à un éventuel service de TMCD entre Chandler et New Haven sont présentées dans les tableaux qui suivent. En utilisant un coût du transport routier de 2,10<sup>81</sup> \$/km pour une semi-remorque plate-forme de 6 essieux, il en ressort un coût de transport de 2 730 \$ pour un voyage entre Chandler et New Haven. En assumant qu'en moyenne approximativement 30 000 PMP sont chargés sur la remorque, le poids du camion est donc d'environ 29 tonnes par voyage. Le coût/tonne du transport routier à destination (porte à porte) serait d'environ 92,70 \$/tonne.

---

81 Operating Cost of Trucks in Canada, 2005

Tableau 2.7 Coûts de transport routier entre Chandler et New Haven.

Distance	1 300 km
Temps de transport	0,6 jour
Coûts	2 730 \$
Quantité	29 tonnes
Coût/tonne	92,7 \$

Le coût du transport routier sert ensuite de base pour estimer quels sont les revenus possibles pour un transporteur maritime. Lorsqu'ils sont questionnés à propos d'un potentiel service de TMCD, les expéditeurs affirment souvent qu'ils envisageraient un changement modal si cela représente un escompte de 20 % par rapport au coût du transport routier. Le coût/tonne réaliste et disponible pour le transport maritime se limite donc à 74,20 \$ la tonne. En employant un petit cargo côtier d'une capacité de 1 000 tonnes, les revenus totaux pour l'armateur montent à 74 191 \$ par voyage. Mais est-ce suffisant, sachant que la distance à parcourir en navire est 50 % supérieure à celle qui doit être franchie en camion? Pour le vérifier, les hypothèses listées dans le tableau 2.8 suivant ont été utilisées pour déterminer le coût de voyage d'un navire entre Chandler et New Haven.

Tableau 2.8 Hypothèses de coûts du transport maritime.

Coût d'achat du navire	395 000
Taux de change (euro)	1,52
Taux de change (\$US)	1,18
Frais et réparations à l'achat	25% du coût d'achat
Durée de vie du navire	5 ans
Nombre de membres d'équipage	12 personnes
Salaire journalier moyen	200 \$ / jour
Consommation de carburant	3 500 litres MDO / jour
Prix du MDO	600 \$ US/tonne

Source : Innovation maritime, divers

Le résultat pour un voyage aller/retour en navire est estimé au tableau 2.9 à partir des hypothèses du tableau précédent.

Tableau 2.9 Estimations des coûts de voyage porte-à-porte.

<b>Poste</b>	<b>Montant</b>
<b>Préacheminement du bois</b>	6 897 \$
<b>Droits Chandler</b>	
Droits d'amarrage	96 \$
Droits de port	477 \$
Droits de quaiage	1 160 \$
Droits de transfert	290 \$
Droits de services à la navigation	160 \$
Droits de déglacage	709 \$
Arrimage Chandler	1 920 \$
<b>Coûts du navire</b>	
Frais de financement	8 777 \$
Main d'œuvre	24 560 \$
Carburant	20 287 \$
<b>Droits New Haven</b>	
Droits de port	149 \$
Arrimage New Haven	4 800 \$
<b>Postacheminement du bois</b>	6 897 \$
<b>Coût total</b>	<b>77 178 \$</b>
<b>Coût à la tonne</b>	<b>77 \$</b>

Source : Innovation maritime, divers

Dans un scénario basé sur un service de TMCD, le bois devrait dans un premier temps être acheminé au port de Chandler. D'une scierie à l'autre, le montant que représente un tel déplacement peut varier énormément. Pour les fins de l'exercice, celui-ci a été fixé de façon conservatrice à 200 \$ / chargement de 29 tonnes. Pour compléter un chargement complet de navire, 34,5 voyages seraient nécessaires, ce qui représente un total de 6 900\$. Les droits maritimes et portuaires à Chandler ont été calculés à partir des grilles tarifaires de Transports Canada et s'élèvent à 2 900 \$ par passage. Le montant attribuable à l'arrimage au port de Chandler est basé sur une équipe de 4 personnes (et machinerie) à 60 \$ / heure durant 8 heures. Une fois la marchandise rendue à New Haven, des frais portuaires et l'arrimage du bois doivent également être défrayés. Le port de New Haven, comme la plupart des ports de la côte Est états-unienne, compte sur une main-d'œuvre syndiquée. Dans ce contexte, le montant attribuable à la main-d'œuvre seulement pour le port de New Haven est basé sur l'embauche d'une équipe de 8 personnes à 600 \$ / heure durant un quart de travail. Le post acheminement du bois au client final a aussi été estimé de façon conservatrice à 200 \$ / chargement. Au total, on arrive donc à 77 \$ / tonne. Bien que ce montant soit inférieur à celui du transport entièrement routier, il est toutefois supérieur à celui du montant escompté généralement soulevé par les expéditeurs pour accepter un transfert modal qui implique des changements lourds dans la logistique des entreprises. Aussi, il faut ajouter que le montant de 2,10 \$/km utilisé pour calculer le coût du transport routier comprend une marge bénéficiaire de 10 % et une telle marge n'a pas été calculée pour le transport maritime.

Avec un temps de rotation de 10 jours, les expéditeurs gaspésiens ne bénéficieraient pas plus de la flexibilité offerte par le transport routier. Par contre, le temps de voyage correspond aux délais moyens enregistrés par le Groupe G.D.S. pour l'expédition par voie ferrée. Ce temps de rotation fait en sorte que 35 voyages maritimes seraient offerts annuellement. En considérant que la capacité du navire est de 1 000 tonnes, la capacité annuelle du service est donc de 35 000 tonnes. Ce tonnage représente 73 % de l'estimation de la production gaspésienne annuelle de bois d'œuvre. Une proportion jugée difficilement atteignable.

Au niveau des trafics de retour, le coût de transport terrestre du papier à recycler est d'environ 35 \$/tonne. En considérant un voyage maritime de 1 000 tonnes, les revenus supplémentaires générés sont de 28 000 \$ par voyage soit 80 % des coûts du transport terrestre. De ces revenus supplémentaires potentiels pour le service maritime, il faut déduire les frais de transport routier pour se rendre à l'usine de Matane. Ces frais pour couvrir les 350 km de route représentent facilement 15 \$/tonne. Il faut par ailleurs ajouter 7 \$/tonne pour les frais de transport routier pour se rendre à New Haven. Ainsi, les revenus supplémentaires générés par le trafic de retour au service maritime seraient d'environ 6 \$/tonne.

En termes de coûts, l'établissement d'un service maritime entre Chandler et le Connecticut ne semble pas impossible. Toutefois, de nombreux obstacles se posent pour la création d'un service maritime entre Chandler et la côte est états-unienne. En voici quelques uns :

- obligation d'utiliser un vieux navire pour démarrer le service avec les inconvénients inhérents;
- surcapacité du service maritime par rapport à la demande en transport de bois d'œuvre de la Gaspésie;
- absence de marchandises de retour vers Chandler provenant de la côte Est états-unienne et permettant de rentabiliser le service maritime;
- nécessite une réorganisation de la logistique du Groupe G.D.S. et des autres entreprises de sciage;
- nécessite une réorganisation de la logistique d'approvisionnement en matières recyclables pour l'usine de Smurfit-Stone de Matane;
- flexibilité de service maritime 10 fois inférieure à celle du transport routier et ferroviaire;
- délais d'acheminements vers les États-Unis équivalents à ceux du transport ferroviaire.

### 2.1.7 Profils logistiques du transport de marchandises entre le continent et les Îles-de-la-Madeleine

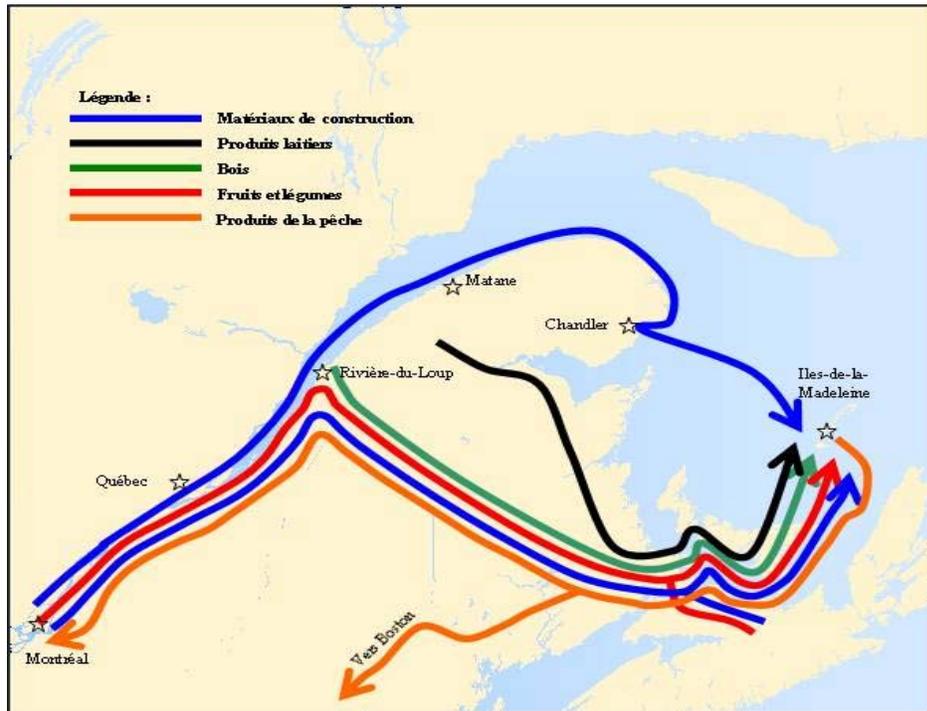
En Europe, où le développement de services de TMCD est le plus répandu, l'industrie maritime a largement adopté le navire roulier. Ces navires spécialisés dans le transport de matériel roulant chargent des semi-remorques accompagnées ou non. En utilisant ce type d'opération, une même semi-remorque peut être utilisée de l'établissement de l'expéditeur jusqu'aux installations de l'acheteur. Compte tenu que le port de Chandler dispose d'une rampe de transroulage, l'option du navire roulier est possible sans envisager des investissements majeurs en infrastructures.

De 1995 à 2004, environ 1,2 millions de tonnes de marchandises sont expédiées ou acheminées vers les Îles-de-la-Madeleine. La majeure partie du tonnage provient des expéditions de Mine Seleine aux Îles-de-la-Madeleine. En moyenne, environ 14 000 tonnes de marchandises diverses transitent au port de Cap-aux-Meules à chaque année. Ces tonnages n'incluent pas les remorques traversant entre l'Île du Prince-Édouard et les Îles-de-la-Madeleine. En effet, Statistique Canada ne comptabilise pas les données provenant des services de traversiers.

Afin de mieux comprendre l'organisation du transport des marchandises générales entre le continent et les Îles-de-la-Madeleine, des discussions ont été tenues avec le Groupe CTMA. L'entreprise est née dans les années quarante et est issue de la volonté du milieu des Îles-de-la-Madeleine de se doter d'un transporteur de confiance qui participerait activement au développement économique de la région. Aujourd'hui, ce transporteur exploite un traversier entre Cap-aux-Meules et Souris. Le traversier offre des départs journaliers et cesse ses activités durant les mois de février et mars. Le transporteur exploite également un service de croisières et de transport roulier durant 16 semaines entre Montréal, Chandler et les Îles-de-la-Madeleine. Durant les autres semaines, le Groupe CTMA exploite un navire roulier à partir de Matane uniquement. Le service de croisières et de transport roulier offre un départ par semaine uniquement mais il n'y a aucune interruption hivernale de service. Pour compléter les services en transport offerts aux insulaires, le Groupe CTMA exploite une flotte de camions et semi-remorques via sa filiale CTMA Express.

Dans ces grandes lignes, l'approvisionnement des Îles-de-la-Madeleine est représenté par le schéma suivant.

Figure 2.2 Flux de transport pour l’approvisionnement des Îles-de-la-Madeleine.



Sources : Innovation maritime, Groupe CTMA

Tout comme les produits laitiers, les approvisionnements en bois des insulaires proviennent majoritairement du Bas-Saint-Laurent. Ils sont par la suite transportés aux Îles-de-la-Madeleine via le traversier à l’Île du Prince-Édouard. Malgré la proximité de Chandler, la fréquence du service de traversier l’emporte sur ce dernier qui, pourtant, accueille des remorques.

Les fruits et légumes proviennent autant des provinces atlantiques que de la région de Montréal. Là encore, ils transitent majoritairement par le traversier, et ce pour les mêmes raisons de fréquence du service.

Quant aux viandes, ces dernières sont acheminées majoritairement à partir de fournisseurs des provinces atlantiques. Les matériaux de construction proviennent de différents endroits. Lorsqu’ils sont à proximité de Montréal, ces produits, non périssables sont alors transportés par le CTMA *Vacancier* lors du circuit croisière.

Donc, tant et aussi longtemps que le service de traversier est en exploitation, la majeure partie des marchandises destinées aux Îles-de-la-Madeleine y transite. Les produits périssables, peu importe leur lieu d’origine, passent également en majorité par l’Île du Prince-Édouard. En hiver, toutes les marchandises sont acheminées via Matane, unique lien maritime pour les mois de février et mars.

Les produits de la pêche sont les principales expéditions par camion des madelinots. Environ 70 % des produits de la pêche sont acheminés vers les marchés internationaux. Ces marchandises transitent d'abord par Boston via le service de traversier de l'Île du Prince-Édouard. Ces dernières années, le Groupe CTMA a noté une tendance à la baisse de la portion des expéditions des produits de la pêche vers Boston.

Le portrait du transport vers les Îles-de-la-Madeleine permet de constater que, dans l'ensemble, les marchandises sont transportées par la route et empruntent le traversier de l'Île du Prince-Édouard. En période hivernale, les camions sont alors redirigés vers Matane.

Par ailleurs, les camions sont en charge en direction des Îles-de-la-Madeleine. Donc, CTMA Express est à l'affût du trafic de retour autant vers l'Atlantique que vers la région montréalaise. C'est pourquoi ce dernier transporte régulièrement des pommes de terre de l'Île du Prince-Édouard vers les États-Unis.

Mais, pourquoi une minorité de marchandises passent par Chandler? Le bois et les produits laitiers provenant du Bas-Saint-Laurent ne pourraient-ils pas y transiter? L'explication provient de deux facteurs.

Le premier concerne l'insuffisance de la fréquence du service à partir de Chandler. Diriger les marchandises une journée par semaine pendant 16 semaines demande un aménagement complexe d'horaires pour les chauffeurs. Or, pour offrir un service de qualité, les transporteurs routiers doivent s'organiser de manière simple, efficace et flexible.

Compte tenu que le lien Matane – Îles-de-la-Madeleine est le seul qui persiste en hiver, ne serait-il pas plus avantageux de maintenir la liaison Chandler – Îles-de-la-Madeleine tout au long de l'année? Ainsi, le service maritime à partir du Québec serait Montréal – Chandler – Îles-de-la-Madeleine en mode croisière et transport de marchandises, pendant 16 semaines en été et par la suite Chandler – Îles-de-la-Madeleine en mode roulier uniquement. Le principal obstacle à la mise sur pied d'une telle solution réside dans le trajet routier à faire pour se rendre à Chandler au lieu de Matane. Montréal – Matane par la route se fait avec un seul chauffeur, en une journée. Les limites de temps de conduite sont fixés à 13 heures par jour. Le trajet Montréal – Chandler, avec ses 1 000 km, s'approche dangereusement des 13 heures de conduite maximum, surtout si l'on considère les nombreux ralentissements nécessaires à partir de Rivière-du-Loup. Les transporteurs routiers doivent donc prévoir un deuxième chauffeur pour s'assurer d'offrir le service, avec les coûts que cela implique.

Les possibilités restantes pour que Chandler se positionne comme plaque tournante du

transport maritime régional avec l'aide du service du Groupe CTMA se résume en deux points. Le premier est que les gens d'affaires gaspésiens doivent établir des liens commerciaux étroits avec ceux des Îles-de-la-Madeleine. Ainsi, à l'instar des liens du milieu d'affaires rimouskois avec ceux de la Basse-Côte-Nord via la desserte, ceux de la Gaspésie pourrait également tirer les avantages qu'offrent des départs de Chandler ou de Matane et ce, tout au long de l'année. Bien que la fréquence de service à partir de la Gaspésie soit 7 fois moindre que celle à partir de l'Île du Prince-Édouard, il n'en demeure pas moins qu'il est le seul lien régulier tout au long de l'année. En principe, les marchandises non saisonnières et non périssables seraient les premières à pouvoir intéresser les commerçants madelinots.

L'autre occasion concerne les expéditions entre la MRC du Rocher Percé et la région métropolitaine. Cette option maritime demeure valide uniquement durant 16 semaines durant la saison estivale. Or, selon l'horaire du Groupe CTMA, les départs se font le vendredi en après-midi et l'arrivée à Chandler est le samedi soir. Donc, la remorque est prête à être déchargée chez le client le lundi matin et devra être rechargée et prête à être réexpédié pour le mercredi matin. L'arrivée de la remorque à Montréal est le vendredi matin. Cette option apparaît réalisable d'un point de vue logistique.

En analysant l'aspect financier, le transport d'une remorque par le Groupe CTMA revient à 15,50 \$/pi, soit 821,50 \$ pour une remorque de 53 pieds. La distance à parcourir entre Montréal et Chandler est de 944 km. Le coût du transport routier varie entre 1,60 \$/km et 1,80 \$/km<sup>82</sup> en moyenne pour les trajets long courrier. Le coût pour le transport routier vers Chandler oscille entre 1 520 \$ et 1 710 \$. En incluant des frais de pré et post acheminement totalisant environ 100 \$, il reste une marge entre 700 \$ et 890 \$ pour la location de la remorque. Selon l'étude *Operating Costs of Trucks in Canada 2005*, l'équipement représente entre 34 % et 44 % des coûts d'opérations. Par ailleurs, la remorque compte pour environ 20 % du coût total de l'équipement. Donc, le coût d'usage d'une remorque ne devrait pas dépasser 0,16 \$/km. Pour le trajet maritime Montréal – Chandler, cela représente environ 150 \$ ce qui laisse une économie potentielle de 36 % comparativement au transport entièrement routier. Cette situation est plus qu'intéressante pour les expéditeurs.

D'un point de vue stratégique, est-ce que la saisonnalité du service Montréal – Chandler entrave les efforts pour développer ce potentiel? Concernant la saisonnalité, la Gaspésie est une région avec un fort achalandage touristique en période estivale. Cette situation, combinée aux travaux routiers, augmente sensiblement les ralentissements du trafic. Alors, malgré sa saisonnalité, le transport de remorque entre Montréal et Chandler offrirait ainsi une solution de rechange pour les transporteurs routiers et une économie substantielle pour les expéditeurs. D'un point de vue

---

82 *Operating Costs of Trucks in Canada 2005*.

organisationnel, Si le transporteur routier laisse sa remorque sur le navire, qui sera responsable du pré et post acheminement? À moins que le transporteur routier ait des chauffeurs disponibles à Chandler et à Montréal, il faut que ce dernier fasse des ententes avec des voituriers locaux.

Cependant, il demeure que les statistiques des trafics routiers entre la Gaspésie, la région métropolitaine et l'Ontario se limitent à 55 semi-remorques par semaine. Le potentiel en termes de volume d'affaires demeure limité à moins d'une dizaine de semi-remorques par voyage. C'est suffisant pour rentabiliser un service existant mais pas assez pour en justifier un nouveau.

#### 2.1.8 Mise en perspective des opportunités

La conjoncture actuelle concernant le secteur du bois et l'exploitation des ressources en Gaspésie limite les possibilités de développement à court terme du transport maritime sur courte distance (TMCD). Dans le contexte actuel, les volumes potentiels de marchandises et leurs origines – destinations constituent autant de facteurs de risque qui vont limiter la possibilité d'intéresser des promoteurs dans l'opération d'un tel service.

Cependant, la présence à Chandler du CTMA constitue assurément un élément clé dans le développement du transport de marchandises entre la Gaspésie et les Îles-de-la-Madeleine. Pour ce faire, la région doit entreprendre des mesures visant à tisser des liens d'affaires plus étroits avec les commerçants madelinots, notamment par la promotion de la production locale. Par ailleurs, le Groupe CTMA doit jouer un rôle moteur auprès des expéditeurs et des transporteurs routiers afin de promouvoir les avantages que représente l'usage du service maritime vers Montréal.

Le développement du TMCD sera également favorisé par le développement de l'arrière-pays industriel de Chandler et de l'ensemble de la région. À cet effet, le port de Chandler constitue assurément un élément fondamental de positionnement pour les entreprises, en leur permettant un accès plus efficient vers les marchés outre-mer et les marchés du sud des États-Unis. Sur la base de ces considérations la section qui suit cherchera à mettre en lumière les impacts que pourra avoir le transport maritime et le développement du transport intermodal sur le développement de l'activité commerciale et industrielle de Chandler.

## 2.2 Intermodalité des transports et développement industriel de Chandler

La MRC du Rocher-Percé et la Ville de Chandler ont été confrontés au cours des dernières années à une conjoncture difficile qui a affecté plusieurs secteurs de base de l'économie régionale. Pour faire face à cette situation, la Ville de Chandler et ses partenaires locaux et régionaux ont amorcé différentes démarches au cours des dernières années afin de dynamiser et diversifier l'activité économique, que ce soit par un appui au développement de l'entrepreneuriat et, surtout, par la mise en place d'infrastructures concurrentielles capables de favoriser les investissements extérieurs dans le développement des activités industrielles et commerciales.

Parmi les actions structurantes qui ont été entreprises, la Ville de Chandler vient de se doter d'un tout nouveau parc industriel sur son territoire, plus précisément dans le secteur de Pabos. Ce parc vient répondre à une contrainte majeure qui a pendant longtemps entravé les efforts de développement, c'est-à-dire le manque de terrains viabilisés en mesure de répondre adéquatement et rapidement aux besoins des promoteurs. Le nouveau parc est situé à 3,2 km du port de mer et couvre une superficie approximative de 17 M pi<sup>2</sup>. Le site longe la voie ferrée principale et est directement accessible à partir de la route 132. Le site est également desservi par les réseaux d'aqueduc, d'égout domestique et d'égout pluvial.

Dans le but de poursuivre les efforts de développement et de diversification, l'un des enjeux majeurs à considérer est l'efficacité et l'intermodalité des moyens de transport. Dans un contexte où la mondialisation des marchés constitue plus que jamais un facteur de premier plan du développement économique, il est clair que la MRC du Rocher-Percé et la Ville de Chandler doivent assurer l'optimisation des infrastructures actuelles. Cette ouverture vers les marchés extérieurs est d'autant plus importante si on tient compte de l'éloignement relatif de Chandler par rapport aux marchés de masse de Montréal et Québec.

Les organismes socioéconomiques régionaux ont défini certains créneaux de développement industriel qui doivent être privilégiés pour assurer la croissance économique dans la région de Chandler. Les créneaux prioritaires par les intervenants de la Ville de Chandler, de la SADC du Rocher-Percé, du CLD du Rocher-Percé et de la MRC du Rocher-Percé sont les suivants :

- L'industrie forestière;
- L'industrie éolienne.

### 2.2.1 Industrie forestière

La ressource forestière de la MRC du Rocher-Percé couvre une superficie de 2 955 km<sup>2</sup>, subdivisée en terres publiques (78 %) et terres privées (22 %). La région de Chandler compte notamment sur une quantité appréciable de feuillus durs, autant sur les terres publiques que privées. La proximité de la forêt publique ainsi que le réseau étendu de chemins de halage permettent également de réduire les coûts de transport des entreprises actives dans le secteur. En outre, des études réalisées au cours des dernières années ont démontré plus particulièrement que la région de Chandler constitue un endroit stratégique pour l'établissement de projets de transformation de feuillus durs.

Le « Plan d'action suite à la réduction de 20 % de la possibilité forestière (SEPM) », réalisé en 2005 par la Conférence régionale des élus (CRÉ) de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, a présenté 11 mesures pour répondre à la crise du secteur forestier dans la région. Une de ces mesures porte spécifiquement sur la transformation des bois feuillus. Son objectif est de mettre en place les conditions permettant de consolider la capacité de transformation des usines actuelles en favorisant leur reconversion ou leur utilisation optimale et pour implanter une nouvelle usine de transformation de bois feuillus dans le secteur de la Ville de Chandler (CRÉ, 2005).

Par ailleurs, le rapport Genest, déposé au mois de septembre 2006, a permis de caractériser les forces et faiblesses de l'industrie forestière en Gaspésie et d'identifier les voies d'avenir (Rapport Genest, 2006). L'absence d'industriels dans le feuillu est une des principales faiblesses identifiées dans le rapport. En effet, cette absence fait en sorte qu'une quantité importante de cette essence n'est pas récoltée. De plus, comme une partie des approvisionnements en résineux est enclavée dans du feuillu, un impact négatif est ressenti chez les scieurs de résineux. Pour faire en sorte de favoriser à long terme l'industrie forestière gaspésienne, le rapport conseille d'axer la production sur des sous-produits à potentiel élevé, dont les bioproduits, les granules, les buchettes et d'autres produits connexes.

Le rapport Genest indique entre autres que, pour maximiser les chances de réussite, le soutien du milieu et des gouvernements est essentiel, que la ligne de chemin de fer soit utilisée, que les feuillus devront être transformés à 100 % et que des subventions au transport devront être offertes. Des critères de choix d'emplacement pour des industriels sont également identifiés dans le rapport, soit la viabilité économique, la proximité des matières premières, la proximité des marchés, la spécialisation, l'utilisation à 100 % du feuillu, la possibilité de projets de 2e et 3e transformations et l'efficacité des usines. Sur la base de ces critères, la Ville de Chandler a été identifiée comme ayant le plus de potentiel pour l'implantation d'une usine dans la transformation de sous-produits, spécialisée dans les feuillus sciabls et les billons.

Enfin, suite à la crise forestière, un Comité Forêt, regroupant l'ensemble des entreprises et intervenants impliqués (transport, coupe, aménagement, producteur de bois privé, élus municipaux, président CLD/SADC, travailleurs en usine, Emploi Québec, etc.) a été formé pour mieux comprendre les diverses problématiques vécues par les entreprises et les travailleurs. Les trois objectifs de ce comité sont de revendiquer auprès des organismes gouvernementaux 200 000 m<sup>3</sup> de résineux pour l'usine de sciage de Grande-Rivière, de supporter l'implantation d'un complexe intégré d'utilisation maximale du bois feuillu à Chandler et de supporter les diverses entreprises (coupe, transport, aménagement) et les travailleurs de ce secteur pour garder les effectifs lors de la reprise des activités.

Compte tenu de la volonté politique démontrée par les différents paliers gouvernementaux, ainsi que des efforts déployés par les intervenants du milieu pour trouver des pistes de solutions aux problèmes de l'industrie forestière en Gaspésie, il apparaît que le développement de projets de transformation de feuillus durs est porteur pour la région de Chandler.

### 2.2.2 Industrie éolienne

La Ville de Chandler désire se positionner dans le secteur émergent des technologies vertes et, plus particulièrement, dans le développement des composantes d'éoliennes (tours, pales, nacelles, etc.). L'ensemble des organismes de développement économique travaillent d'ailleurs de concert pour attirer des entreprises dans ce secteur sur le territoire de Chandler.

Chandler peut profiter des programmes développés par les gouvernements fédéral et provincial pour encourager le développement de l'industrie éolienne. En effet, afin de stimuler l'essor de cette industrie, les deux paliers de gouvernements ont instauré des programmes d'encouragement à la production d'énergie éolienne, dont un qui épaulé financièrement les promoteurs de parcs éoliens sur une période de 10 ans en leur allouant un crédit de 10 \$ par MW. À l'échelle canadienne, pour la période 2002-2010, les appels d'offres pour la production d'énergie totalisent plus de 10 000 MW, alors que la taille moyenne des projets varie de 25 à 100 MW. Enfin, une étude publiée en mars 2007 par Emerging Energy Research (Emerging Energy Research, 2004) prévoit une croissance annuelle moyenne de 1 400 MW par année au Canada, ainsi que des investissements totaux de 18 G\$ jusqu'en 2015.

Dans le cadre du Programme ACCORD, l'industrie éolienne a été identifiée comme un créneau de développement par le gouvernement du Québec pour la région de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine. Le créneau comprend toute la chaîne des activités reliées à l'émergence de l'industrie éolienne, soit la fabrication des équipements liés à

la mesure des vents, la production des diverses composantes d'éoliennes (tours, pales, nacelles), l'assemblage, l'installation des éoliennes ainsi que l'expertise dans la gestion des parcs éoliens en milieu nordique (MDEIE, 2007).

Enfin, le rapport 2007 de planification pluriannuelle de la SADC du Rocher-Percé signale que l'émergence de l'industrie éolienne devrait permettre à la région de compenser pour la décroissance de l'industrie manufacturière (SADC, 2007). Le rapport énumère également les facteurs positifs qui devraient favoriser le développement du secteur éolien à Chandler, soit le contenu gaspésien dans les appels d'offres d'Hydro-Québec, la subvention du gouvernement fédéral s'élevant à 1 cent du KW, la présence du TechnoCentre éolien (TCE) dans la région, la présence d'un centre de formation de la main-d'œuvre spécialisé en éolien au Cégep de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, ainsi que la présence de parcs éoliens sur le territoire gaspésien. Toutefois, le rapport annuel de la SADC note également que les lacunes dans le réseau de transport gaspésien, notamment dans les secteurs routiers, ferroviaires et maritimes, limitent le développement de l'industrie éolienne à Chandler.

### 2.2.3 Projets industriels

Plusieurs projets industriels pourraient se concrétiser au cours des prochains mois et années à Chandler dans les créneaux de développement identifiés ci-dessus. Cette section vise à présenter quatre projets industriels qui ont le potentiel de se réaliser à court terme, soit les projets des entreprises Bois BSL, AAER Inc. et Fibre CNC (projet EKUA).

#### 2.2.3.1 Bois BSL

Le Groupe Bois BSL compte sept usines dans l'est québécois, dont trois en Gaspésie (Matane, Mont-Joli et Les Méchins). L'entreprise, qui emploie actuellement près de 300 employés, est active dans plusieurs secteurs d'activité de l'industrie forestière. En plus d'être spécialisée dans la fabrication de planchers de bois franc, l'entreprise fabrique des produits de chauffage à valeur ajoutée, ainsi qu'une gamme de produits complémentaires.

Le Groupe Bois BSL a annoncé, au mois d'août 2006, son intérêt de participer au développement d'un projet de complexe industriel et énergétique à partir de la valorisation des feuillus durs de la Gaspésie à Chandler.

Le complexe serait situé dans le parc industriel de la municipalité et comprendrait a priori deux types de production :

- Une unité de débitage optimisé qui transformerait des billes de bois ayant au minimum 3 pieds de longueur et 4 pouces et demi de diamètre. Une unité de séchage des sous-produits serait également intégrée à l'unité de débitage. Dans la première phase de développement du complexe, ces bois sciés seraient acheminés aux usines de Matane, Mont-Joli et Les Méchins pour la production de planchers de bois franc;
- Une unité de production de bûches énergétiques, qui produirait des bûches énergétiques haute performance SMARTLOG. Ce produit serait fabriqué à partir de la sciure générée par l'usine de débitage optimisé.

Enfin, 10 % du bois de plus haute qualité, coupé dans la région de Chandler pour approvisionner les installations de Bois BSL, sera conservé pour favoriser le développement de produits de 2e et 3e transformations. Dans ce contexte, la réalisation du projet de complexe énergétique pourrait servir de levier au développement de l'industrie forestière, particulièrement des projets de transformation de feuillus durs, tel que voulu par les organismes socioéconomiques. Des producteurs d'unités de granules de bois destinées à la cogénération pourraient notamment être intéressés à s'installer à Chandler. Le marché européen est particulièrement intéressant pour ce type de production.

Tel que défini dans la description du projet, les billes de bois produites par l'usine de débitage optimisée viseront à alimenter les autres usines de Bois BSL au Bas-Saint-Laurent et en Gaspésie. De ces usines, les planchers de bois franc sont acheminés aux différents points de vente au Québec, au Canada et aux États-Unis. Pour ce qui est des bûches énergétiques, en plus des marchés québécois et canadien, un distributeur de produits du bois situé à Baltimore au Maryland, Atlantic Forest Products, est chargé de l'approvisionnement de la côte est américaine.

La proximité du port de Chandler avec le parc industriel permettra l'acheminement par barge des planches de bois séchées pour la fabrication des planchers de bois franc et des bûches aux ports situés à proximité des autres installations de Bois BSL à Matane, Mont-Joli et Les Méchins. En outre, les marchés québécois, canadien et américain seront desservis à partir du transport par camion et par train, alors que le marché européen, particulièrement pour les bûches énergétiques, le sera à partir du transport maritime.

### 2.2.3.2 AAER

L'entreprise AAER Inc. est un manufacturier nord-américain d'éoliennes de forte puissance allant jusqu'à 2 MW. Son siège social est situé à Bromont au Québec. Le projet de l'entreprise à Chandler est conditionnel à l'obtention d'un contrat avec Hydro-Québec dans le cadre de l'appel d'offres de 2 000 MW d'énergie éolienne.

AAER a signé un protocole d'entente avec TransCanada Energy pour la fourniture potentielle d'éoliennes dans le cadre de l'appel d'offres d'Hydro-Québec. TransCanada a soumis dix projets dans le cadre de cet appel d'offres.

Dans ce contexte, au mois d'août 2007, AAER a signé des ententes avec la Ville de Chandler et la Ville de Sainte-Anne-des-Monts pour remplir les conditions de contenu régional dans le cadre de l'appel d'offres d'Hydro-Québec. AAER prévoit fabriquer des pales et des moyeux à Chandler (Radio-Canada, 2007). L'entreprise a réservé 1 M de pieds carrés dans le parc industriel de Chandler pour construire un édifice neuf de 40 000 pieds carrés. Selon la portion des 2 000 MW que l'entreprise décrochera, plus de 20 M\$ pourraient être investis à Chandler, alors que 170 nouveaux emplois pourraient être créés (Le Soleil, 2007).

AAER compte concentrer ses activités à court terme sur les projets sur terre (« onshore ») de moins de 50 MW en Amérique du Nord. La localisation des installations de production au Québec pour fournir le marché nord-américain représente un net avantage par rapport aux concurrents européens. En outre, la plupart des parcs éoliens prévus au cours des prochaines années en Amérique du Nord seront sur terre, étant donné les grands espaces disponibles et la faible densité de population. Le positionnement d'AAER au Québec permet également des économies en coûts de transport, tout en rendant plus facile le service après-vente et l'entretien des éoliennes.

### 2.2.3.3 Fibre CNC

Fibre CNC est une entreprise basée à Saint-Charles-sur-Richelieu qui est spécialisée dans la production de pièces en matériaux composites. Fibre CNC est présentement active dans la recherche et développement pour le compte de compagnies actives au niveau international. L'entreprise se démarque par l'expertise qu'elle a développée dans la fabrication de matériaux composites.

Le projet de Fibre CNC à Chandler consiste à mettre en place une usine qui fabriquerait des composantes d'éoliennes et d'autres pièces en production de masse. Jusqu'à présent, les installations de Fibre CNC en Montérégie ne permettaient pas d'effectuer la production de masse des échantillons développés. L'établissement d'une usine à Chandler permettra à Fibre CNC d'offrir à ses clients, en plus des activités de

recherche et développement, une chaîne de production de masse.

En outre, Fibre CNC fait partie du consortium EKUA. Ce consortium de PME québécoises vise la construction de composantes d'éoliennes d'un peu moins de 1 MW en utilisant exclusivement le train pour le transport de ses modules. L'usine de Chandler de Fibre CNC fabriquerait des produits pour le consortium.

Les contrats accordés à l'usine de Chandler proviendront, a priori, des clients actuels de Fibre CNC. En outre, le développement de l'industrie éolienne en Gaspésie, et plus particulièrement à Chandler, apportera également des opportunités de marché non négligeables.

#### 2.2.3.4 Les opportunités ratées

Depuis 2005, la Corporation de développement économique (CDÉ) de Chandler travaille à la prospection de nouvelles entreprises au niveau international. Des partenariats, des alliances stratégiques ainsi que des réseaux ont été mis en place. Toutefois, cet exercice n'a pas permis, jusqu'à présent, d'attirer des entreprises à Chandler. En fait, le processus a permis de constater les déficiences en termes d'infrastructures de transport à Chandler.

En effet, plus d'une trentaine d'entreprises ont visité la ville de Chandler au cours des dernières années dans le cadre du programme de prospection de la CDÉ. Cinq à six d'entre elles ont sérieusement évalué la possibilité d'installer une usine sur le territoire, dont la compagnie allemande Schaff Industries AG, spécialisée dans la fabrication de tours d'éoliennes, et la compagnie française Biocydex, spécialisée dans le développement de procédés et de produits dans le domaine de la santé. Ces deux projets à eux seuls auraient eu un potentiel de création de plus de 150 emplois. Toutefois, les déficits d'infrastructures, entre autres par rapport aux modes de transport et à la disponibilité d'édifices industriels, ont empêché la réalisation de ces projets.

#### 2.2.4 Mise en perspective des opportunités

Le port de Chandler et le développement des facilités de transport intermodal sont au cœur même du processus de développement économique et industriel de Chandler. Plusieurs projets concrets de développement dans les secteurs prioritaires que sont l'industrie forestière et l'industrie éolienne sont tributaires du transport maritime et intermodal.

À moyen terme, les nouveaux trafics générés par le développement industriel régional pourront servir davantage de levier au développement des activités de TMCD.

## 2.3 Calcul de réduction des gaz à effet de serre

### 2.3.1 Méthodologie

Diverses méthodes de calcul sont disponibles pour calculer les émissions de GES des divers modes de transport. La méthode à utiliser dépend des informations disponibles (distance, tonnage, type de moteur, consommation réelle de carburant, etc.). Dans le cadre de la présente étude, la méthode retenue se base sur les données de tonne-kilomètres de marchandises transportées. Cette méthode est particulièrement efficace pour comparer des scénarios et des modes de transport entre eux. Elle calcule les émissions de GES en se basant sur la consommation moyenne de carburant (par tonne-kilomètre) des divers équipements de transport utilisés pour chacun des modes de transport. Aucune distinction n'est faite entre les divers types de camion, les différents navires, ni entre les navires de taille distincte. Cette méthode donne un aperçu général des émissions et ne constitue en aucun cas une donnée précise d'émission d'un équipement de transport en particulier. De telles données ne peuvent être obtenues qu'en connaissant la consommation réelle de carburant et les équipements à bord permettant le traitement des émissions.

Dans le cadre de la présente étude, les données relatives aux besoins énergétiques, à la consommation de carburant et aux émissions de GES des modes de transport routier et maritime proviennent du document *Émissions de gaz à effet de serre des options de transport des personnes et des marchandises*<sup>83</sup>, produit par Hydro-Québec. Ce document a été réalisé à partir des informations de consommation et d'émission de GES provenant, entre autres, des organismes et ministères suivants :

- Intergovernmental Panel on Climate Change;
- US Department of Energy;
- Ministère des Transports du Québec;
- Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (France);
- Table canadienne des transports et du changement climatique.

Les données de références sont présentées au tableau 2.10.

---

83 Hydro-Québec (2006) *Émissions de gaz à effet de serre des options de transport des personnes et des marchandises*. Direction de l'environnement. 7 pages.  
[www.hydroquebec.com/developpementdurable/documentation/pdf/transport\\_fr\\_2006.pdf](http://www.hydroquebec.com/developpementdurable/documentation/pdf/transport_fr_2006.pdf)

Tableau 2.10 Consommation d'énergie et émissions de CO<sub>2</sub> des modes de transports routiers et maritimes.

Mode de transport	Camions diesels (lourd)	Navire
Consommation (kJ/tonne · km)	600-1000	280-400
Source d'énergie	Diesel	Mazout
Émissions directes (g CO <sub>2</sub> /tonne · km)		
Données d'Hydro-Québec	42-71	Moins de 14
Données retenues	42	14

Source : Hydro-Québec

### 2.3.2 Scénarios

Les émissions de CO<sub>2</sub> de deux scénarios de transport ont été estimées dans la cadre de la présente étude, soit le scénario de transport de produits forestiers entre Chandler et New Haven et le scénario d'augmentation des volumes entre Chandler et les Îles-de-la-Madeleine à partir de marchandises provenant de Montréal.

Les calculs des émissions de CO<sub>2</sub> ont été faits à partir des données de trafic présentées au tableau 2.11.

Il est à noter que, puisque le service Montréal-Chandler existe actuellement et que CTMA offre ce service peut importe si le navire est rempli à capacité ou non, la charge additionnelle considérée dans le cadre de cette étude se calcule en nombre de remorques. Ainsi, les émissions de CO<sub>2</sub> calculées représentent le nombre de tonnes de CO<sub>2</sub> que génèrerait l'ajout de chaque remorque sur le navire.

Tableau 2.11 Données de trafic pour le calcul des émissions de CO<sub>2</sub> pour les scénarios étudiés.

	Montréal - Chandler	Chandler - New Haven
<b>Routier</b>		
Distance km (aller-retour)	1 876	2 620
Tonnage	22	29
Nombre de voyage	16	35
<b>Maritime</b>		
Distance km (aller-retour)	1 978	3 660
Tonnage	22	1 000
Nombre de voyage	16	1

Le tableau 2.12 présente les résultats des calculs des émissions de CO<sub>2</sub> des deux scénarios étudiés.

Tableau 2.12 Émissions de CO<sub>2</sub> attribuées aux modes de transport routier et maritime pour les scénarios étudiés.

	Montréal - Chandler	Chandler - New Haven
<b>Routier</b>		
Distance km (aller-retour)	1 876	2 620
Tonnage	22	29
Facteur d'émission de CO <sub>2</sub> (g/tonnes* km)	42	42
Total par voyage (tonnes de CO <sub>2</sub> )	1,73	3,19
Nombre de voyage	16	35
<b>Total</b>	<b>27,73</b>	<b>111,69</b>
<b>Maritime</b>		
Distance km (aller-retour)	1 978	3 660
Tonnage	22	1 000
Facteur d'émission de CO <sub>2</sub> (g/tonnes* km)	14	14
Total par voyage (tonnes de CO <sub>2</sub> )	0,61	51,24
Nombre de voyage	16	1
<b>Total</b>	<b>9,75</b>	<b>51,24</b>

Le transfert du routier vers le maritime pour le transport de 1000 tonnes de produits forestiers entre Chandler et New Haven, et le retour d'une quantité équivalente de papier recyclé, permettraient de réduire annuellement de 60,45 tonnes les émissions de CO<sub>2</sub>, soit une réduction de 54 %.

En ce qui concerne le scénario Montréal – Chandler, le retrait de la route de chaque remorque, et son transfert vers le service maritime actuellement offert par CTMA, permettrait de réduire de 1,12 tonne par voyage de remorque, les émissions de CO<sub>2</sub>. Pour la période de 16 semaines au cours de laquelle le service est offert, chaque remorque permettrait de réduire de 18 tonnes les émissions CO<sub>2</sub>, soit une réduction de 65 %.

#### 2.4 Calcul de réduction des coûts d'entretien routier

Le ministère des Transport du Québec a estimé la réduction des coûts d'entretien de la route suite au transfert des remorques transportant le copeau de Kruger entre Forestville et Trois-Rivières. Au total, c'est 9 000 voyages de remorque en moins sur un trajet d'environ 440 km. Les économies réalisées en termes d'entretien routier seulement se totalisent ainsi à 350 000 \$ pour le ministère des Transports. Ceci représente donc une économie moyenne de 4,4 ¢ par remorque – kilomètre parcouru.

Ces résultats tiennent compte du type de route sur laquelle le trajet a lieu et des coûts d'entretien du ministère des Transports pour les segments de routes concernés. En assumant que le type de route et que les coûts d'entretien soient équivalents à ceux pour les trajets à partir de Chandler, on peut ainsi estimer des économies de 82,90 \$ par voyage de remorque pour le trajet aller/retour entre Chandler et Montréal. En assumant une (1) remorque par voyage aller/retour durant la saison, les économies

potentielles pour le ministère des Transports seraient de 1 326 \$ par année.

Dans le cas du scénario vers le Connecticut, les économies pour le Québec se limitent au trajet entre Pointe-à-la-Croix et Chandler, soit sur une distance de 200 km. Ainsi, les économies seraient d'environ 17,60 \$ par remorque. Les économies engendrées pour l'équivalent d'un voyage de navire seraient de 616 \$. Si un total de 35 000 tonnes de produits forestier se retire de la route, les économies annuelles pour le Québec sont estimées à 21 560 \$ par an.

Dans tout les cas, les réductions de coûts d'entretien ne représentent pas des sommes importantes relativement aux coûts du transport routier ou maritime. En résumé, bien qu'intéressantes et conservatrices, ces estimations ne permettent pas de démontrer d'économies substantielles en entretien routier. Malheureusement, ces économies ne constituent pas à elles seules un argumentaire démontrant aux autorités gouvernementales l'importance de la mise sur pied d'un service de TMCD entre Chandler et la côte américaine.

### 3. ANALYSE DE L'ÉTAT DES INFRASTRUCTURES PORTUAIRES

---

#### 3.1 État actuel des infrastructures portuaires

Le port de Chandler possède le statut de port régional. Il est sous la juridiction de Transport Canada. Il est constitué d'un brise-lames et d'un quai possédant une longueur totale d'environ 600 m. Il est orienté de manière à assurer une protection contre les vents de tempêtes provenant de l'est et de l'est-sud-est. Il offre ainsi une protection pour la baie ainsi que pour les propriétés riveraines. Il est accessible douze mois par année avec l'aide occasionnelle d'un brise-glace. Il possède un bassin de manœuvre pour les navires (Transport Canada 2007). Le tableau 3.1 synthétise ses caractéristiques physiques.

Tableau 3.1 Synthèse des caractéristiques physiques du port de Chandler

Numéro du poste à quai	Longueur du poste d'accostage	Profondeur du poste d'accostage	Capacité portante de l'aire de chargement
1	150,0 m	9,0 m	50,0 Kpa

Source : Transport Canada (2007)

Le brise-lames est essentiellement constitué de six caissons perforés en béton entourés d'une digue en enrochement protégée par une carapace de tétrapodes sur son tronc et son musoir. Le quai possède une profondeur d'eau de 9 à 10 m par rapport au niveau de basse mer. La surface carrossable du quai et de son approche est constituée d'une dalle de béton (Roche 2001).

Les principales infrastructures en place sont les suivantes :

- une voie ferrée se dédoublant près de la jonction entre l'approche et le quai;
- un pipeline d'huile de 600 mm de diamètre situé du côté est du quai;
- un caniveau d'une hauteur de 1,2 m et d'une largeur de 0,9 m, isolé et chauffé, pour l'alimentation en eau des navires;
- un rideau de palplanches d'une hauteur de 1,2 à 1,5 m visant à protéger le caniveau sur une distance d'environ 60 m, à proximité de la jonction entre l'approche et le quai;
- un réseau électrique pour l'éclairage et l'alimentation sur le quai.

En ce qui a trait à l'espace d'opération disponible, le quai fait une largeur de 18 m. Les services disponibles comprennent l'eau potable, le carburant, la présence de débardeurs ainsi que la possibilité d'effectuer des approvisionnements en nourriture et d'effectuer des réparations mineures. La capacité d'entreposage extérieure est estimée à 8 400 m<sup>2</sup>, à la suite de la réalisation de quelques travaux d'aménagement.

Actuellement, le port de Chandler ne possède aucune capacité d'entreposage intérieure (Transport Canada 2007).

- De façon générale, Transport Canada évalue que le quai de Chandler et ses infrastructures afférentes sont en bon état. La durée de vie utile estimée sans travaux majeurs d'entretien s'étend jusqu'en 2019.
- Des réparations mineures ont été effectuées au cours des dernières années. Elles comprennent des réparations du pavage, l'installation de deux bornes d'amarrage de 100 tonnes, l'installation d'une défense au bout du quai, le remplacement de 98 grilles pour les puits de décompression, la réparation de joints et fissures sur le pavé et l'installation d'une échelle. Les réparations les plus importantes à venir concernent le resurfaçage des caissons et le remplacement d'une partie de la dalle de béton (Monsieur Onil Lévesque, Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, Correspondance, 12 juin 2007).

### **3.2 Synthèse des trafics actuels au port de Chandler**

La fermeture de l'usine Gaspésia a entraîné un arrêt presque complet des activités de transbordement de marchandises au port de Chandler. Les seuls trafics observés au cours des dernières années concernent principalement le transbordement de sel de déglçage et de cargo général, en très faible quantité. Les données de l'année 2006 présentées ci-après reflètent assez bien la situation des trois à quatre dernières années (Monsieur Serge Bélanger, Transport Canada, Correspondance, 12 juin 2007) :

- Sel de déglçage : 2 510 t.m. (1 navire);
- Cargo général : 340 t.m. (1 navire).

Du point de vue touristique, le port de Chandler est utilisé par le groupe CTMA en tant qu'escale à l'intérieur de son circuit de croisière reliant Montréal, Chandler, les Îles-de-la-Madeleine et Québec, lors du retour vers Montréal. Le CTMA Vacancier peut accueillir environ 500 passagers et 100 membres d'équipage. Le navire possède une capacité de 100 véhicules pouvant embarquer ou descendre à Montréal, Chandler et aux Îles de la Madeleine.

- Le CTMA Vacancier utilise le poste à quai du port de Chandler une quarantaine de jours entre les mois de mai et octobre. Selon l'itinéraire actuel, le navire quitte Montréal le vendredi vers 15h00 et arrive à Chandler le samedi à 23h00 pour une courte escale. Après son séjour aux îles, le navire quitte le mardi vers 22h00 et arrive à Chandler le mercredi matin vers 6h00, pour une escale d'environ six heures.
- En période d'achalandage, on estime qu'il peut y avoir une file d'embarquement d'environ 45 voitures sur le quai et le brise-lames (Monsieur Glen Clément, Ville de Chandler, comm. pers., 18 juin 2006).

### 3.3 Définition et analyse des enjeux de développement

#### 3.3.1 Le développement de l'activité industrielle

##### ***Fin de la Gaspésia et redéfinition de la vocation du site***

La Société de développement économique et industrielle de la municipalité de Chandler (SDEIC) a annoncé au mois de juin dernier sa décision de tourner définitivement la page sur tout espoir de relance de l'usine Gaspésia. La Société a dans ce sens mis en œuvre le processus de liquidation des actifs, le démantèlement de l'usine et la remise en état du site. La vente des actifs de la Gaspésia est sur le point d'être conclue et devrait être suivie par la mise en œuvre d'un plan de décontamination et de démantèlement.

La cessation du projet de relance de la Gaspésia a évidemment des répercussions importantes pour le port de Chandler, d'autant plus que les aménagements existants étaient en très grande partie organisés en fonction des besoins de l'entreprise. Parmi ceux-ci, il faut penser, entre autres, à l'antenne ferroviaire qui relie l'usine au poste à quai et qui permettait, de ce fait, d'acheminer directement les expéditions de papier tout en limitant les besoins d'entreposage ou de manutention à quai.

La future vocation du site aura nécessairement des répercussions importantes sur l'utilisation du port. La solution envisagée dans le plan de démantèlement en cours d'élaboration considère l'utilisation du site à des fins principalement touristiques et commerciales, tout en respectant les contraintes liées à la contamination du site. La vocation industrielle n'est pas complètement écartée, mais la proportion en termes d'occupation du sol sera mineure.

Le développement du site à des fins touristiques constitue donc une avenue à l'étude. Le plan de développement touristique présenté au chapitre précédent propose d'ailleurs des orientations en ce sens, avec l'implantation d'un centre du savoir spécialisé en innovation touristique, l'aménagement de facilités d'hébergement et la réhabilitation de la rue commerciale. Selon un tel scénario, le réaménagement de cette partie du havre à des fins touristiques, en lien avec le secteur de la marina, impliquerait pour le port des interventions visant à assurer encore davantage la cohabitation des fonctions industrielles et touristiques : aménagement de zones tampons, mise en place de mesures de sécurité à proximité des voies ferrées et des aires d'entreposage, démantèlement d'infrastructures, aménagement paysager, etc.

Dans l'éventualité où le maintien de la vocation industrielle du site était finalement envisagé, sa localisation à proximité du port pourra constituer un avantage stratégique important pour certains types d'entreprises, notamment celles visant les marchés de la

côte est américaine ou ceux des marchés outre mer. Parmi les projets avancés récemment, il faut citer en exemple celui de l'implantation à Chandler d'une usine de composantes d'éoliennes. Un tel projet impliquerait, entre autres, une redéfinition des aires d'entreposage et des voies de circulation, compte tenu des dimensions imposantes des pales qui y seraient fabriquées et expédiées. Quoiqu'il en soit, le maintien de la vocation industrielle sur le site, quelque soit le projet, impliquera une réorganisation des aires d'entreposage et des conditions d'intermodalité : renforcement de l'axe routier entre le site et le port et/ou réhabilitation de la voie ferrée.

Il est difficile d'anticiper avec précision les implications de la vocation du site le plan de l'organisation spatiale et de la logistique de transport. **Par conséquent, les orientations énoncées dans le plan d'action présenté plus loin devront nécessairement être validées en fonction des décisions finales qui seront prises quant à la vocation future du site.**

### ***Le parc industriel comme pivot du développement industriel***

Le parc industriel nouvellement aménagé dans le secteur de Pabos est au cœur même du processus de diversification économique de Chandler. Dans ce sens, le renforcement des liens de transport intermodal entre le port et le parc industriel doit constituer une priorité. Dans le but de structurer le développement économique en fonction de l'effet de levier que peut avoir le port de Chandler et le développement du transport intermodal, différentes orientations ou opportunités ont été considérées. Ces interventions sont présentées à la figure 4.1 et concernent :

- la construction d'une nouvelle voie d'accès routier entre le port et la route 132;
- le raccordement du parc industriel à la voie ferrée afin de permettre un accès au port par chemin de fer;
- l'aménagement d'une aire d'entreposage à proximité du port.

#### **a) La construction d'une nouvelle voie d'accès routier**

La route d'accès actuelle au port de Chandler traverse un quartier résidentiel et cette situation constitue depuis longtemps une contrainte importante, que ce soit du point de vue urbanistique et environnemental ou du point de vue de l'efficacité des services offerts aux utilisateurs du port.

Figure 3.1      Illustration des interventions concernant la route d'accès, le lien ferroviaire et l'aire d'entreposage

Pour corriger cette situation, la Ville de Chandler a mis de l'avant un projet visant l'établissement d'une nouvelle route d'accès. Pour ce faire, la Ville a déjà fait l'acquisition d'une bande de terre située dans le même axe que le port et la construction de la route à cet endroit permettra d'harmoniser beaucoup mieux les fonctions résidentielles et industrielles. Cette nouvelle infrastructure, longue de 195 m, permettrait surtout d'améliorer considérablement l'efficacité des déplacements entre le nouveau parc industriel et le port de Chandler.

#### **b) Le raccordement du parc industriel à la voie ferrée**

La voie ferrée actuelle a été configurée en fonction des besoins de l'usine Gaspésia. Dans ce sens, des travaux doivent être entrepris à court terme afin de reconfigurer le raccordement de la desserte actuelle à la voie ferrée principale. Des travaux doivent également être entrepris afin de remettre en état la voie ferrée existante menant vers le poste à quai principal.

Sur le site même du parc industriel, le développement du transport intermodal au parc nécessite la construction d'une voie de desserte. Le concept initial propose l'établissement de cette voie en parallèle de la voie principale.

#### **c) Développement des facilités d'entreposage**

La configuration actuelle du port de Chandler ne permet pas d'offrir des espaces importants pour la manutention et l'entreposage des marchandises à quai. Cet état de fait, jumelé à l'absence de facilités d'entreposage intérieur, affecte à bien des égards l'intégration du port de mer à l'ensemble du processus de développement industriel et commercial.

Pour corriger en partie cette situation, la Ville de Chandler a déjà fait l'acquisition des terrains situés en périphérie du bâtiment du maître de port. Le projet comprend également la construction d'un bâtiment d'entreposage afin de répondre à court terme aux besoins des entreprises.

### **3.3.2 Le développement de l'activité liées aux croisières internationales**

Sur le plan touristique, le marché des croisières internationales constitue une avenue de développement structurante qui doit être envisagée. Ce créneau représente l'un des segments de l'industrie touristique où la croissance est la plus forte au Québec, au Canada et aux États-Unis. La popularité grandissante des croisières en eau froide constitue, entre autres, une opportunité à considérer.

Compte tenu de l'importance du tourisme comme avenue de développement, une entente de mise en œuvre entre le gouvernement du Québec et la région touristique de la Gaspésie a été signée afin d'appuyer le développement du créneau d'excellence «Récrotourisme». La mise en œuvre de la stratégie d'Action concertée de coopération régionale de développement (ACCORD) s'appuie sur la consolidation et le développement de cinq pôles hautement complémentaires, soit ceux de Matane, des Chic-Chocs, de la Pointe de Gaspé-Percé, de la Baie-des-Chaleurs et des Îles. Parmi les projets retenus en priorité figure celui des croisières internationales. L'objectif opérationnel poursuivi par la région dans ce projet consiste à inscrire la Gaspésie comme escale régulière dans le circuit des croisières internationales sur le Saint-Laurent par le biais d'aménagement d'infrastructures d'accueil portuaire.

La conjoncture de l'offre et de la demande pour les produits de croisières a connu des mutations importantes au cours des années avec, entre autres, la mise en service de navires dont les dimensions sont de plus en plus imposantes. De fait, les années 2000 ont été marquées par un processus important de rajeunissement de la flotte et, surtout, par une surenchère de la taille des navires. Carnival, le groupe qui gère Princess Cruises, Holland American, Cunard et autres, et qui représente 80 % des parts du marché mondial de la croisière, a commandé 25 nouveaux paquebots, dont la majorité sont de véritables villes flottantes pouvant accueillir 3 000 passagers. Le Freedom of the Seas, le tout dernier de Royal Caribbean Cruises qui a pris la mer récemment, accueille jusqu'à 5 740 passagers, dont 1 370 membres d'équipage. Néanmoins, on constate également une augmentation et une diversification des nouveaux modèles, allant du petit bateau (100 à 250 places) capable de se faufiler dans les petites criques, au «méga-monstre».

Dans le contexte actuel, le poste à quai exploité au port de Chandler n'est pas en mesure d'accueillir des navires de croisières de grande taille. Ces navires ont généralement des longueurs de 300 m et plus, alors que le quai a une longueur de 150 m. Par ailleurs, la profondeur d'eau disponible et la proximité de récifs constituent a priori des contraintes importantes à l'efficacité des opérations de manœuvre et d'accostage. En contrepartie, les infrastructures actuelles seraient en mesure d'accueillir des navires de croisières de plus petites dimensions, capables d'accueillir entre 450 et 750 passagers. Sur la base de ces constats, l'analyse technique présentée plus loin a été abordée en considérant les deux options.

Par ailleurs, l'organisation des services d'accueil à quai se doit d'être bien articulée afin de favoriser le débarquement des croisiéristes à Chandler et, surtout, les retombées économiques pouvant découler des dépenses des visiteurs. L'expérience acquise avec la présence du CTMA Vacancier représente à ce titre un élément de force à partir duquel il sera possible de construire.

À la base, la proximité des infrastructures d'accueil et l'organisation des services de navettes vont assurément constituer des enjeux fondamentaux dans l'exploitation du tourisme de croisière. L'organisation des services de navettes constitue notamment un obstacle de taille, que ce soit à Chandler ou ailleurs en Gaspésie, compte tenu du nombre de visiteurs à desservir et des limites imposées par la flotte de transport en commun disponible en région. Dans ce contexte, la mise en service d'un train touristique constitue une avenue qui devra être considérée.

### 3.3.3 La cohabitation des fonctions industrielle et touristique

L'utilisation d'un seul poste à quai pour l'accueil des navires de croisière et des navires de transport de marchandises va impliquer une organisation bien structurée des activités portuaires, en tenant compte entre autres de l'importance à accorder aux conditions de sécurité et à la qualité visuelle. Cette organisation des activités portuaires est d'autant plus importante si on tient compte de la configuration actuelle du brise-lames et de l'étroitesse des espaces disponibles à proximité du poste à quai.

La cohabitation harmonieuse des fonctions industrielle et touristique impliquera notamment une délimitation claire des zones d'entreposage, des zones d'accueil touristiques et des aires de circulation, de même que la mise en place d'une signalisation bien définie.

Différentes actions ont été entreprises jusqu'à présent afin de structurer l'accueil du CTMA Vacancier. Un kiosque temporaire aménagé sur un wagon a notamment constitué une façon originale d'organiser les services d'accueil à moindre coût. Cependant, l'utilisation d'un wagon promotionnel pourra plus difficilement répondre aux besoins de logistiques inhérents à la mise en œuvre d'un projet d'envergure.

En ce qui concerne les aires de circulation, les véhicules en attente d'embarquement sont stationnés en file indienne, tout au long du brise-lames. Dans l'éventualité d'une intensification des expéditions de marchandises et d'une utilisation renouvelée des infrastructures ferroviaires, la réorganisation des espaces disponibles devra être revue. Dans cette optique, le manque d'espace à proximité du brise-lames pourrait constituer une contrainte importante.

### 3.4 Définition et analyse des scénarios

Sur la base des considérations présentées précédemment, la définition et l'analyse des besoins en infrastructures ont été abordées en considérant les enjeux suivants :

- redéfinir l'accès routier au port à partir de la route 132;
- intégrer le parc industriel dans l'approche de transport intermodal;
- analyser la possibilité d'accueillir des navires de croisières de grandes dimensions par une amélioration des infrastructures maritimes existantes;
- analyser la possibilité de mettre en place des services d'accueil et de navette capables de répondre aux besoins de la clientèle des croisiéristes;
- accroître les espaces disponibles à proximité du port afin de développer la capacité d'entreposage.

La construction d'une nouvelle voie d'accès routier entre le port et la route 132 et le raccordement ferroviaire du parc industriel avec le port constituent deux projets de base qui devront être réalisés en priorité. Les autres scénarios ici présentés concernent :

- l'agrandissement du poste à quai à l'aide de ducs d'albe;
- la construction d'un stationnement et d'une gare maritime sur le quai;
- le remblaiement de la dépression attenante au brise-lames, dans le but d'accroître les espaces terrestres disponibles à proximité.

Les interventions analysées sont présentées aux figures 3.2 à 3.4.

#### 3.4.1 Aménagement d'infrastructures pour l'accueil de navires de grandes tailles

L'agrandissement du poste à quai permettrait de doubler sa longueur qui passerait de 150 à 300 m. Les travaux prévoient l'ajout d'un nouveau caisson et de deux ducs d'albe à des distances de 125 et 150 m du quai existant. Considérant ces distances, l'installation d'une passerelle n'est pas envisagée et l'amarrage des navires devrait plutôt être effectué à l'aide de petits bateaux. Les travaux prévoient également un dragage de capitalisation de la zone de manœuvre jusqu'à l'élévation géodésique - 11,5 m.

D'autre part, l'île Dupuis, située à la limite de la zone de manœuvre, pourrait constituer une contrainte à la venue de navires de grandes dimension, malgré les travaux projetés, notamment lorsque les conditions de navigation ne sont pas idéales.

Figure 3.2 Aménagement d'infrastructures pour l'accueil de navires de grandes tailles

Figure 3.3 Aménagement d'infrastructures d'accueil à proximité du poste à quai

Figure 3.4 Remblaiement de la dépression attenante au brise-lames

De façon plus spécifique, les modifications à apporter au quai existant pour accueillir des bateaux de croisière de plus ou moins 300 m de longueur comprennent :

- l'allongement du quai existant sur environ 30 m par l'ajout d'un nouveau caisson de béton;
- l'enlèvement de la berme actuelle et rabaissement du niveau du fond marin jusqu'à 11,5 m;
- l'ajout d'un mur para fouille sur toute la face accostable du quai actuel;
- la construction d'une nouvelle berme d'environ 20 m de large devant le quai (dessus de la berme à l'élévation 11,5 m);
- la construction de deux ducs d'albe à 125 m et 150 m du bout du quai;
- le dragage de la zone de manœuvre jusqu'à l'élévation 11,5 m ;
- la modification du système de défense pour accueillir des bateaux de croisière;
- la modification des îlots de service;
- l'éclairage de la nouvelle partie du quai et modification de l'éclairage actuel.

#### 3.4.2 Aménagement d'infrastructures d'accueil à proximité du poste à quai

La construction d'un stationnement et d'une gare maritime attenants à la rampe d'embarquement actuelle faciliterait l'accueil des visiteurs et permettrait d'offrir certains produits aux croisiéristes ne désirant pas participer aux activités offertes lors de l'escale. Le stationnement servirait essentiellement à accueillir une dizaine d'autobus permettant le transport des croisiéristes. Une douzaine de stationnements serait néanmoins prévus pour les voitures.

En ce qui a trait à la gare maritime, sa conception devrait prévoir une architecture qui cadre avec son utilisation.

La construction d'une nouvelle aire de stationnement à proximité du quai, près de la rampe de chargement du CTMA Vacancier prévoit :

- l'enlèvement et mise de côté de l'enrochement existant sur environ 175 m de longueur du côté intérieur du havre;
- l'élargissement du brise-lames existant vers l'intérieur du havre par remplissage (tout-venant, membrane géotextile, pierres de filtre et pierres de carapace récupérées et nouvelles);
- la construction d'un nouvel enrochement de protection en récupérant la pierre mise de côté et en complétant avec de la nouvelle pierre;
- la construction d'une infrastructure de stationnement sur le dessus du remblai;
- l'asphaltage et balisage de l'aire de stationnement;

- la mise en place de chasse-roues amovibles en béton aux endroits requis;
- la construction d'un bâtiment de service;
- la mise en place d'un éclairage adéquat du stationnement.

### 3.4.3 Remblaiement de la dépression attenante au brise-lames

Le remblaiement de la dépression attenante au brise-lames est envisagée afin d'agrandir l'espace disponible pour effectuer de l'entreposage extérieur, mais également pour permettre la construction d'un bâtiment visant l'entreposage extérieur.

Par le passé, ce site a été envisagé pour la réalisation d'un projet de compensation pour la perte de l'habitat du poisson occasionné par la construction de la rampe d'embarquement (GENIVAR 2002). Le projet proposé consistait en la mise en place d'un tuyau facilitant l'échange d'eau entre le marais et la baie des Chaleurs. En effet, il a été démontré que des échanges d'eau entre ces deux milieux se font actuellement (GENIVAR 2003).

La construction d'une nouvelle aire d'entreposage au-dessus de l'étang situé à l'amorce du brise-lames existant comprend :

- le remplissage de l'étang de façon à amener le niveau final à égalité avec le chemin d'accès au brise-lames existant et au quai;
- la construction d'une infrastructure pour aire d'entreposage;
- l'asphaltage de l'aire d'entreposage;
- la mise en place de chasse-roues amovibles aux endroits requis;

## 3.5 **Estimation des coûts**

Le tableau 3.2 présente une estimation préliminaire des coûts de réalisation des différentes interventions analysées.

Tableau 3.2 Estimation préliminaire des coûts par type d'intervention

### 3.6 Élaboration d'un plan d'action pour 2007-2012

Le tableau 3.3 présente une proposition de plan d'action concernant la réalisation des phases 1, 2 et 3.

Tableau 3.3 Plan d'action pour 2007-2012

	Phase 1	Phase 2	Phase 3
<b>AMÉLIORATION DES VOIES D'ACCÈS</b>			
Construction de la nouvelle voie d'accès routier entre le port et la route 132	X		
Construction des infrastructures permettant la liaison ferroviaire complète entre le port et le parc industriel	X		
<b>DÉVELOPPEMENT DES ACTIVITÉS DE TRANSBORDEMENT ET D'ENTREPOSAGE</b>			
Constuction d'un bâtiment de service sur les terrains acquis par la Ville	X		
Remblaiement de la dépression attenante au brise-lames et aménagement d'une aire d'entrepôts		X	
Étude visant la rédéfinition de la vocation du site de la Gaspésia	X		
Réévaluation, le cas échéant, des aménagements situés en bordure de mer		X	X
<b>DÉVELOPPEMENT DES SERVICES DESTINÉS AU PRODUIT DE CROISIÈRE</b>			
Établissement d'un plan d'action concerté pour le développement de l'offre régionale destinée au croisiéristes, dans la poursuite des travaux entrepris par Chandler, Gaspé et Percé	X		
Aménagement d'une aire d'accueil à proximité du poste à quai		X	
Le cas échéant: modification aux infrastructures maritimes		X	X

#### 3.6.1 Développement de la fonction industriel et du transport intermodal

À court terme, la réalisation des interventions visant le développement de l'intermodalité des transports doit constituer une priorité. Ces actions visent avant tout à optimiser les liaisons entre le parc industriel et le port de Chandler, ce qui implique :

- la construction d'une nouvelle voie d'accès routière entre le port et la route 132;
- la construction des infrastructures permettant l'établissement d'un lien ferroviaire complet entre le parc industriel et le port. Dans l'éventualité d'un démantèlement des installations de la Gaspésia, il sera nécessaire de maintenir le tronçon ferroviaire permettant le lien entre la voie ferrée principal et le poste à quai.

En ce qui concerne le réaménagement des espaces riverains, le développement des

aires d'entreposage et de manutention de marchandises, en appui au développement du parc industriel, devra être planifié en concordance avec le développement de la fonction touristique. Ce réaménagement devra dans ce sens être planifié en tenant compte des décisions qui seront prises concernant la réhabilitation du site de la Gaspésia.

Suite à l'acquisition par la Ville des terrains situés en périphérie du bâtiment du maître de port. L'aménagement de ce site pour des fins d'entreposage et la construction d'un bâtiment d'entreposage intérieur aura avantage à être complété rapidement. Ces équipements sont complémentaires au développement des infrastructures de transport intermodal, en appui à la mise en œuvre des actions qui sont déjà amorcées en terme de prospection industrielle.

### 3.6.2 Développement de la fonction touristique

En regard des orientations qui sont actuellement envisagées pour le développement d'escales de croisières internationales en Gaspésie, le port de Sandy Beach devrait être privilégié pour l'accueil de navires de grandes dimensions. Cette orientation découle notamment du fait que le port de Sandy Beach est en mesure d'offrir les meilleures conditions de protection pour les navires. Dans le cas de Chandler, la nécessité d'effectuer des travaux de dragage et la présence de récifs à proximité de l'aire de manœuvre, constituent des contraintes qui pourraient affecter le potentiel d'accueil de navires de grandes dimensions.

Cependant, l'expérience acquise avec le CTMA Vacancier a clairement démontré la capacité de Chandler à accueillir des navires de croisière de petites et moyennes tailles, pouvant transporter entre 500 et 750 passagers. Les infrastructures maritimes sont déjà en mesure d'accueillir les navires opérant dans ce créneau. Dans ce sens, les actions à prioriser doivent plutôt poursuivre deux objectifs précis, soit :

- Améliorer les infrastructures d'accueil et les services offerts aux croisiéristes à quai;
- Assurer une cohabitation sécuritaire des fonctions industrielles et touristiques.

Compte tenu de la distance importante qui sépare le poste à quai de la rive, le scénario optimal à privilégier serait d'aménager un bâtiment d'accueil permanent à proximité du poste à quai. Cependant, l'espace disponible sur le brise-lames est limitatif si on tient compte des besoins pour le transbordement de marchandises. Face à cette situation, l'élargissement partiel du brise-lames dans la section située en continuité avec la rampe Ro-Ro pourrait constituer une solution. Un tel projet implique des investissements de l'ordre de 5 M\$ et devra être soumis à une étude d'impact sur l'environnement.

Dans l'éventualité où l'élargissement du brise-lames ne puisse être envisagé, l'alternative à considérer serait d'aménager un bâtiment d'accueil sur la rive et d'établir un service de navette en continu entre le bâtiment d'accueil et le quai. Cette navette pourrait éventuellement être prolongée pour permettre la liaison avec la marina et le site réaménagé de la Gaspésia.

### 3.6.3 Remblaiement de l'étang

Le développement harmonieux des fonctions industrielle et touristique sur la rive va rapidement être contraint par le manque d'espaces aménageables à proximité du brise-lames. Face à cette situation, le projet de remblaiement du lagon doit sérieusement être envisagé dans un horizon de moyen terme. Ce remblaiement pourra notamment fournir une option à la disposition des matériaux non contaminés (dont le béton) qui sortiront du démantèlement de l'usine Gaspésia et de la réhabilitation du site. Dans cette éventualité, les projets de démantèlement de l'usine et de remblaiement du lagon devront être planifiés en concordance.

## 4. RÉFÉRENCES

---

### Études

ASSOCIATION TOURISTIQUE RÉGIONALE DE LA GASPÉSIE, Plan de développement et de marketing touristique de la Gaspésie 2005-2008 – Sommaire exécutif, février 2005.

CENTRE QUÉBÉCOIS DE LOGISTIQUE APPLIQUÉE, 2000. Étude des flux de marchandises générés par les entreprises de la région administrative de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine. Rapport préparé pour le Conseil régional de concertation et de développement de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine. 101 pages.

COMITÉ DE MISE EN VALEUR DU LAC VACHON, Projet de nettoyage et de mise en valeur du lac Vachon, 2006;

DESJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE EN COLLABORATION AVEC PLURAM, pour l'Office de tourisme du Rocher-Percé, Plan de développement récréotouristique et de mise en valeur des attraits et des activités touristiques - MRC Rocher-Percé - Rapport d'étape, 3 novembre 2000.

DESJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE EN COLLABORATION AVEC PLURAM, pour l'Office de tourisme du Rocher-Percé, Plan de développement récréotouristique et de mise en valeur des attraits et des activités touristiques - MRC Rocher-Percé - Rapport final, 6 mars 2001.

DESJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE EN COLLABORATION AVEC PLANAM, Présidence Camo, Diagnostic stratégique Base de plein air Bellefeuille et Bourg de Pabos – Rapport d'étape, octobre 2003.

DESJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE EN COLLABORATION AVEC PLANAM, Plan stratégique de développement (2005-2010) Base de Plein Air de Bellefeuille et Bourg de Pabos, juillet 2004;

DESJARDINS MARKETING STRATÉGIQUE EN COLLABORATION AVEC PLANAM, Plan stratégique de développement (2005-2010) Base de Plein Air de Bellefeuille et Bourg de Pabos rapport final, mars 2005.

GENIVAR. 2004. *Aménagement du débarcadère au quai du port de Chandler. Lien maritime entre Montréal, Chandler et les Îles-de-la-Madeleine. Compensation d'habitat du poisson – Transplantation de zostère marine dans le barachois de Bonaventure. Rapport sur les travaux. 6 p. et annexes.*

GENIVAR. 2003. *Aménagement du débarcadère au quai du port de Chandler. Lien maritime entre Montréal, Chandler et les Îles-de-la-Madeleine. Programme de compensation de perte d'habitat du poisson. 11 p. et annexe.*

GENIVAR. 2002. *Aménagement d'un débarcadère temporaire au quai du port de Chandler. Projet de lien maritime entre Montréal, Chandler et les Îles-de-la-Madeleine. Examen environnemental préalable. 70 p. et annexes.*

GEOCOM. 2007. Positionnement et potentiel de développement de la fonction commerciale de Chandler. Rapport final. 53 p. et annexes.

HYDRO-QUÉBEC. 2006. *Émissions de gaz à effet de serre des options de transport des personnes et des marchandises. Direction de l'environnement. 7 pages.* [www.hydroquebec.com/developpementdurable/documentation/pdf/transport\\_fr\\_2006.pdf](http://www.hydroquebec.com/developpementdurable/documentation/pdf/transport_fr_2006.pdf)

INNOVATION MARITIME. 2006. *Shortsea Shipping Opportunities in the Lower Saint Lawrence Region. Rapport préparé pour Transports Canada, Ottawa. 54 pages + annexes.*

LOGIGEST ENVIRONNEMENT INC. pour la corporation du Bourg de Pabos, Plan de mise en valeur du littoral de la troisième plage de la Pointe de Pabos Mills (Chandler), mai 2006;

LOGIGEST INC., Éco-Parc de la Pointe-aux-Maquereaux – Étude du potentiel d'aménagement récréotouristique et Plan directeur de développement, décembre 1999;

LOGISTICS SOLUTION BUILDERS INC. 2005. *Operating Costs of Trucks in Canada 2005*. Transports Canada, Ottawa.

MINISTÈRE DES RESSOURCES NATURELLES ET DE LA FAUNE (MRNF). 2006. *Ressources et industries forestières. Portrait statistique édition 2005-2006*. Direction du développement de l'industrie des produits forestiers, Québec, non paginé.

ROCHE. 2001. *Plan d'affaires du port de Chandler*. Rapport final présenté à Corporation d'administration portuaire de Chandler (CAPC). 49 p.

ROCHE. 2000. Plan de développement économique, février 2000;

TRANSPORTS QUÉBEC. 2003. Les déplacements interurbains de véhicules lourds au Québec – Enquête sur le camionnage de 1999. 147 pages

TABLE DE DÉVELOPPEMENT SOCIO-ÉCONOMIQUE DE NEWPORT, Concept Newport, village natal de La Bolduc, 2006;

### **Sites Internet**

GROUPE CTMA. 2007. Destination : Îles-de-la-Madeleine. Internet. Adresse : <http://www.ctma.ca/traversier-madeleine/index.cfm>, page actualisée le 12 juillet 2007.

TRANSPORT CANADA. 2007. Installation portuaire de Chandler. Internet. Adresse : <http://www.tc.gc.ca/Quebec/fr/ports/chandler.htm>, page actualisée le 12 juillet 2007.

### **Personnes contactées**

- M. Serge Bélanger, Transport Canada, Québec
- M. Onil Lévesque, TPSGC, Rimouski
- M. Glen Clément, Ville de Chandler.
- M. Martin Arsenault, directeur, Base de plein air de Bellefeuille;
- Mme Ginette Beaudin ainsi que trois membres du conseil d'administration, Table de développement socioéconomique de Newport;
- M. Paul Bernier, administrateur, Chambre de commerce du Rocher-Percé;
- Mme Nadine Blacquière, directrice marketing/communication, Groupe CTMA;
- M. Eugène Bouchard, président, SADC du Rocher-Percé;
- M. Daniel Briand, directeur, Chambre de commerce du Rocher-Percé;
- Mme Annette Bujold, propriétaire, Galerie d'art Annette Bujold;

- M. Théodore Carrier, conseiller en développement touristique du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine, Ministère du tourisme;
- M. Claude Cyr, maire, Ville de Chandler;
- M. Francis Dumont, responsable, Office de tourisme du Rocher-Percé;
- M. Mario Grenier, directeur, CLD du Rocher-Percé;
- M. Maxime Huard, propriétaire, Motel Chandler;
- Mme Louise Meunier, directrice, Sapinart;
- M. Denis Michaud, conseiller Chandler, Ville de Chandler;
- Mme Louise Nadeau, directrice générale, Québec Maritime;
- Mme Marie-Claude Prévost, responsable bureau d'accueil de Chandler, Office de tourisme du Rocher-Percé;
- Mme Suzanne Provost, directrice, Ministère de la culture région de la Gaspésie;
- Mme Andrée Roy, directrice, SADC du Rocher-Percé;
- Mme Annie Saint-Onge, conseillère en tourisme, CLD du Rocher-Percé;
- M. Gaétan Soucis, gestionnaire, Zec Pabok;
- M. Georges Sutton, président, Comité de mise en valeur du lac Vachon;
- M. Sylvain Tanguay, directeur général, ATR de la Gaspésie;
- M. Jean-Luc Tremblay, directeur, Bourg de Pabos.

## ANNEXE 1

Profil sociodémographique et  
comportemental des touristes en Gaspésie

ANNEXE 1 Profil sociodémographique et comportemental des touristes en Gaspésie

Tableau 17 Profil sociodémographique et comportemental des touristes.

Caractéristiques	Touristes québécois <sup>84</sup>	Touristes hors-Québec <sup>85</sup>
Achalandage	713 000	143 000
Origine	Com. urbaine de Québec : 14 % MRC Thérèse-de-Blainville : 11 % MRC Rimouski-Neigette : 10 % MRC Champlain (Montérégie) : 8 % Com. urbaine de Montréal : 6 % MRC La Côte-de-Gaspé : 5 %	Canada : 43 % International : 33 % États-Unis : 23 % les clientèles proviennent en grande part de l'Ontario, des maritimes, du nord-est des États-Unis, de la France et de l'Europe francophone)
Âge	0 à 14 ans : 18 % 15 à 19 ans : 6 % 20 à 24 ans : 6 % 25 à 34 ans : 14 % 35 à 44 ans : 19 % 45 à 54 ans : 17 % 55 à 64 ans : 12 % 65 ans et + : 9 %	18 à 34 ans : 23 % 35 à 54 ans : 49 % 55 à 64 ans : 19 % 65 ans et + : 9 %
Âge médian	43 ans	42 ans
Scolarité <sup>86</sup>	Secondaire : 30 % Collégiale : 39 % Universitaire : 14 % NRP/Moins de 15 ans : 18 %	Secondaire : 14 % Collégiale : 23 % Universitaire : 63 % NRP/Moins de 15 ans : 1 %
Composition du groupe	Adultes sans enfants : 64 % Adultes avec enfants : 36 %	Adultes sans enfants : 74 % Adultes avec enfants : 26 %
Taille moyenne du groupe	1,89 personne	2,0 personnes

84 Données de Statistique Canada.

85 Données tirées de l'étude de Desjardins Marketing Stratégique et Léger Marketing réalisée pour le compte du Québec maritime. L'achalandage et l'origine proviennent cependant du Ministère du tourisme.

86 La catégorie secondaire inclut toutes les personnes qui ont effectués de 0 à 8 années d'études, un niveau secondaire ou des études postsecondaires partielles.

ANNEXE 1 (suite) Profil sociodémographique et comportemental des touristes en Gaspésie

Caractéristiques	Touristes québécois <sup>87</sup>	Touristes hors-Québec <sup>88</sup>		
Revenu du ménage	40 000 \$ et - :	30 %	40 000 \$ et - :	10 %
	40 - 60 000 \$ :	14 %	40 - 80 000 \$ :	23 %
	60 - 80 000 \$ :	14 %	80 000 et + :	28 %
	80 000 et + :	16 %	NSP/NRP :	38 %
	NSP/NRP :	24 %		
But de voyage <sup>89</sup>	Agrément :	66 %	Visiter cette région :	50 %
	Visiter parents et amis :	30 %	Circuit touristique :	40 %
	Raisons personnelles :	3 %	Aller dans une autre région :	9 %
	Affaires/congrès :	2 %		
Principaux motifs de voyage*	Non disponible		Découvrir région/paysages :	75 %
			Visiter parcs nationaux :	52 %
			Détente et le repos :	34 %
Séjour moyen	3,74 nuitées		19,1 nuitées (6,6 passées dans la région)	
Dépenses moyennes	198,76 \$/jour		1 189 \$/séjour (Visiteurs qui n'ont pas acheté de forfait.)	
Principaux modes d'hébergement	Chez des parents/amis :	56 %	Camping :	50 %
	Hôtel/motel :	25 %	Hôtel/motel :	45 %
	Camping/parc de roulottes :	11 %	Gîte (Bed & Breakfast) :	15 %
Activités les plus pratiquées*	Visites touristiques :	42 %	Observation des paysages :	87 %
	Activités sportives/plein air :	35 %	Randonnée pédestre :	77 %
	Parcs national/provincial :	28 %	Observation baleines/faune :	63 %
	Marche/randonnée :	25 %	Camping/caravaning :	57 %
	Visite site historique :	17 %	Visite lieux culturels :	54 %
			Excursions en mer :	43 %
			(Plus de 30 % ont visité le Parc de la Gaspésie, le Parc national de Forillon, le Parc de l'Île-Bonaventure-et-du-Rocher-Percé et/ou la ville de Percé)	

Source: Statistique Canada, Enquête sur les voyages des Canadiens, Les Québécois en Gaspésie, 2004, Desjardins Marketing Stratégique et Léger Marketing pour le compte du Québec maritime, Profils et comportements des visiteurs hors Québec dans les régions du Québec maritime (entrevue réalisée à l'été et à l'automne 2005) (n = 365 pour le Bas-Saint-Laurent), 2005 et Ministère du Tourisme, Le tourisme en bref 2004, 2005.

87 Données de Statistique Canada.

88 Données tirées de l'étude de Desjardins Marketing Stratégique et Léger Marketing réalisée pour le compte du Québec maritime. L'achalandage et l'origine proviennent cependant du Ministère du tourisme.

89 Les proportions des buts de voyage des touristes québécois en Gaspésie sont celles observées aux mois de juillet et d'août. Le reste du tableau indique des proportions observées sur une année complète.

## ANNEXE 2

Grille d'analyse qualitative des sites et attraits

## ANNEXE 3

Guide d'entretien auprès des intervenants

## ANNEXE 4

Information demandée lors des entrevues

## ANNEXE 4 Information demandée lors des entrevues.

Innovation maritime s'est doté d'un guide d'entrevue afin d'obtenir différentes information auprès des expéditeurs régionaux. Les points suivants résument l'ensemble des sujets qu'Innovation maritime a tenté de traiter avec les expéditeurs. Globalement, la collaboration des répondants est très bonne. Or, certaines données revêtent un caractère confidentiel pour lesquelles le répondant ne fourni aucune informations. Il arrive également que certain marchés soient difficiles à circonscrire compte tenu de la volatilité de certains type d'acheteurs. Par exemple, les ventes de section de crabe aux États-Unis peuvent aussi bien se faire à Las Vega que pour la Floride ou l'État de New-York. Il est dès lors difficile de répartir la production par marché ainsi que d'établir des coûts de transport représentatifs.

1. Quels types de produits sont fabriqués
2. Quelle est le volume de production
3. Quels sont les marchés et quelle est la répartition des expéditions par marché
4. Quels sont les modes de transport privilégiés pour chacun des marchés
5. Quelles sont les fréquences des expéditions
6. Est-ce que les expéditions sont saisonnières?
7. Est-ce que l'entreprise est en charge du transport et jusqu'à quel endroit?
8. Quel est le coût moyen de transport ainsi que les délais d'expéditions.

### **Entreprises consultées**

1. E. Gagnon Ltée
2. Gaspé Cured
3. Groupe CTMA
4. Groupe G.D.S.
5. Produits forestiers Temrex (Nouvelle)
6. Smurfit –Stone (Matane)

## ANNEXE 5

Atelier de planification stratégique

**a) Liste des participants**

Mme Ginette Beaudin	Table de développement socioéconomique de Newport
M. Jean Bélanger	Ville de Chandler
Mme Jocelyne Bernier	La Bolduc
M. Eugène Bouchard	SADC du Rocher-Percé
Mme Annette Bujold	Galerie d'art Annette Bujold
M. Glenn Clément	Ville de Chandler
M. Christian Couette	GENIVAR (co-animateur)
M. Gaétan Cousineau	Centre plein La Seigneurie
M. Claude Cyr, maire	Ville de Chandler
M. Jean-Yves Cyr	CLD du Rocher-Percé
M. Jean-Paul Desjardins	Desjardins Marketing Stratégique (animateur)
M. Richard Duguay	CLD du Rocher-Percé
M. Francis Dumont	CLD du Rocher-Percé
Mme Norah Gaul	CLE Le Rocher-Percé
M. Jacques Gendron	MAMR
M. Roch Giroux	Ville de Chandler
Mme Vicky Grenier	DEC
M. Daniel Huard	Trois rivières Pabos
M. Jean-Pierre Johnson	Zec des Anses
Mme Louise Langlois, conseiller	Chandler
M. Luc Legesley, conseiller	Newport
M. Denis Michaud, conseiller	Chandler
Mme Colette Morin	La Bolduc
Mme Chantal Normandeau	Zec des Anses
Mme Christine Roussy	MRC Le Rocher-Percé
M. Serge Roy	Club nautique de Chandler
M. Jean-Paul Shannon	Club de golf de Chandler
M. Gaétan Soucis	Trois rivières Pabos
Mme Annie St-Onge	CLD du Rocher-Percé
M. Georges Sutton	Comité de mise en valeur du Lac Vachon
M. Jean-Luc Tremblay	Bourg de Pabos

**b) L'atelier de planification stratégique – Synthèse des principaux commentaires émis par les participants**

Éléments à prendre en compte dans le plan de développement touristique de Chandler

- La culture gaspésienne est présente sur tout le territoire de la municipalité; elle est en quelque sorte au premier plan.
- La Gaspésia est un symbole d'acharnement, de ténacité, de labeur et finalement de désespoir, d'espoir déçu, même de scandale. Peut-elle devenir un symbole positif, celui du savoir et de l'avenir?
- La Gaspésia, c'est du passé; il faut maintenant regarder vers l'avenir.
- La réputation et la renommée de Chandler reposaient sur une image industrielle; les activités récréotouristiques ont été jusqu'ici complémentaires.
- Les citoyens doivent être au centre du développement et se sentir concernés.
- Il importe de prendre en compte les différents potentiels offerts par le littoral et l'arrière-pays :
- Littoral : clientèle de circuit, présence de la mer, importance des aspects historiques et culturels;
- Arrière-pays : potentiel offert par la pêche, la villégiature et le plein air, produits touristiques davantage orientés vers une clientèle de destination.
- L'expérience doit s'étendre au-delà du littoral, dans l'arrière-pays.
- Le volet de la pêche (arrière-pays) doit être considéré.
- Les rivières font partie de l'expérience offerte.
- Les cinquante-quatre (54) lacs de la Zec des Anses forment une zone lacustre enviable et très accessible.
- Chandler, une mer de possibilités.
- Le Bourg de Pabos marque le début de l'ère de la colonisation.
- La Bolduc est un personnage fort.
- Le golf a connu des améliorations.
- Une vision qui permet de s'adapter et de décroisonner les quartiers, qui efface les disparités ou les divisions issues de la fusion. Chandler doit être considéré comme un tout cohérent.

- Une vision vigoureuse de Chandler :
  - un pôle culturel (Newport, Pointe de Pabos);
  - un pôle d'animation urbaine (lac Vachon, golf, plage, quai); une ville avec quai;
  - un pôle « nature » (paysages, rivières, sentiers, pêche);
  - un pôle du savoir (le centre d'innovation en tourisme).
- Mise en œuvre des artistes et des artisans de la région.
- Faire appel et rappeler la forêt et l'histoire qui en découle.
- Ce plan doit faire une large place aux citoyens; aux jeunes. Ces derniers doivent être impliqués et le plan devra développer des activités récréotouristiques orientées vers ce segment de marché.
- Certains aspects historiques importants sont à mettre en valeur.
  - Les personnages reliés à l'histoire de la ville sont importants :
  - les familles souches et leur apport;
  - Mary Travers dite La Bolduc;
  - Le Sieur de Bellefeuille;
  - MM. Chandler et Dubuc.
- Peut-on compter sur une diaspora, sur les populations qui ont quitté Chandler?
- Le plan recréera les liens entre le passé et le présent, et aura un effet de rassemblement.
- La ville de Chandler pourrait-elle se tailler une place dans l'approche « verte », en misant sur des valeurs environnementales?
- Un des axes du développement récréotouristique doit reposer sur le maillage, sur le partage et le réseautage. À peine amorcé!
- Qu'est-ce qui distingue le milieu de vie : la qualité de vie (loin du rythme effréné des grandes villes)?
- Certains principes devront être appliqués :
  - mieux utiliser les espaces publics (espaces conviviaux);
  - mise de l'avant d'un programme d'embellissement urbain;
  - structurer certains circuits; annoncer les produits de façon claire et précise;
  - revoir la mixité commerciale;
  - briser l'effet de passage.
- Il est nécessaire d'améliorer l'aspect visuel de Chandler : corridor de la route 132 / secteur du centre-ville, à proximité de la Gaspésia, etc.
- Lac Vachon possède un potentiel de mise en valeur intéressant malgré la problématique actuelle de pollution du lac (comité de mise en valeur en place).

- Une fontaine d'eau qui met en valeur le patrimoine de Chandler.
- Il est grandement temps, à Chandler, de créer et mettre sur pied un centre de ressources à la fois techniques et professionnelles; ce centre offrirait aussi bien des services de secrétariat, de comptabilité, de bureautique et d'autres ressources professionnelles.
- Un inventaire récréatif et sportif pourrait apporter une information complémentaire pour doter une offre crédible.
- L'aspect visuel est important.
- Tous les participants conviennent qu'il faut fusionner l'énergie dispersée en une synergie communicative.
- La ville doit aussi se tourner vers ses citoyens (responsabilités réciproques) :
  - celui-ci doit connaître sa ville;
  - ils doivent s'y sentir fier;
  - l'accueil doit être chaleureux, particulier;
  - ils doivent être sensibilisés au tourisme; le tourisme est encore dérangeant aux yeux de plusieurs.
- Plusieurs portes d'entrée :
  - le port (marina, le Vacancier);
  - le chemin de fer;
  - l'aéroport;
  - la Route 132.
- À la recherche de sa propre identité culturelle.

### c) Les visions partagées des participants envers leur ville

#### Groupe 1

##### **Point de vue sur le positionnement récréotouristique**

- Les participants de ce groupe croient au positionnement récréotouristique de Chandler.

##### **Éléments devant supporter le positionnement**

- Une offre saisonnière - barachois - rivières – pêche
- Une expérience aquatique;
- Une expérience d'eau;
- Place Vachon (fontaine);
- Mise en valeur de la culture (sculpture/histoire/patrimoine);
- Mise en valeur du nautisme;
- Les plages;
- Créer des ponts, des passerelles (Pointe de Pabos);
- Revitalisation et embellissement du centre-ville;
- Beaucoup d'organismes mériteraient d'être regroupés sous un même chapeau (accès à des spécialistes, guichet unique, centrale de réservation, diffusion, banque de ressources, forfaitisation, véhicule de concertation, etc.);
- Développer des activités émergentes (ex. : activités hivernales comme le para-ski);
- Ligne téléphonique de réservation.
- 

#### Groupe 2

##### **Point de vue sur le positionnement récréotouristique**

- Ce groupe de participants croit également au positionnement récréotouristique de Chandler, dans un contexte de diversification globale.

##### **Éléments devant supporter le positionnement**

- Chandler, le carrefour de la Gaspésie : tout est là, diversité, ressources, histoire/patrimoine, culture, plein air, nautisme, les plus grandes plages, etc.;
- Le facteur industriel (pâtes et papiers, bois, pêches, etc.) fait partie de l'expérience, il est un incontournable;
- Certaines qualités du milieu doivent être mises en valeur : la ténacité, la persévérance;

- Le passé, peu importe ce qu'il a apporté, fait partie de l'histoire de Chandler.

### Groupe 3

#### **Point de vue sur le positionnement récréotouristique**

- Ce groupe croit également sincèrement aux chances de positionner Chandler sur le plan récréotouristique.

#### **Éléments devant supporter le positionnement**

- Mettre en valeur le bord de mer et le réhabiliter;
- Consolider nos produits connus (ex. CTMA);
- Revitaliser la rue commerciale et la faire revivre (consolider la vocation de Chandler comme pôle de services);
- Mettre en valeur la route 132, qui constitue le principal corridor visuel pour la clientèle touristique de passage;
- Importance de consolider l'existant et de tenir compte de la capacité de payer des intervenants et promoteurs locaux et régionaux;
- Obtenir les Jeux du Québec;
- Importance d'élargir le regard;
- Mettre en place d'une fresque racontant l'histoire de Chandler sur le mur de l'usine Gaspésia;
- Uniformiser l'aménagement;
- Créer une festivité majeure : « La Chandler »;
- Promouvoir Chandler par l'entremise d'un personnage qui parlera de Chandler;
- Chanter « Chandler » sur le tour de la Gaspésie et à destination; définir des approches en mesure de répondre à la fois à la clientèle de circuit et la clientèle de destination;
- Engager une ressource permanente en tourisme afin de vendre Chandler dans une approche de tourisme quatre saisons.

## Groupe 4

### **Point de vue sur le positionnement récréotouristique**

- Ces participants croient également au positionnement récréotouristique.

### **Éléments devant supporter le positionnement**

- L'industrie touristique est un élément de diversification, un soutien important;
- Le tourisme anime l'été, mais durant l'année, c'est plus lent;
- Mettre en valeur l'histoire de l'industrie forestière et en faire un produit d'appel;
- Ne pas se limiter à l'histoire de la Gaspésie;
- Les églises sont des lieux à ne pas négliger; les artistes représentent également un centre d'intérêt;
- Fort potentiel offert par le secteur de Newport incluant La Bolduc;
- Chandler, porte d'entrée maritime;
- Le vélo est un moyen de locomotion qui peut permettre de connecter des lieux à voir, à visiter;
- La pêche est une activité à mettre en valeur;
- Développer l'information touristique : implantation d'un bureau d'information en forme de bateau;
- Revitalisation du centre-ville;
- Trois principaux axes devraient guider le développement :
  - l'histoire (dates importantes : 1873, 1913, 1940) : traitement de certains thèmes comme la drave, l'apparition des terres à bois;
  - la forêt et l'occupation humaine;
  - la pêche et son implantation sur le territoire (Bourg de Pabos, histoire des Robins, usines de Newport, etc.);
- En complément : les plages.

## Groupe 5

### **Point de vue sur le positionnement récréotouristique**

- Le récréotouristique contribuera à la diversification économique.

### **Éléments devant supporter le positionnement**

- vision : Chandler comme destination récréotouristique haut de gamme;
- objectif : offre régionale à 100 % 5 étoiles d'ici 5 ans; Chandler aura la réputation d'offrir un service « 5 étoiles », le comportement des employés, des résidants permettra à Chandler de se démarquer;
- golf + marina + plage + rivières à saumon contribueront au positionnement 5 étoiles (dans 5 ans);
- profiter du positionnement de la Baie-des-Chaleurs dans le club des plus belles baies du monde.
- 

### **d) Les trois principales interventions touristiques à mettre en place**

## Groupe 1

### **Priorités**

- Formation sur plusieurs angles.
- Croisières domestiques et internationales.
- Développement d'infrastructures 5 étoiles et rehaussement des infrastructures (hébergement, restauration, réseau d'accueil).

### **Engagements**

- Renouvellement des gens impliqués : apporter de la fraîcheur et des nouvelles idées.

### **Éléments complémentaires**

- Chacun doit être un « ambassadeur » de Chandler.
- Le soutien des organisations avec un guichet de ressources.
- La relève.
- L'identification d'un porte-parole, qui jouera le rôle d'ambassadeur.
- Que sera notre produit d'appel?

## Groupe 2

### **Priorités**

- Revitalisation du centre-ville / aménagement des deux entrées (Pabos et Newport).
- Centre d'interprétation axée sur l'histoire de la forêt et de la pêche.
- Passerelle du Bourg de Pabos, à l'intérieur d'un concept global (chenal, Bourg, Marina).

### **Engagements**

- Concertation des intervenants;
- Implication de tous / développement du sentiment d'appartenance.

### **Éléments complémentaires**

- Un accueil 5 étoiles, teinté de bilinguisme.
- Les services à mettre en place (liés à la clientèle) seront d'une grande qualité.

## Groupe 3

### **Priorités**

- Développement d'une image harmonieuse : engagement d'une personne ressource permanente afin de dynamiser la mise en œuvre et la concertation.
- Newport, village natal de La Bolduc sera une expérience unique.
- Développement du pôle Pointe-de-Pabos – chenal – marina – histoire – villégiature (chalets, campings, camps pour les jeunes).

### **Engagements**

- Aucun

### **Éléments complémentaires**

- Le bénévolat sera valorisé et encouragé.

## Groupe 4

### **Priorités**

- Améliorer l'aspect visuel de la rue commerciale, la 132, et la marina.
- Améliorer et rehausser l'offre en hébergement et restauration (qualité et capacité d'accueil).
- Sensibiliser et mobiliser la population, les gens d'affaires, les acteurs socio-économiques (1<sup>ère</sup> priorité).

### **Engagements**

- Aucun

### **Éléments complémentaires**

- Aucun

## Groupe 5

### **Priorités**

- Création d'un guichet unique (avec des ressources bilingues, trilingues, pouvant compter sur des professionnels et des connaissances).
- Amélioration du centre-ville, avec mise en valeur du patrimoine industriel.
- Partage des idées et des orientations afin de mobiliser l'ensemble de la population.

### **Engagements**

- Consultation publique / implication des citoyens.
- Développement d'un sentiment d'appartenance fort.
- Entraide entre intervenants et opérateurs de produits pour favoriser le maillage (promotion conjointe, développement de l'image, etc.).
- Rôle de leader de la Ville de Chandler : soutien financier / expertises / ressources humaines.

### **Éléments complémentaires**

- Construction d'une halte routière centrale.

- 

.

