



ÉTUDE DE MARCHÉ POUR LE DÉVELOPPEMENT DU TOURISME NAUTIQUE DANS LES VOIES D'ENTRÉE NAVIGABLES DU SAINT-LAURENT

247704-001 | Mars 2018



**Raymond Chabot
Grant Thornton**

L'instinct de la croissance ^{MC}

Présentée au :

Ministère du Tourisme

Mars 2018

**Raymond Chabot
Grant Thornton & Cie S.E.N.C.R.L.**
Bureau 2000
Tour de la Banque Nationale
600, rue De La Gauchetière Ouest
Montréal (Québec) H3B 4L8

T 514 878-2691

Monsieur Éric Julien
Ministère du tourisme du Québec
1255, rue Peel, bureau 400
Montréal (Québec) H3B 4V4

**Objet : Rapport – Étude de marché pour le développement du tourisme nautique
dans les voies d'entrée navigables du Saint-Laurent**

Monsieur,

Nous avons le plaisir de vous soumettre notre rapport relatif à l'étude de marché pour le développement du tourisme nautique dans les voies d'entrée navigables du Saint-Laurent. Nous espérons que nos constats vis-à-vis de la situation actuelle, nos recommandations et les pistes de solution proposées vous aideront à atteindre vos objectifs.

Nous vous remercions de la confiance que vous nous témoignez et nous demeurons à votre disposition pour toute assistance supplémentaire ou pour vous accompagner dans la poursuite de vos objectifs.

Pour toute information supplémentaire, nous vous invitons à communiquer avec M. Denis Brisebois au 514 390-4186.

En espérant avoir l'occasion de partager vos défis, nous vous prions de recevoir, Monsieur, nos salutations les plus distinguées.


Denis Brisebois
Directeur principal – Conseil en management

MISE EN GARDE

Nous tenons à attirer l'attention du lecteur sur les limites de la présente étude.

La firme Raymond Chabot Grant Thornton (RCGT) a réalisé, pour le bénéfice du ministère du Tourisme (ministère), la présente étude de marché dont le mandat a été d'apporter des recommandations stratégiques qui permettront d'orienter le ministère dans sa mission de développement touristique dans le secteur nautique au Québec.

En ce qui concerne l'étude réalisée auprès des plaisanciers, le nombre de répondants à l'étude s'est avéré peu élevé sur les marchés en provenance des États-Unis et Provinces Maritimes à cause des difficultés liées à la qualité des listes de plaisanciers des associations ayant accepté de participer à l'étude, et ce malgré les nombreuses communications et multiples relances effectuées conjointement par RCGT et par la firme chargée de la collecte de données IPSOS. Ceci nous pousse à avertir le lecteur que ce taux de réponse ne permet pas de conclure à la représentativité de l'échantillon sur ces segments. Dans ce contexte, nous avons détaillé le nombre de répondants par question afin d'éclairer au mieux le lecteur sur le niveau de fiabilité des données.

Nous sommes d'avis que les résultats obtenus à l'aide des données du sondage des plaisanciers provenant des États-Unis et des Provinces Maritimes ne peuvent être extrapolés à l'ensemble de ces populations. Néanmoins, ces données peuvent être utiles car elles sont représentatives de tendances.

Cette étude fournit des indications intéressantes pour enrichir les connaissances à l'égard du tourisme nautique au Québec et le ministère se garde le droit de diffuser en tout ou en partie l'information présentée au présent rapport, et ce, sous la forme qui lui convient.

Table des matières

1. Introduction	2
2. Portrait de la demande	3
3. Portrait de l'offre	21
4. Projections, constats et diagnostic	47
5. Recommandations et plan d'action	57
Annexes	61
Liste des abréviations	62
Glossaire des termes et définitions en tourisme nautique.	63
Répertoire des marinas au Québec.....	66
Provenance des plaisanciers répondants.....	72

1. Introduction

Ce mandat s'inscrit dans lignée de l'un des grands axes de développement évoqué au Plan de Développement de l'Industrie Touristique 2012-2020 (PDIT), à savoir :

« **Faire du Saint-Laurent une icône touristique de calibre international** ».

Cette vision a été reprise par la Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020, qui vise à faire du Saint-Laurent une destination qui « *jouira d'une notoriété auprès des clientèles étrangères et bénéficiera d'un développement durable aux retombées économiques considérables* ».

Objectifs

Dans ce contexte, *l'étude de marché pour le développement du tourisme nautique dans les voies d'entrée navigables du Saint-Laurent*, vise à apporter des recommandations stratégiques qui permettront d'orienter le Ministère du Tourisme dans sa mission de développement touristique dans le secteur nautique au Québec. À travers cette étude, le ministère du Tourisme souhaite :

- Dresser un portrait du tourisme nautique sur le Saint-Laurent et ses voies d'entrée navigables.
- Réaliser une étude de marché décrivant le marché cible du tourisme nautique sur le Saint-Laurent
- Analyser la concurrence du Québec sur le marché global considéré.
- Apprécier l'offre actuelle et les besoins pour l'adapter à la demande pressentie.
- Identifier les orientations et les pistes d'action pour développer l'industrie touristique nautique et les conditions de succès.

Méthodologie

Pour réaliser cette étude de marché, un portrait de l'offre et de la demande a été effectué à travers deux enquêtes. L'une portait sur la demande et concernait la clientèle de plaisanciers des marchés cibles préalablement identifiés par le Ministère: Québec, Ontario, États-Unis et provinces maritimes. L'autre enquête concernait l'offre (marinas) nautique.

Les informations recueillies à travers ces enquêtes ont permis de réaliser un diagnostic sur la situation actuelle et de dégager des constats et des enjeux de développement. Une liste des abréviations utilisées ainsi qu'un glossaire des termes et définitions en tourisme nautique sont disponibles en annexes de ce document. Le rapport final présente l'ensemble des informations du diagnostic et les recommandations et les conditions de succès pour le développement du tourisme nautique dans les voies d'entrée navigables du Saint-Laurent.

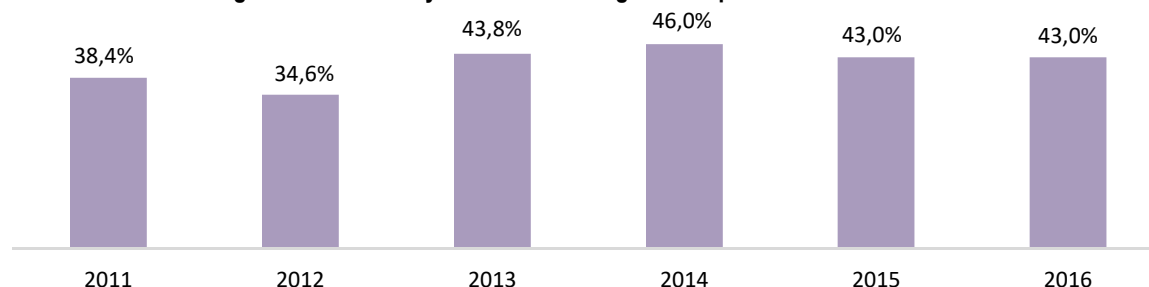
2. Portrait de la demande

2.1. PORTRAIT GLOBAL

Observons d'abord quelques éléments généraux sur le marché du nautisme nord-américain.

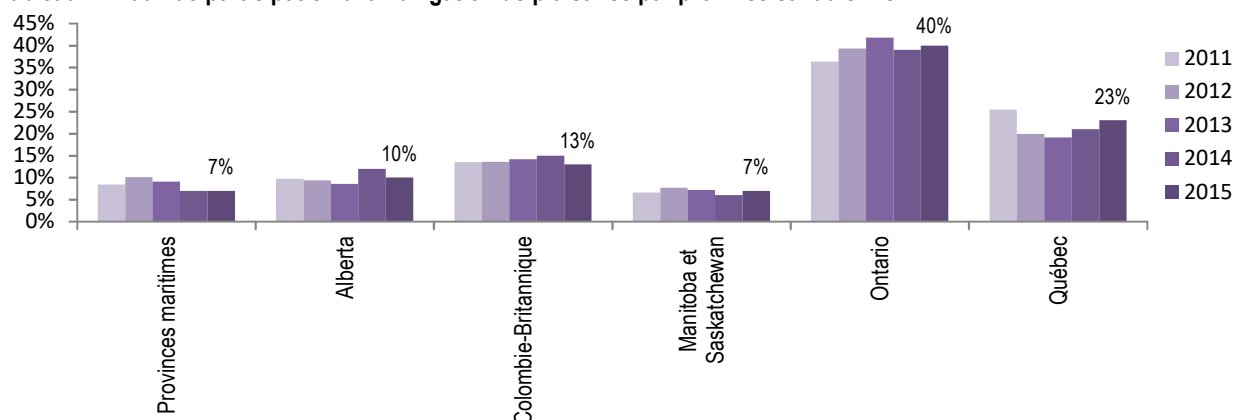
Le taux de participation à la navigation de plaisance est en croissance depuis 2012 au Canada avec un sommet atteint en 2014. En effet, les Canadiens étaient 35 % (9,4 millions de personnes) à avoir fait de la navigation de plaisance en 2012, tandis qu'ils étaient 43 % à en avoir fait en 2016. En 2016 on comptait 4,3 millions de bateaux à moteur¹ au Canada, et si l'on ajoute à cela les embarcations à propulsion humaine (comprenant les canoés, kayaks, etc.) on obtient alors un total de 8,6 millions de bateaux.

Tableau 1 : Pourcentage de Canadiens ayant fait de la navigation de plaisance dans l'année²



Au Canada, le taux de participation à la navigation de plaisance est le plus élevé chez les Ontariens. 40% des plaisanciers canadiens sont issus de l'Ontario en 2015. Viennent ensuite les Québécois, avec un taux de participation de 23 %. Les provinces maritimes ne représentent que 7 % des plaisanciers canadiens.

Tableau 2 : Taux de participation à la navigation de plaisance par province canadienne³



¹ NMMA, 2012, *The Economic Impact of Recreational Boating in Canada*. Les bateaux à moteurs désignent les embarcations enregistrées au Canada (ce qui exclue donc les embarcations de moins de 10HP, les kayaks, les pédalos, etc.).

² NMMA, 2016 *Canadian recreational boating statistical abstract*

³ NMMA, 2016 *Canadian recreational boating statistical abstract*

Le volume des ventes de bateaux neufs⁴ est en baisse depuis 2010 et se situe actuellement autour de 37 000 unités par an au Canada. Les ventes de bateaux d'occasion⁵ avoisinent les 64 000 unités par an.

Tableau 3 : Ventes de bateaux neufs au Canada en volume⁶

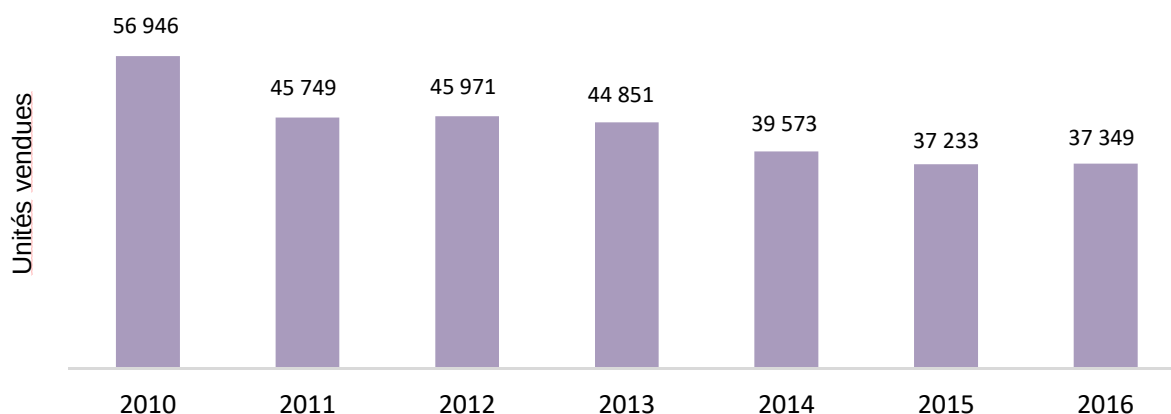
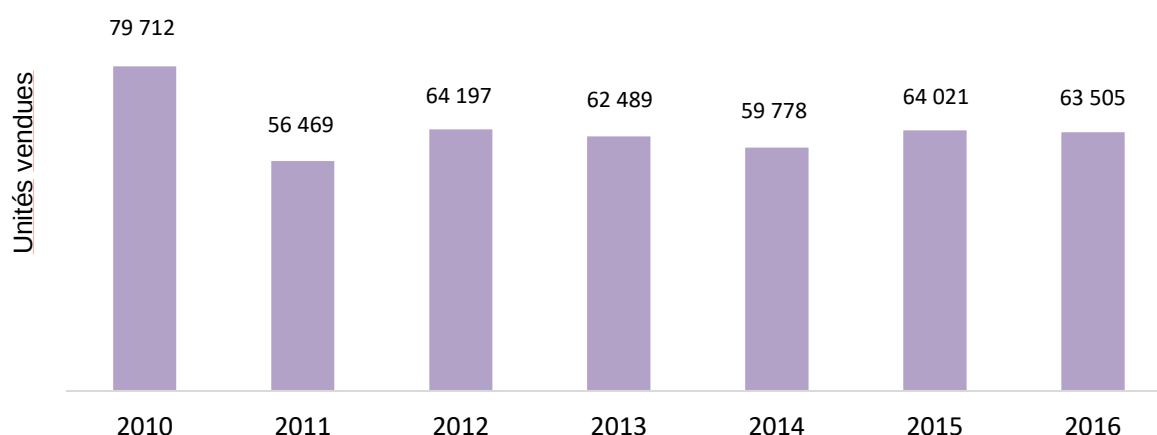


Tableau 4 : Ventes de bateaux d'occasion au Canada en volume⁷



Aux États-Unis, 32,4% de la population (75 millions de personnes) avait effectué de la navigation de plaisance en 2010⁸. En 2015, 11,9 M de bateaux récréatifs⁹ étaient enregistrés par la Garde côtière américaine (0,5% de plus qu'en 2014)¹⁰.

⁴ Les ventes de bateaux neufs désignent les ventes au détail d'embarcations nécessitant d'être enregistrées au Canada (ce qui exclue donc les embarcations de moins de 10HP, les kayaks, les pédalos, etc.).

⁵ Les ventes de bateaux d'occasion désignent les ventes d'embarcations usagées nécessitant d'être enregistrées au Canada (ce qui exclue donc les embarcations de moins de 10HP, les kayaks, les pédalos, etc.).

⁶ NMMA, 2017, à partir de données provenant de Transport Canada

⁷ NMMA, 2017, à partir de données provenant de Transport Canada

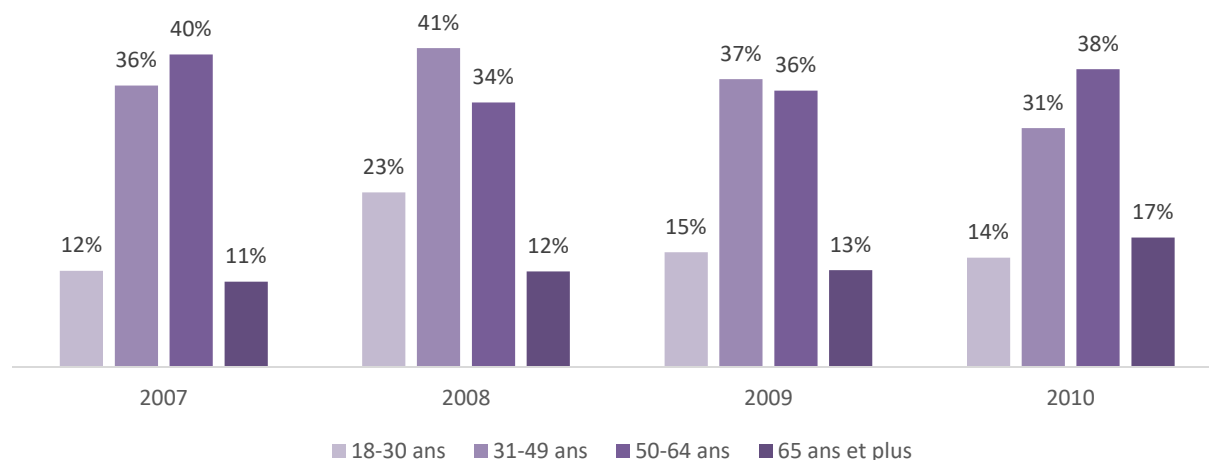
⁸ NMMA, 2011, *Recreational Vessel Propeller Strike and Carbon Monoxide Poisoning Casualty Prevention*

⁹ Les bateaux récréatifs désignent les ventes au détail d'embarcations nécessitant d'être enregistrées au Canada (ce qui exclue donc les embarcations de moins de 10HP, les kayaks, les pédalos, etc.).

¹⁰ U.S. Coast Guard, 2016, *Recreational Boating Statistics 2015*.

L'âge moyen des personnes qui achètent un bateau augmente d'environ 6 mois chaque année¹¹. De 1998 à 2011, l'âge moyen des propriétaires de bateaux américains a augmenté de 6 ans environ, soit environ trois fois plus rapidement que l'âge moyen de la population aux États-Unis¹².

Tableau 5 : Évolution de l'âge des propriétaires de bateaux américains, de 2007 à 2010¹³



¹¹ Info-Link, 2012, *Boat Buyer Age by Propulsion*

¹² BoatingIndustry, June 14, 2013, *Hope in the aging buyer*

¹³ NMMA, December 13, 2011, *Recreational Boating Industry Trends*

2.2. ENQUÊTE AUPRÈS DES PLAISANCIERS NORD-AMÉRICAINS

MÉTHODOLOGIE

L'enquête auprès des plaisanciers nord-américains constitue une source d'information majeure de cette étude de marché. Pour être éligibles à répondre à cette enquête en ligne, les répondants devaient être des plaisanciers propriétaires ou locataires d'un bateau de plaisance, à moteur ou à voile, de 22 pieds ou plus. Le questionnaire contenait une cinquantaine de questions. Voici les éléments clés de cette enquête :

Dates de collecte : Du 18 mai au 13 août 2017

Nombre de répondants : 1 096

Régions à l'étude : Québec (n=301)

États-Unis (n=97). La définition des régions américaines est celle du MTO :

- **Centre ouest:** Colorado, Dakota du Nord, Dakota du Sud, Illinois, Indiana¹⁴, Iowa, Kansas, Kentucky, Michigan, Minnesota, Missouri, Montana, Nebraska, Ohio, Wisconsin, Wyoming.
- **Atlantique centre:** Connecticut, Delaware, Maryland, New Jersey, New York, Pennsylvanie, Virginia, West Virginia, Washington DC.
- **Nouvelle Angleterre:** Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island, Vermont.

Ontario (n=676)

Provinces atlantiques¹⁵ (n=22)¹⁶

Source: Liste de contacts provenant de diverses sources. Les invitations à répondre ont été envoyées directement par les associations et marinas.

- Québec: Association maritime du Québec.
- Ontario: Toronto Boat Show (Infolettre The Captain's Club).
- Provinces atlantiques: marinas.
- États-Unis: American Boating Association, America's Great Loop Cruisers' Association, marinas.

Pondération : Aucune pondération n'a été appliquée sur les données. Pour ne pas biaiser l'information, les résultats du total des répondants ne sont pas présentés.

Nous présentons ci-après les principaux résultats de l'étude sous les aspects suivants :

- Profil des plaisanciers nord-américains
- Comportement et habitudes de navigation des plaisanciers nord-américains
- Portrait des séjours de navigation au Québec
- Perception et satisfaction de la destination québécoise

Lorsque l'échantillon était de très petite taille (inférieur à 10 répondants), nous avons choisi de ne pas présenter les données et l'avons signalé par le signe *. Nous avons choisi de présenter les données pour

¹⁴ Aucun répondant provenant de l'Indiana n'a répondu au sondage.

¹⁵ Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse, Île-du-Prince-Édouard, Terre-Neuve.

¹⁶ Le nombre de répondants des provinces maritimes étant très faible, les données présentées concernant les provinces maritimes doivent être appréhendées avec réserve et sont présentées à titre indicatif seulement. Elles ne peuvent être considérées comme représentatives de la population des provinces maritimes.

lesquelles l'échantillon était de 10 répondants ou plus, cependant nous invitons le lecteur à considérer avec prudence les résultats pour lesquels l'échantillon est compris entre 10 et 30 répondants en raison de la faible représentativité statistique de cet échantillon.

PROFIL DES PLAISANCIERS NORD-AMÉRICAINS

Tableau 6 : Taille du bateau de plaisance¹⁷

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Moins de 22 pieds	1,3 %	4,0 %	9,1 %	3,1 %
22 à 25 pieds	16,9 %	25,0 %	13,6 %	10,3 %
26 à 30 pieds	33,9 %	29,1 %	22,7 %	25,8 %
31 pieds ou plus	49,8 %	47,0 %	63,6 %	69,1 %

Q3 : Quelle est la taille du bateau de plaisance que vous possédez ou que vous louez? (n=1096)

Tableau 7 : Type de bateau de plaisance

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
À voile	41,2 %	36,2 %	54,5 %	23,7 %
À moteur	60,1 %	67,8 %	50 %	79,4 %

Q2 : Quel type de bateau de plaisance? (n=1096)

Tableau 8 : Propriétaire ou locataire d'un bateau de plaisance

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Je suis propriétaire d'un bateau de plaisance	97,3 %	97,8 %	100 %	100 %
Je loue un bateau de plaisance	3,3 %	2,7 %	-	1 %

Q1 : Êtes-vous propriétaire ou locataire d'un bateau de plaisance? (n=1096)

Tableau 9 : Nombre moyen de personnes qui composent le ménage

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Nombre d'adultes	2,2	2,3	2,5	2,1
Nombre d'enfants mineurs	0,5	0,3	0,3	0,3
TOTAL	2,7	2,6	2,8	2,4

Q8 : Veuillez inscrire le nombre d'adultes et le nombre d'enfants qui composent votre ménage. (n=1096)

Tableau 10 : Situation actuelle

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Au travail à temps plein (+ de 35 h/sem.)	48,2 %	45,3 %	45,5 %	35,1 %
Au travail à temps partiel (35 h. / sem. ou -)	4,3 %	3,1 %	-	1,0 %
Travailleur autonome	15,9 %	15,1 %	4,5 %	9,3 %
Retraité	30,6 %	35,8 %	50,0 %	52,6 %
Au foyer / Étudiant	0,7 %	0,2 %	-	2,1 %

Q9 : Laquelle des situations suivantes décrit le mieux votre situation actuelle? (n=1096)

¹⁷ Les bateaux de moins de 22 pieds ont été écartés et n'ont pas pris part au reste du sondage. De plus, les sources de collecte (magazines, marinas ou associations nautiques) différaient selon les régions à l'étude et certaines marinas contactées n'ont partagé le sondage qu'avec leurs plaisanciers aux bateaux de 22 pieds et plus, d'où la faible part de bateaux de moins de 22 pieds.

Tableau 11 : Niveau de scolarité

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Primaire	0,7 %	0,6 %	4,5 %	-
Secondaire général ou professionnel	20,6 %	12,4 %	13,6 %	9,3 %
Collégial préuniversitaire ou professionnel technique	31,2 %	39,9 %	13,6 %	14,4 %
Universitaire	47,5 %	47,0 %	68,2 %	76,3 %

Q : Quel est le plus haut niveau de scolarité que vous ayez complété? (n=999)

Tableau 12 : Revenu annuel

	Québec	Ontario	USA
Moins de 40 000 \$	4,4 %	1,9 %	2,1 %
Entre 40 000 \$ et 79 999 \$	20,6 %	11,5 %	9,3 %
Entre 80 000 \$ et 119 999 \$	21,6 %	20,9 %	21,7 %
Entre 120 000 \$ et 199 999 \$	24,6 %	24,6 %	26,8 %
200 000 \$ et plus	13,0 %	12,7 %	13,4 %
Je préfère ne pas répondre	15,9 %	28,4 %	26,8 %

Q : Dans laquelle des catégories suivantes se situe le revenu annuel de l'ensemble des membres de votre ménage avant impôts pour l'année 2016? (n=1096)

COMPORTEMENT ET HABITUDES DE NAVIGATION DES PLAISANCIERS NORD-AMÉRICAINS

Tableau 13: Type de navigation préféré

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Les circuits nautiques par voie navigable	40,2 %	23,4 %	18,2 %	32,0 %
Les circuits nautiques sur grand plan d'eau	33,6 %	30,8 %	50,0 %	25,8 %
Les destinations soleil	11,6 %	20,6 %	18,2 %	16,5 %
Les destinations urbaines	6,3 %	7,8 %	9,1 %	6,2 %
Aucune préférence	4,7 %	9,6 %	4,5 %	10,3 %

Q9 : Quel(s) type(s) de navigation(s) préférez-vous faire? (n=1096)

Tableau 14: Destinations déjà visitées pour séjours de navigation

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Ontario	49,5 %	90,1 %	27,3 %	38,1 %
États-Unis	43,9 %	37,9 %	40,9 %	91,8 %
Québec	88,7 %	13,2 %	18,2 %	6,2 %
Provinces maritimes	14,0 %	5,5 %	81,8 %	4,1 %
Autres provinces	1,3 %	4,6 %	9,1 %	8,2 %
Autres pays	17,9 %	20,0 %	22,7 %	19,6 %
Jamais fait de séjours de navigation de plusieurs jours	7,0 %	7,0 %	13,6 %	6,2 %

Q42 : Quelles destinations avez-vous déjà visitées pour des séjours de navigation? (n=1096)

Tableau 15: Type de sorties en 2016

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Sorties d'une journée	68,1 %	58,6 %	68,2 %	58,8 %
Sorties de 2 jours	49,8 %	38,0 %	40,9 %	39,2 %
Sorties de 3 à 7 jours	44,2 %	40,4 %	27,3 %	41,2 %
Sorties de 8 jours ou plus	42,5 %	34,0 %	31,8 %	39,2 %
Aucune sortie en 2016	3,0 %	3,4 %	-	3,1 %

Q5 : Veuillez sélectionner tous les types de sorties que vous avez effectuées en 2016. (n=1096)

Tableau 16 : Nombre moyen de sorties en 2016

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Sorties d'une journée (n=673)	16,8	16,8	16,7	17,0
Sorties de 2 jours (n=454)	5,2	5,0	5,3	4,9
Sorties de 3 à 7 jours (n=452)	2,9	3,2	2,2	2,3
Sorties de 8 jours ou plus (n=403)	3,6	3,8	2,1	8,4

Q6 : Et combien de fois avez-vous fait chacune de ces sorties en 2016?

Tableau 17 : Nombre de milles nautiques prêt à parcourir pour un séjour de plusieurs jours

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Moins de 20 milles nautiques	5,6 %	9,8 %	-	2,4 %
Entre 20 et 29 milles nautiques	21,8 %	27,2 %	30,8 %	9,8 %
Entre 30 et 39 milles nautiques	18,5 %	19,7 %	-	24,4 %
Entre 40 et 49 milles nautiques	17,7 %	16,9 %	23,1 %	29,3 %
Entre 50 et 59 milles nautiques	8,1 %	13,0 %	15,4 %	12,2 %
Entre 60 et 69 milles nautiques	9,7 %	3,5 %	7,7 %	7,3 %
Plus de 70 milles nautiques	18,5 %	9,8 %	23,1 %	14,6 %

Q11 : Jusqu'à combien de milles nautiques seriez-vous prêts à parcourir par jour lors d'un séjour de navigation de plusieurs jours? (n=432)¹⁸

Tableau 18 : Facteurs d'influence pour la destination

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
La température	47,8 %	60,5 %	63,6 %	66,0 %
Les conditions de navigation	49,5 %	48,2 %	40,9 %	56,7 %
Les possibilités intéressantes pour le mouillage	40,9 %	41,9 %	50,0 %	30,9 %
La distance à parcourir en bateau	41,2 %	37,6 %	59,1 %	42,3 %
L'intérêt pour les plans d'eau	42,2 %	32,0 %	27,3 %	42,3 %
Les panoramas et les paysages	45,2 %	30,6 %	31,8 %	32,0 %
Les attraits et les activités	31,9 %	31,1 %	13,6 %	51,5 %
Le lieu final de destination	25,9 %	32,7 %	18,2 %	43,3 %
Les équipements et les services le long des circuits	23,6 %	15,5 %	18,2 %	14,4 %
Les écluses	15,0 %	13,9 %	-	7,2 %
La visite de parents et/ou d'amis	10,3 %	8,4 %	-	5,2 %

Q10 : Lorsque vous planifiez des séjours, quels sont les principaux facteurs ayant une influence sur le choix de votre destination? (n=1096)

Tableau 19 : Facteurs d'influence pour la marina ou lieu de mise à l'eau

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Proximité de la résidence principale	30,9 %	26,3 %	31,8 %	20,6 %
Qualité des infrastructures (quais modernes, belle capitainerie, etc.)	16,9 %	10,8 %	9,1 %	20,6 %
Coûts des emplacements à quai ou de mise à l'eau	12,3 %	11,8 %	9,1 %	16,5 %
Services offerts dans la marina	7,3 %	11,5 %	22,7 %	13,4 %
Ambiance et animation dans la marina	4,3 %	9,5 %	9,1 %	4,1 %
Attraits à proximité	9,6 %	5,9 %	-	9,3 %
Beauté des paysages	5,0 %	6,7 %	-	3,1 %
Proximité de la résidence secondaire	2,0 %	6,8 %	-	3,1 %
Disponibilité rapide des emplacements à quai	1,7 %	3,1 %	9,1 %	4,1 %
Sécurité dans la marina	3,7 %	1,5 %	4,5 %	4,1 %

Q43 : Quels principaux facteurs vous influencent pour choisir la marina où vous louez un emplacement saisonnier/le lieu où vous effectuerez la mise à l'eau de votre bateau? (n=1096)

¹⁸ Les 432 personnes qui ont répondu à la Q11 sont ceux qui ont donné la « distance » comme réponse à la question précédente (Q10), c'est-à-dire ceux dont la distance influence leur choix de destination. En effet, à la Q10, on demandait « Lorsque vous planifiez des séjours, quels sont les principaux facteurs ayant une influence sur le choix de votre destination ? ». Et, à ceux qui ont répondu « la distance » (ils étaient 432), nous avons alors posé la Q11, soit « La distance semble être un des éléments qui influence votre choix de destination. Jusqu'à combien de milles nautiques seriez-vous prêts à parcourir par jour lors d'un séjour de navigation de plusieurs jours ? ». Les répondants qui ne sont pas influencés par la distance, ne répondait pas à la Q11.

Tableau 20 : Importance de facteurs dans le cadre d'un séjour de navigation (note moyenne sur une échelle de 1 à 10)

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Beauté des paysages	7,88	7,32	7,05	7,12
Sécurité dans les marinas	7,64	7,38	6,59	7,67
Nombre suffisant de places à quai disponibles	7,53	7,21	6,18	6,84
Possibilités intéressantes pour le mouillage	7,22	6,89	6,73	6,04
Qualité des infrastructures (quais modernes, belle capitainerie, etc.)	7,00	6,79	6,45	7,39
Services offerts dans les marinas	7,18	6,94	6,14	7,36
Restaurants et divertissements à proximité	6,69	6,74	6,18	7,55
Visite des attraits à proximité	6,64	6,11	5,18	6,90
Visite de villes et localités	6,24	6,09	5,18	6,96
Baignade	6,04	6,12	4,27	4,69
Ambiance et animation dans les marinas	5,22	6,47	6,41	6,99
Magasinage	3,90	4,81	2,50	4,85

Q12 : Quelle importance accordez-vous aux facteurs suivants, dans le cadre d'un séjour de navigation de plusieurs jours? (n=1096)

Tableau 21 : Date de la dernière sortie ou du dernier séjour de navigation au Québec

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Sorties d'une journée				
Au cours de la dernière année	80,1 %	2,4 %	4,5 %	-
Au cours des 2 à 3 dernières années	6,6 %	2,1 %	-	2,1 %
Au cours des 4 à 5 dernières années	5,3 %	1,2 %	-	1,0 %
Il y a plus de 5 ans	4,7 %	5,0 %	4,5 %	1,0 %
Jamais fait ce type de sorties au Québec	3,3 %	89,3 %	90,9 %	95,9 %
Sorties de 2 jours				
Au cours de la dernière année	80,1 %	2,4 %	4,5 %	-
Au cours des 2 à 3 dernières années	6,6 %	2,1 %	-	2,1 %
Au cours des 4 à 5 dernières années	5,3 %	1,2 %	-	1,0 %
Il y a plus de 5 ans	4,7 %	5,0 %	4,5 %	1,0 %
Jamais fait ce type de sorties au Québec	3,3 %	89,3 %	90,9 %	95,9 %
Sorties de 3 à 7 jours				
Au cours de la dernière année	80,1 %	2,4 %	4,5 %	-
Au cours des 2 à 3 dernières années	6,6 %	2,1 %	-	2,1 %
Au cours des 4 à 5 dernières années	5,3 %	1,2 %	-	1,0 %
Il y a plus de 5 ans	4,7 %	5,0 %	4,5 %	1,0 %
Jamais fait ce type de sorties au Québec	3,3 %	89,3 %	90,9 %	95,9 %
Sorties de 8 jours ou plus				
Au cours de la dernière année	80,1 %	2,4 %	4,5 %	-
Au cours des 2 à 3 dernières années	6,6 %	2,1 %	-	2,1 %
Au cours des 4 à 5 dernières années	5,3 %	1,2 %	-	1,0 %
Il y a plus de 5 ans	4,7 %	5,0 %	4,5 %	1,0 %
Jamais fait ce type de sorties au Québec	3,3 %	89,3 %	90,9 %	95,9 %

Q40 : Quand avez-vous effectué pour la dernière fois des séjours de navigation au Québec? (n=1096)¹⁹

¹⁹ On remarque une légère différence entre le nombre de personnes qui disent avoir fait des séjours de plusieurs jours au Québec au tableau 14 et au tableaux 21 et 22. Au tableau 14, si on ne regarde que les Québécois, c'est 267 Québécois qui ont répondu avoir visités le Québec pour des séjours de navigation incluant une nuitée. Aux tableaux 21 et 22, c'est 271 Québécois qui ont répondu à cette question parce qu'ils ont fait un séjour de 2 jours ou plus. Il s'agit donc d'un écart de 4 personnes (sur les 301 Québécois interrogés), qui n'ont pas parfaitement été cohérents dans leurs réponses d'une question à l'autre. C'est très peu. Nous nous attendions d'ailleurs à obtenir des variations entre ces questions et l'avons d'ailleurs pris en compte au moment de rédiger le questionnaire. Compte tenu de la complexité du questionnaire, nous avons convenu qu'il était plus simple de poser le maximum de questions à tout le monde et d'ajouter un choix de réponse d'exclusion (ex. : *N'a jamais fait de séjour au Québec*), plutôt que de faire des sauts complexes qui risquaient de délaissier une partie des répondants. Nous avons fait ce choix consciemment, sachant qu'il y aurait quelques cas de réponse différente.

Tableau 22 : Voies navigables les plus souvent utilisées au Québec

	Québec (n=271)	Ontario (n=103)	Maritimes (n=5)	USA (n=9)
Saint-Laurent : Montréal – Sorel – Québec	47,6 %	45,6 %	**	**
Saint-Laurent : Québec – Tadoussac	37,3 %	12,6 %	**	**
Mille-Îles	11,1 %	48,5 %	**	**
Canal Rideau	8,1 %	39,8 %	**	**
Rivière Richelieu	21,8 %	5,8 %	**	**
Rivière Saguenay	21,4 %	1,0 %	**	**
Lac Deux-Montagnes – Rivière des Outaouais	20,3 %	8,7 %	**	**
Lac Champlain	16,6 %	7,8 %	**	**
Lac St-Louis – Lac St-François	15,5 %	6,8 %	**	**
Golfe du Saint-Laurent – îles de la Madeleine	12,2 %	8,7 %	**	**
Baie des Chaleurs	4,8 %	-	**	**
Lac-Saint-Jean	2,6 %	-	**	**
Autre	4,1 %	12,6 %	**	**

Q20 : Quelles sont les voies navigables que vous utilisez le plus souvent pour effectuer des séjours de plusieurs jours de navigation au Québec? (n=388)²⁰

Tableau 23 : Voies navigables plus souvent utilisées en Ontario

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Mille-Îles	37,5 %	15,5 %	13,6 %	9,3 %
Lac Ontario	21,6 %	38,2 %	13,6 %	15,5 %
Canal Rideau	18,3 %	7,1 %	-	3,1 %
Outaouais	15,3 %	0,4 %	-	-
Autre	5,3 %	5,8 %	4,5 %	1,0 %
Canal Trent-Severn	2,7 %	32,4 %	4,5 %	15,5 %
Lac Érié	1,7 %	10,1 %	4,5 %	9,3 %
Baie Georgienne	1,7 %	35,1 %	-	13,4 %
Lac Huron	1,0 %	10,5 %	-	6,2 %
North Channel	1,3 %	15,5 %	-	11,3 %
Canal Oswego	1,0 %	2,1 %	-	7,2 %
St Clair	0,3 %	2,8 %	-	4,1 %
Lac Supérieur	-	1,2 %	-	1,0 %
Jamais fait de séjour en Ontario	41,9 %	8,1 %	72,7 %	58,8 %

²⁰ Base = les répondants ayant précédemment indiqué avoir effectué un séjour de navigation au Québec.

Q21 : Quelles sont les voies navigables que vous utilisez le plus souvent pour effectuer des séjours de plusieurs jours de navigation en Ontario? (n=1096)

Tableau 24 : Voies navigables plus souvent utilisées aux États-Unis

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Lac Champlain	36,9 %	1,0 %	4,5 %	8,2 %
Mille-Îles	18,3 %	13,8 %	4,5 %	7,2 %
Lac Ontario	10,3 %	25,9 %	4,5 %	10,3 %
Rivière Hudson	9,0 %	2,5 %	9,1 %	6,2 %
Atlantique	5,6 %	3,0 %	40,9 %	13,4 %
Intra Coastal	5,0 %	4,6 %	13,6 %	24,7 %
Floride	3,0 %	6,1 %	4,5 %	17,5 %
Long Island	2,7 %	0,6 %	4,5 %	5,2 %
Lac Érié	-	12,0 %	-	14,4 %
Canal Érié	0,3 %	7,4 %	4,5 %	17,5 %
Finger Lakes	0,7 %	1,6 %	-	3,1 %
Lac Michigan	0,3 %	3,8 %	-	14,4 %
Detroit River	-	2,4 %	-	3,1 %
St Clair	-	5,5 %	-	5,2 %
Lac Supérieur	-	1,3 %	-	3,1 %
Great Loop	-	0,7 %	-	27,8 %
Jamais fait de séjours aux États-Unis	44,2 %	44,7 %	50,0 %	8,2 %

Q22 : Quelles sont les voies navigables que vous utilisez le plus souvent pour effectuer des séjours de plusieurs jours de navigation aux États-Unis? (n=1096)

Tableau 25 : Nombre moyen de navigations de plusieurs jours au Québec au cours des 3 dernières années

	Québec (n=230)	Ontario (n=43)	Maritimes (n=4)	USA (n=5)
Nombre de navigations de plusieurs jours au Québec	8,67	2,05	**	**

Q24 : Au cours des 3 dernières années, combien de fois avez-vous navigué au Québec pour des séjours de plusieurs jours? (n=282)

Tableau 26 : Raison de n'avoir jamais effectué de séjour au Québec

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
La distance à parcourir en bateau	10,0 %	53,4 %	82,4 %	45,5 %
La langue parlée dans les écluses, les marinas et les lieux visités	-	11,3 %	11,8 %	2,3 %
Je ne connais pas suffisamment le Québec et ses possibilités de voyage	6,7 %	7,0 %	-	9,1 %
Les conditions d'accès dans la voie maritime du Saint-Laurent	3,3 %	2,4 %	-	1,1 %
L'offre touristique d'autres destinations est plus intéressante	3,3 %	2,6 %	-	1,1 %
Les canaux (écluses)	-	1,7 %	-	2,3 %
Les conditions de navigation	3,3 %	0,9 %	-	3,4 %
Le prix des services	6,7 %	-	-	-
La température	3,3 %	0,3 %	-	1,1 %
Autre	-	1,2 %	-	9,1 %
Ne sait pas	36,7 %	10,5 %	5,9 %	8,0 %

Q25 : Pourquoi n'avez-vous jamais effectué de séjours de navigation au Québec? (n=708)

Tableau 27 : Intérêt à faire un séjour de navigation au Québec (noté sur une échelle allant de 1 à 10)

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Intérêt à faire un séjour de navigation au Québec (note sur 10)	8,09	3,73	3,50	5,71

Q29 : Quel est votre intérêt à faire un séjour de navigation au Québec? (n=1096)

Tableau 28 : Connaissance des axes nautiques majeurs au Québec

	Ontario	Maritimes	USA
Canal Rideau	88,2 %	72,7 %	68,0 %
Saint-Laurent : Montréal – Sorel – Québec	76,6 %	77,3 %	83,5 %
Lac Champlain	72,3 %	77,3 %	91,8 %
Golfe du Saint-Laurent – îles de la Madeleine	71,9 %	90,9 %	57,7 %
Saint-Laurent : Québec – Tadoussac	64,2 %	59,1 %	52,6 %
Rivière Saguenay	42,6 %	59,1 %	5,2 %
Rivière Richelieu	35,8 %	50,0 %	55,7 %
Lac Deux-Montagnes – Rivière des Outaouais	21,4 %	18,2 %	5,2 %
Lac-Saint-Jean	20,9 %	27,3 %	14,4 %
Lac St-Louis – Lac St-François	18,9 %	27,3 %	13,4 %
Baie des Chaleurs	12,7 %	63,6 %	4,1 %

Q26 : Connaissez-vous ou avez-vous déjà entendu parler des axes nautiques majeurs suivants du Québec, qui sont accessibles aux plaisanciers? (n=1096)

Tableau 29 : Axes nautiques fréquentés au Québec²¹

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Saint-Laurent : Montréal – Sorel – Québec	69,1 %	6,8 %	5,9 %	2,5 %
Saint-Laurent : Québec – Tadoussac	50,4 %	3,7 %	15,4 %	-
Lac St-Louis – Lac St-François	47,9 %	14,1 %	16,7 %	21,8 %
Rivière Richelieu	45,8 %	4,5 %	9,1 %	3,7 %
Lac Deux-Montagnes – Rivière des Outaouais	38,9 %	10,3 %	25,0 %	40,0 %
Rivière Saguenay	36,2 %	1,4 %	7,7 %	-
Lac Champlain	31,9 %	3,7 %	5,9 %	14,6 %
Canal Rideau	28,1 %	16,3 %	6,3 %	4,5 %
Golfe du Saint-Laurent – îles de la Madeleine	19,3 %	2,5 %	10,0 %	-
Baie des Chaleurs	15,4 %	2,3 %	7,1 %	-
Lac-Saint-Jean	8,7 %	3,5 %	-	-

Q27 : Au cours des 3 dernières années, avez-vous fréquenté ces axes nautiques majeurs au Québec? (n=894)

Tableau 30 : Facteurs d'influence du choix de faire de la navigation au Québec

	Québec (n=271)	Ontario (n=103)	Maritimes (n=5)	USA (n=9)
L'intérêt pour les plans d'eau	59,4 %	34,0 %	**	**
Les panoramas et les paysages	56,1 %	36,9 %	**	**
La distance à parcourir en bateau	54,2 %	17,5 %	**	**
Les conditions de navigation	53,5 %	15,5 %	**	**
Le lieu final de destination	39,1 %	28,2 %	**	**
Les attraits et les activités	32,1 %	26,2 %	**	**
La température	36,2 %	11,7 %	**	**
La visite de villes et localités (autre que Montréal et Québec)	23,6 %	26,2 %	**	**
La visite de la ville de Montréal	15,5 %	39,8 %	**	**
Les équipements et les services le long des circuits	21,4 %	8,7 %	**	**
Les écluses	16,2 %	16,5 %	**	**
La visite de la ville de Québec	13,7 %	17,5 %	**	**
La visite de parents et/ou d'amis	9,6 %	15,5 %	**	**

Q31 : Qu'est-ce qui avait influencé votre choix de naviguer au Québec pour un séjour de quelques jours? (n=388)

²¹ Ces résultats sont présentés à titre indicatif, mais l'échantillon (n) variant selon les choix de réponses proposées, il n'est pas possible d'établir de comparaison entre les axes nautiques.

PORTRAIT DES SÉJOURS DE NAVIGATION DES PLAISANCIERS

Cette section porte sur les séjours de navigation effectués par les plaisanciers.

Tableau 31 : Durée moyenne du dernier séjour de navigation

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Durée du séjour (nombre de jours)	10,0	12,4	14,8	30,6

Q41 : Quelle a été la durée de votre dernier séjour de navigation? (n=1096)

Tableau 32 : Nombre de personnes lors du séjour

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Seul	2 %	2,4 %	13,6 %	5, 2 %
Une	41,9 %	21,7 %	22,7 %	24,7 %
Deux	20,3 %	32,8 %	27,3 %	29,9 %
Trois	12,3 %	11,2 %	9,1 %	11,3 %
Quatre	10,6 %	13,5 %	4,5 %	10,3 %
Cinq et plus	6,3 %	9,2 %	9,1 %	11,3 %
Jamais fait de séjour	6,6 %	9,2 %	13,6 %	7,2 %
Nombre moyen d'accompagnants	2,21	2,69	3,31	2,85
Nombre total de personnes	3,21	3,69	4,31	3,85

Q7 : Combien de personnes vous ont accompagné lors de votre dernier séjour? (n=1096)

Tableau 33 : Dépenses moyennes du dernier séjour

	Québec	Ontario	Maritimes	USA (usd)
Essence	511,99 \$	474,15 \$	358,95 \$	708,12 \$
Location d'emplacement à quai	332,05 \$	210,04 \$	377,63 \$	746,96 \$
Frais divers (y compris les frais d'écluses)	111,22 \$	75,32 \$	64,21 \$	68,21 \$
Nourriture et restauration	308,06 \$	316,60 \$	293,95 \$	666,47 \$
Frais de navigation	45,25 \$	66,24 \$	28,95 \$	45,35 \$
Vidange septique	22,20 \$	24,64 \$	8,32 \$	13,53 \$
Magasinage et divertissement	130,43 \$	183,99 \$	75,79 \$	257,24 \$
Autres	28,44 \$	58,05 \$	116,84 \$	207,65 \$
Nombre de navigations de plusieurs jours au Québec	8,67	2,05	1,50	1,40
TOTAL	1 490 \$	1 409 \$	1 325 \$	2 714 \$

Q38 : Combien avez-vous dépensé au total lors de votre dernier séjour? (n=1096)

PERCEPTION ET SATISFACTION DE LA DESTINATION QUÉBÉCOISE

Tableau 34 : Principales craintes des plaisanciers ontariens à l'égard de la navigation au Québec

Ontario (n=102)	Craintes avant de naviguer au Québec	Craintes fondées après le séjour Québec
Des conditions d'accès dans la voie maritime du Saint-Laurent	34,3 %	65,7 %
Des canaux (écluses)	35,3 %	55,6 %
De la sécurité dans les marinas	22,5 %	56,5 %
De la langue parlée dans les écluses, les marinas et les lieux visités	34,3 %	71,4 %
De la qualité des marinas en général	20,6 %	47,6 %
Des conditions de navigation (marées, courants, météo, etc.)	39,2 %	60,0 %
Autres	26,4 %	57,1 %

Q32 : Avant de venir naviguer au Québec, aviez-vous des craintes à l'égard... (n=102)

Q33 : Maintenant que vous avez navigué au Québec, ces craintes vous semblent-elles fondées? (n=base flottante)²²

Tableau 35 : Satisfaction globale séjour au Québec

	Québec (n=271)	Ontario (n=103)	Maritimes (n=5)	USA (n=9)
Satisfaction (note sur 10)	8,06	7,03	**	**

Q34 : Quel est votre niveau de satisfaction globale à l'égard de votre séjour nautique de plusieurs jours au Québec? (n=388)

Tableau 36 : Satisfaction globale des aspects de séjour au Québec (note moyenne sur une échelle de 1 à 10)

	Québec (n=271)	Ontario (n=103)	Maritimes (n=5)	USA (n=9)
Beauté des paysages	8,4	8,0	**	**
Sécurité dans les marinas	7,9	7,4	**	**
Services offerts dans les marinas	7,5	7,1	**	**
Restaurants et divertissements à proximité	7,4	8,0	**	**
Visite de villes et localités	7,3	7,8	**	**
Visite des attractions à proximité	7,3	7,6	**	**
Nombre suffisant de places à quai disponibles	7,3	7,1	**	**
Qualité des infrastructures (quais modernes, belle capitainerie, etc.)	7,2	7,0	**	**
Ambiance et animation dans les marinas	6,5	6,8	**	**
Possibilités intéressantes pour le mouillage	6,2	6,6	**	**
Magasinage	6,0	7,0	**	**

Q35 : Quel est votre niveau de satisfaction à l'égard de divers aspects de votre séjour nautique de plusieurs jours au Québec? (n=388)

²² La question 33 a été posée uniquement aux plaisanciers ayant répondu qu'ils avaient des craintes à la question 32.

Tableau 37 : Aspects pour lesquels le Québec est jugé comme étant supérieur comparativement à d'autres destinations

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Beauté des paysages	23,3 %	12,1 %	22,7 %	16,5 %
Sécurité dans les marinas	14,0 %	0,9 %	4,5 %	4,1 %
Restaurants et divertissements à proximité	13,0 %	12,6 %	22,7 %	10,3 %
Qualité des infrastructures (quais modernes, belle capitainerie, etc.)	11,3 %	1,6 %	4,5 %	1,0 %
Ambiance et animation dans les marinas	10,6 %	2,5 %	4,5 %	4,1 %
Visite de villes et localités	10,6 %	12,0 %	18,2 %	14,4 %
Services offerts dans les marinas	9,3 %	1,3 %	-	2,1 %
Baignade	9,3 %	1,0 %	-	1,0 %
Visite des attraits à proximité	9,0 %	7,7 %	13,6 %	10,3 %
Nombre suffisant de places à quai disponibles	8,3 %	1,5 %	-	2,1 %
Possibilités intéressantes pour le mouillage	7,3 %	2,7 %	13,6 %	6,2 %
Magasinage	5,3 %	5,0 %	13,6 %	4,1 %

Q36 : Quelles sont vos impressions des aspects suivants du réseau québécois comparativement à ceux disponibles ailleurs? (n=1096)

3. Portrait de l'offre

3.1. ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

Il y aurait actuellement 43 000 places à quai en Ontario, réparties dans plus de 355 marinas. La taille moyenne des marinas en Ontario est de 121 places à quais par marina comparativement à 86 au Québec.

Tableau 38 : Principales marinas en Ontario²³

Région/Lac	Nombre de marinas	Places à quais
Canal Rideau et Rivière des Outaouais	29	1 966
Mille-Îles et Saint-Laurent	23	3 390
Lac Ontario	44	8 548
Canal Trent-Severn (lac Ontario au lac Simcoe)	67	7 770
Muskoka et îles de Haliburton	46	2 361
Baie Georgienne	66	9 223
Lac Huron	9	1 062
Lac St Clair et Rivière Détroit	16	1 533
Lac Érié et région du lac Érié	26	4 164
Nord Est de l'Ontario	6	646
North Channel	18	1 461
Lac Supérieur	5	883
TOTAL – Marinas en Ontario	355	43 007
TOTAL – Marinas au Québec	213	18 374
Nombre moyen de places à quais par marinas en Ontario	121	
Nombre moyen de places à quais par marinas au Québec	86	

Dans la section qui suit, nous vous présentons les principales destinations concurrentes au Québec analysées sous les angles suivants : localisation, parts de marché, positionnement et promotion de la destination et des principales caractéristiques du parcours. Nous avons également répertorié les principaux outils utilisés pour leur promotion. Cette recherche constitue un analyse préliminaire à partir des données existantes et disponibles.

²³ Boating Ontario, *Directory 2017*

Les résultats de l'enquête auprès de la clientèle indiquant que les provinces maritimes constituent une destination trop marginale pour le tourisme nautique, les destinations majeures figurant dans la grille d'analyse qui suit sont toutes situées en Ontario ou aux États-Unis :

- Le Canal Trent Severn ;
- Le Canal Rideau ;
- La Baie Georgienne ;
- Le Lac Champlain ;
- Les Mille-Îles ;
- Le Lac Ontario.

Ces destinations sont illustrées sur la carte ci-dessous.

Carte des principales destinations concurrentes et des moyens d'accès

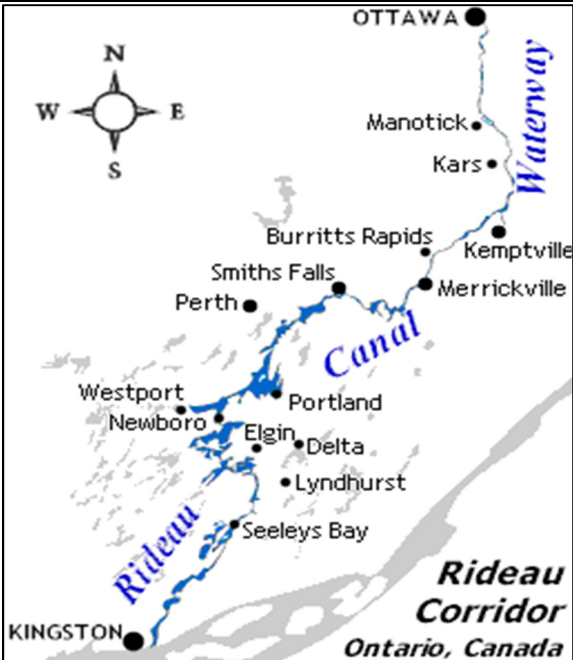


Source : site web Pat's Boating in Canada

	Canal Trent Severn
Localisation	
Parts de marché ²⁴	• La part de marché du canal Trent Severn en Ontario est de 2,7 % pour les plaisanciers québécois ayant voyagé en Ontario, 32 % pour les ontariens, et 16 % pour les américains. • En 2016, 123 352 bateaux sont passés par le Canal Trent Severn²⁵
Positionnement et promotion de la destination	• Le positionnement de cette destination est principalement orienté vers les plaisanciers. • Le site web http://www.northernontario.travel/boating propose une section générale sur la promotion de la navigation de plaisance en Ontario. Cette section vise spécifiquement les plaisanciers, propose des articles sur le lieu, idées de voyages, circuits à faire, événements et restaurants à découvrir. Plusieurs articles concernent le canal Trent Severn. • Il ne semble pas y avoir de leader pour la promotion du canal Trent Severn. Il existe cependant plusieurs sites web tels que https://www.trentsevern.com/, https://thetrentsevernwaterway.com/ et http://www.thewaterway.ca/. Ce sont principalement des sites amateurs gérés par des bénévoles (https://www.trentsevern.com/ est une initiative familiale par exemple) ou par des privés (http://www.thewaterway.ca/ est géré par JennCorp Entreprises) • Apparence : amateurisme, moyens de promotion limités, informations d'ordre plus technique. • Nature de l'information : information technique pragmatique en lien avec la navigation, qui s'adresse à un public de plaisanciers.
Principales caractéristiques du parcours et services	• La liaison est ouverte de mai à octobre • La longueur de la voie est de 386 km • Temps pour parcourir le canal : entre 5 et 7 jours • 44 écluses dont quelques ascenseurs hydrauliques • 39 ponts basculants et 160 barrages • Gérées par Parc Canada, les écluses sont quasiment toutes équipées de sanitaires pour les plaisanciers.

²⁴ Les parts de marché proviennent des résultats de l'enquête réalisée auprès des plaisanciers. Pour chaque segment, elles indiquent le pourcentage de plaisanciers qui fréquentent les voies navigables présentées.

²⁵ <https://www.trentsevern.com/index.php/waterway-index/locks-index/lock-statistics>.

	Canal Rideau
Localisation	
Parts de marché	- Le Canal Rideau est fréquenté par 7 % des plaisanciers ontariens, 18 % des Québécois et 7 % des Américains ayant voyagé en Ontario. - Entre 1 et 1,4 million²⁶ passages de plaisanciers aux écluses sont réalisés chaque année.
Positionnement et promotion de la destination	- La promotion générale du canal Rideau est assurée par Tourisme Ottawa. Pas de leader spécifique de la promotion pour la navigation. - Le site web de l'AMQ assure une partie de l'information sur la destination pour la partie francophone. - Site du Circuit patrimonial Rideau qui s'adresse à la fois aux plaisanciers et aux non-plaisanciers (https://www.rideauheritageroute.ca/fr) - Plusieurs sites web indépendants amateurs tenus par des passionnés proposent aux plaisanciers des informations techniques, tels que http://www.rideau-info.com/canal/boating.html, http://boating.ncf.ca/rideau.html
Principales caractéristiques du parcours et services	- Relie Ottawa sur la rivière des Outaouais à Kingston sur le lac Ontario (202 km) - Nombre de jours pour voyager : 3 à 5 jours en bateau à moteur - En temps normal, le canal peut accueillir des bateaux jusqu'à 27,4 m (90 pieds) de longueur, 7,9 m (26 pieds) de largeur, et 6,7 m (22 pieds) de hauteur. Dans certaines circonstances, un bateau jusqu'à 33,5 m (110 pieds) de longueur par 9,1 m (30 pieds) de largeur peut être accepté. - Saison d'opération: mi-mai à mi-octobre. - Attraits : Ottawa et ses nombreux points d'intérêt (Parlement, Casino, Musée de la Civilisation, etc.) - Le canal passe au cœur du centre-ville d'Ottawa. L'accès direct à la capitale est un atout pour les plaisanciers. 47 écluses et 24 postes d'éclusage - Sanitaires et quais disponibles dans les 24 postes d'éclusage

²⁶ <https://www.rideauheritageroute.ca/fr/aboutrideau/index.asp>.

	Baie Georgienne
Localisation	
Parts de marché	La Baie Georgienne a été fréquentée par 2 % des plaisanciers québécois, 35 % des Ontariens et 13 % des Américains ayant voyagé en Ontario.
Positionnement et promotion de la destination	- Il existe un site web (http://www.boatinggeorgianbay.com/) spécialisé pour les plaisanciers de la baie. - Le site web http://www.bonjourbaiegeorgienne.com/ (http://www.visitgeorgianbay.com/) ne s'adresse pas spécifiquement aux plaisanciers mais comporte une section les concernant. - Parcs Canada propose sur son site une section générale proposant des activités à réaliser dans la Baie Georgienne, comme la randonnée, le camping, le vélo, la pêche, la navigation de plaisance, le kayak, etc.
Principales caractéristiques du parcours et services	- Attrait : la grotte du parc national de la Péninsule-Bruce, l'île Manitoulin, l'île Flowerpot, le musée Science North, Wasaga Beach, les chutes Inglis - Le site visitgeorgianbay.com propose un itinéraire de 270 miles en 9-10 jours aux plaisanciers pour découvrir la Baie Georgienne²⁷ (environ 10 à 50 miles par jour).

²⁷ <http://www.visitgeorgianbay.com/water-based-cruising.cfm?action=12&itineraryid=39>

	Lac Champlain
Localisation	
Parts de marché	Le Lac Champlain (partie située aux USA) est fréquenté par 37 % des plaisanciers québécois, par 1 % des Ontariens, et par 8 % des Américains ayant voyagé aux États-Unis.
Positionnement et promotion de la destination	- Site internet dédié à la région du lac Champlain (www.lakechamplainregion.com) avec une section pour les plaisanciers - Site web et forum Lake Champlain United (http://www.lakechamplainunited.com/forums/viewtopic.php?t=5138)
Principales caractéristiques du parcours et services	- Attraites pour les plaisanciers : l'île Valcour, visite de la ville de Plattsburgh et de Burlington dans le Vermont - Les plaisanciers visiteurs effectuent généralement autour de 1 à 4 nuits dans les marinas du lac Champlain.²⁸ - Le lac Champlain est parfois connu comme un « paradis fiscal » pour les plaisanciers, car il permet aux Québécois y naviguant d'échapper aux taxes fédérale et provinciale lors de l'achat d'un bateau neuf dans l'une des marinas de Saint-Paul-de-l'Île-aux-Noix²⁹

²⁸ Estimation indicative provenant d'une conversation avec James Frazitta, Marina Manager of Burlington Parks, Recreation & Waterfront (août 2017)

²⁹ Site web de Radio-Canada, 16 mars 2016, *Un paradis fiscal à une heure de Montréal*

	Mille-Îles
Localisation	
Parts de marché	• La partie ontarienne des Mille-Îles est fréquentée par 38 % des plaisanciers ontariens, 16 % des Québécois et 9 % des Américains ayant voyagé en Ontario. • La partie américaine des Mille-Îles, quant à elle, est fréquentée par 37 % des Ontariens, 1 % des Québécois et 8 % des Américains ayant voyagé aux États-Unis.
Positionnement et promotion de la destination	• Le site web Visit1000islands présente les activités à faire autour des Mille-Îles, avec une section pour les plaisanciers qui répertorie les marinas http://www.visit1000islands.com/things-to-do/marinas-and-private-boating/ • Le site web de Parcs Canada a une petite section sur la navigation de plaisance au parc national des Mille-Îles, et propose également des activités à y faire
Principales caractéristiques du parcours et services	• Attraites pour les plaisanciers : visite de la ville de Kingston, Gananoque et son passé historique, village de Ivy Lea, village de Rockport, région de Brockville, Prescott (avec ses musées et son lieu historique national du Fort Wellington), nombreuses possibilités de pêcher.

	Lac Ontario
Localisation	
Parts de marché	• La partie ontarienne du lac Ontario est fréquentée par 22 % des Ontariens, 38 % des Québécois et 16 % des Américains. • La partie américaine du lac Ontario est fréquentée par 10 % des plaisanciers ontariens, 26 % des Québécois et 10 % des Américains.
Positionnement et promotion de la destination	• Le Lac Ontario ne dispose pas de promotion des destinations nautiques en Ontario. La promotion des destinations nautiques en Ontario est effectuée par www.ontariotravel.net/. Ce site internet répertorie de nombreuses destinations et en fait la promotion auprès des plaisanciers. • Le site web http://www.northernontario.travel/boating propose une section sur la promotion de la navigation de plaisance en Ontario. Cette section vise spécifiquement les plaisanciers, propose des articles sur le lieu, idées de voyages, circuits à faire, événements et restaurants à découvrir.
Principales caractéristiques du parcours et services	• Attraites pour les plaisanciers : visite de la ville de Toronto et ses nombreux attraits, différentes activités nautiques à réaliser sur plan d'eau.

Principaux outils de promotion du tourisme nautique dans les destinations concurrentes :

Les plaisanciers utilisent divers outils pour planifier leur séjour et se renseigner sur leur destination. Si les moyens de promotion diffèrent selon la destination, certains sont incontournables pour les plaisanciers :

- > **ActiveCaptain** est le guide de navigation de référence en Amérique du Nord. À partir d'une base de données en ligne alimentée par les utilisateurs, ce guide de navigation interactif permet de se renseigner facilement sur les destinations nautiques d'Amérique du Nord et référence les marinas, points d'ancrages, rampes d'accès à l'eau et les ponts en les représentant sur une carte virtuelle. Les utilisateurs peuvent aussi noter les marinas qu'ils visitent en laissant des commentaires, ce qui permet au système d'être mis à jour régulièrement. Une version mobile du site existe aussi via une application.
- > En règle générale, une large partie des informations techniques sur la navigation dans les destinations nautiques concurrentes à celles du Québec est effectuée via des **sites web amateurs** tenus par des passionnés du nautisme.
- > En Ontario, l'association touristique régionale **Boating Ontario** réalise plusieurs activités de promotion de la destination ontarienne. Elle a notamment mis en place le programme *Clean Marine Eco-Rating* qui vise à favoriser les pratiques respectueuses de l'environnement dans les marinas et elle encourage le renouvellement de la pratique chez les jeunes à travers un programme d'apprentissage dans le secteur nautique qui vise les étudiants.
- > Un des principaux sites web de promotion touristique en Ontario est www.ontariotravel.net/. Bien que non spécialisé dans le tourisme nautique, ce site web répertorie de nombreuses destinations et en fait également la promotion auprès des plaisanciers.
- > Une partie de la promotion du nautisme en Ontario est également effectuée via le site web de Northern Ontario (<http://www.northernontario.travel/boating>). Ce site web touristique a une section sur la promotion de la navigation de plaisance en Ontario qui vise spécifiquement les plaisanciers, propose des articles sur les lieux, idées de voyages, circuits à faire, événements et restaurants à découvrir. On y trouve des articles spécifiques sur plusieurs des destinations concurrentes, dont le canal Trent Severn, le lac Ontario, les Mille-Îles notamment.

3.2. DESCRIPTION ET QUALIFICATION DE L'OFFRE ACTUELLE

On dénombre actuellement plus de **213 marinas** au Québec (201 marinas dans le *Répertoire des marinas*) et **18 374 places à quais**. La taille moyenne des marinas au Québec est de 86 places à quais par marina. Ces marinas sont réparties de la façon suivante :

Tableau 39 : Principales marinas au Québec en 2017

Région/Lac	Nombre de marinas	Nombre de places à quais
Abitibi-Témiscamingue	5	340
Bas-Saint-Laurent	8	638
Côte-Nord	6	449
Rivière Richelieu	24	2 065
Haut Saint-Laurent - grand Montréal	30	3 633
Cantons-de-l'Est	9	917
Lac des Deux-Montagnes	23	2 169
Gaspésie - Îles-de-la-Madeleine	26	815
Laurentides, Lanaudière et Mauricie	12	781
Lac Saint-Pierre et ses affluents	20	1 646
Outaouais	14	758
Québec et Chaudières-Appalaches	17	1 933
Saguenay - lac Saint-Jean	19	1 178
TOTAL	213	18 374
Nombre moyen de places à quais par marinas au Québec	86	
Nombre moyen de places à quais par marinas en Ontario	121	

Source : Association Maritime du Québec, Août 2017.

Au Québec, l'AMQ a mis en place le programme **Québec Stations Nautiques**, un réseau provincial de toutes les destinations nautiques du Québec créé en 2007 par l'Association Maritime du Québec qui vise à promouvoir, structurer et développer le secteur du nautisme. Ce programme compte présentement 16 Stations Nautiques accréditées au Québec. Le site internet du programme regroupe plusieurs informations sur les lieux, attraits et activités en lien avec le nautisme dans les différentes régions touristiques du Québec ³⁰.

Toujours dans une optique de structuration de l'offre, l'AMQ a également mis en place le programme **Classification des marinas** qui évalue la qualité des services offerts au sein des marinas du Québec, ainsi que le programme **Éco-Marinas**, qui atteste des modes de gestion respectueux de l'environnement des marinas.

³⁰ Site web de Québec Stations Nautiques (<http://www.quebecstationsnautiques.com/stationparregion.php>)

3.3. PORTRAIT DES MARINAS

MÉTHODOLOGIE

Dans cette section, nous dressons le portrait des marinas au Québec. Pour ce faire, nous avons demandé aux gestionnaires de marinas du Québec de répondre à un questionnaire. Nous présentons sous chaque tableau le libellé de la question ayant permis d'obtenir ces résultats. Étant donné la taille de l'échantillon, les données financières doivent être considérées avec une certaine réserve et sont présentées à titre indicatif seulement.

Questionnaire : *Questionnaire en ligne de 36 questions sur la plateforme SurveyMonkey.*

Profil des répondants : *Gestionnaires de marinas. Le sondage a été envoyé par courriel à 201 marinas, dont la liste de courriels nous a été transmise par l'Association Maritime du Québec.*

Dates de collecte : *Du 9 juin au 8 août 2017*

Nombre de répondants : *85 et 57 répondants aux dernières questions financières du sondage. Taux de participation sur une base volontaire de 42 %.*

PROFIL DES MARINAS DU QUÉBEC

Nous avons réparti l'**échantillon** de marinas (85) selon leur taille en trois catégories:

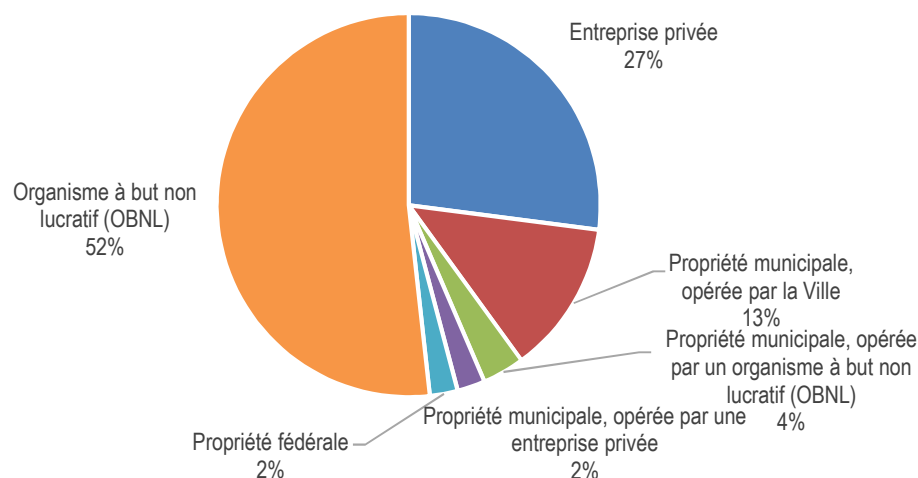
- 22 petites marinas, de moins de 50 emplacements : (26 % de l'échantillon)
- 40 marinas de taille moyenne, qui ont entre 50 et 99 emplacements : 47 % de l'échantillon
- 23 grosses marinas, de 100 emplacements et plus : 27 % de l'échantillon

Selon le répertoire de l'AMQ, dans l'**ensemble du Québec**, les marinas sont réparties de la façon suivante :

- 27 % sont de petites marinas, de moins de 50 emplacements
- 48 % sont des marinas de taille moyenne, qui ont entre 50 et 99 emplacements
- 25 % sont de grosses marinas, de 100 emplacements et plus

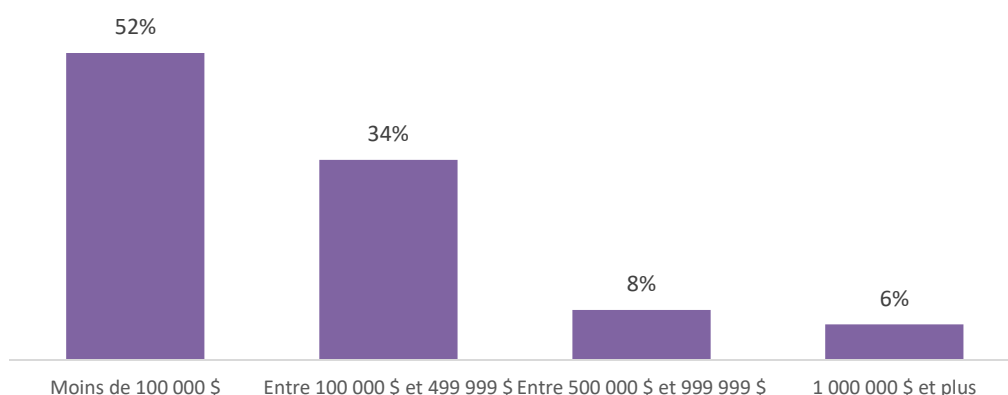
La répartition des marinas de l'échantillon selon leur taille (partie financière et partie non financière) est suffisamment proche de la répartition générale des marinas au Québec et bénéficie donc d'une **très bonne représentativité**. Nous n'avons donc pas eu besoin de pondérer les résultats.

Tableau 40 : Structure de propriété des marinas



Q : Quelle est la structure de propriété de votre marina?

Tableau 41 : Chiffre d'affaires des marinas en 2016



Q : En 2016, dans quel palier se situe votre chiffre d'affaires? (Ceci comprend la location de quais, la cotisation des membres, l'essence, la vidange septique, les activités de restauration, l'entreposage, la vente d'articles promotionnels, mais exclut la vente de bateaux et la réparation)

Tableau 42 : Estimation du chiffre d'affaires des marinas, selon leur taille³¹

	Estimation du chiffre d'affaires
Petites marinas	85 714 \$
Marinas moyennes	216 026 \$
Grosses marinas	630 435 \$
TOTAL	297 892 \$

Q : En 2016, dans quel palier se situe votre chiffre d'affaires? (Ceci comprend la location de quais, la cotisation des membres, l'essence, la vidange septique, les activités de restauration, l'entreposage, la vente d'articles promotionnels, mais exclut la vente de bateaux et la réparation)

³¹ Les estimations ont été réalisées à l'aide de moyennes par points milieux.

Tableau 43 : Proportion des emplacements saisonniers et visiteurs

	Total	Petites marinas	Marinas moyennes	Grosses marinas
Emplacements saisonniers	88 %	77 %	89 %	89 %
Emplacements visiteurs	12 %	23 %	11 %	11 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %	100 %

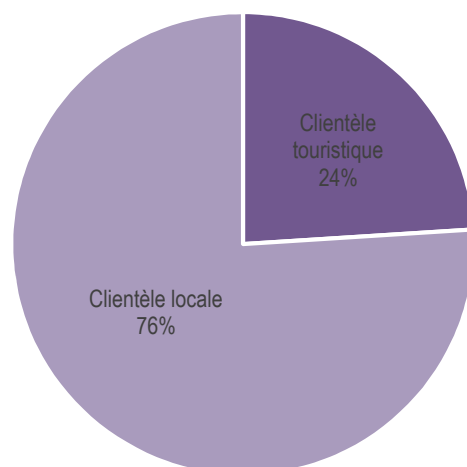
Tableau 44 : Taux d'occupation des emplacements saisonniers et visiteurs

	Total	Petites marinas	Marinas moyennes	Grosses marinas
Emplacements saisonniers	90 %	90 %	92 %	86 %
Emplacements visiteurs	53 %	34 %	56 %	65 %

Q : Quel était votre taux d'occupation des emplacements saisonniers l'été dernier?

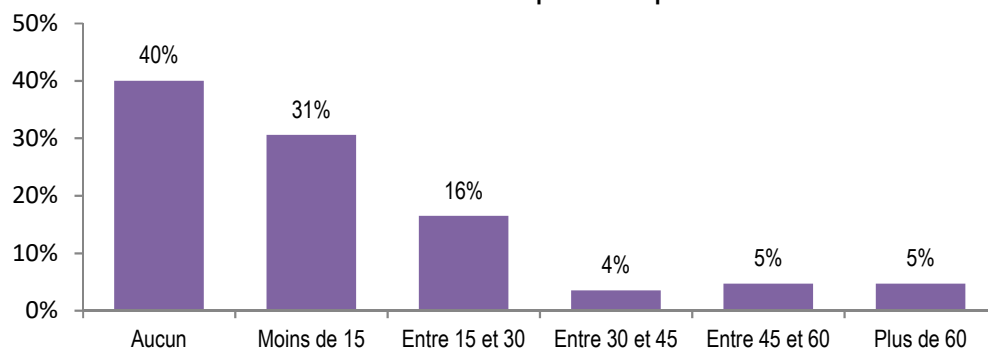
Q : L'été dernier, quel était le taux d'occupation de vos emplacements pour visiteurs?

Selon les gestionnaires de marinas, la clientèle locale contribue à 76 % du chiffre de leur chiffre d'affaires et la clientèle touristique à 24 %. Cependant, il y a de fortes disparités entre les pourcentages indiqués selon les marinas. Souvent, les marinas ayant plus de quais pour les visiteurs que pour les saisonniers reposent davantage sur la clientèle touristique que sur la clientèle locale.

Tableau 45 : Chiffre d'affaires des marinas attribuable à la clientèle touristique

Q : Approximativement, quelle proportion de votre chiffre d'affaires annuel est uniquement attribuable à la clientèle touristique (visiteurs de l'extérieur de la municipalité où se situe votre marina)?

Tableau 46 : Nombre de bateaux sur liste d'attente pour un emplacement dans les marinas



Q : Combien de bateaux sont actuellement sur une liste d'attente pour avoir un emplacement dans votre marina?

Tableau 47 : Nombre total de bateaux sur liste d'attente pour un emplacement au Québec

	Total
Nombre moyen de bateaux sur liste d'attente par marina	13
Nombre total de bateaux sur liste d'attente au Québec	2 800

Source : Extrapolation de RCGT à partir de l'enquête auprès des marinas 2017

Tableau 48 : Nombre d'employés à temps plein et à temps partiel

	Nombre moyen d'employés		Petites marinas	Marinas moyennes	Grosses marinas
	Par marina	Québec			
À temps plein (30 heures et plus / semaine)	4,4	937	2,3	2,6	9,5
À temps partiel (moins de 30 heures / semaine)	5,7	1 214	1,4	6,7	8,5
Total	10,1	2 151	3,6	9,3	18,0

Q : Au cours des 12 derniers mois, quel a été le nombre moyen d'employés à temps plein et à temps partiel dans votre marina?

Tableau 49 : Location d'emplacements durant l'absence des saisonniers

	Jamais	À l'occasion	Toujours
Location de l'emplacement lorsque le saisonnier s'absente sur une période longue (+ de 7 jours)	24 %	41 %	35 %
Location de l'emplacement lorsque le saisonnier s'absente sur une période courte (7 jours et moins)	30 %	40 %	30 %

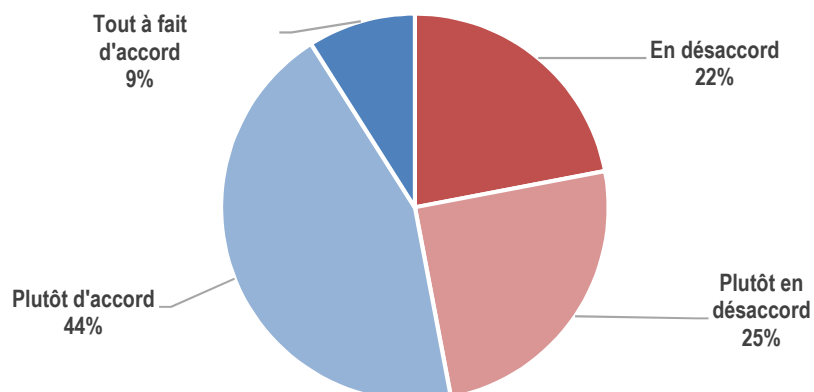
Q : Vous arrive-t-il de louer l'emplacement d'un saisonnier à des visiteurs durant son absence lorsque celui-ci : s'absente pour une période longue (+ de 7 jours)? S'absente pour une période courte (7 jours et moins)?

Tableau 50 : Autres services opérés par les marinas

	Oui
Un service de réparation	20 %
Un commerce de vente de bateaux et/ou de pièces (détaillant)	18 %
Un commerce de distribution de bateaux et/ou de pièces (distributeur)	9 %

Q : Est-ce que votre marina opère aussi: Un commerce de vente de bateaux et/ou de pièces (détaillant)? Un commerce de distribution de bateaux et/ou de pièces (distributeur)? Un service de réparation?

Tableau 51 : Perception quant à l'utilisation de plus en plus fréquente des bateaux comme mode d'hébergement à quai dans la marina :



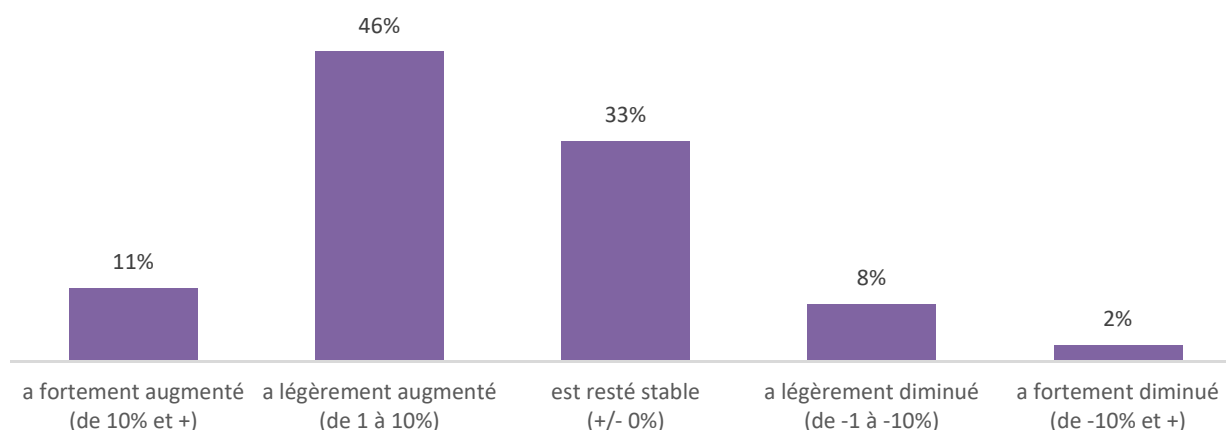
Q : Êtes-vous d'accord avec l'énoncé suivant : nos plaisanciers saisonniers utilisent de plus en plus leur bateau comme mode d'hébergement pour séjourner à quai dans la marina et ne sortent que très peu leur bateau de la marina.

CHIFFRE D'AFFAIRES ET INVESTISSEMENTS

Cette section présente le chiffre d'affaires des marinas, leurs principales dépenses et leurs principaux revenus.

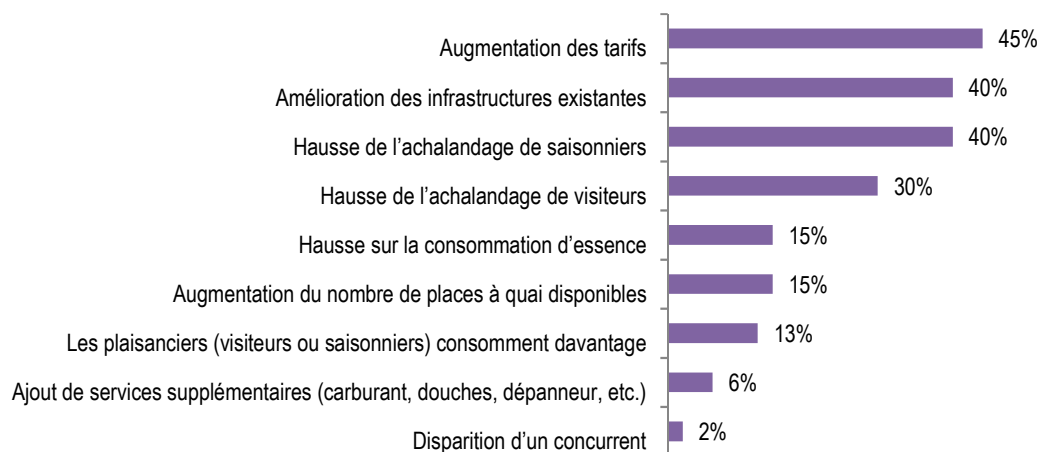
Au cours des trois dernières années, 57 % des marinas ont bénéficié d'une augmentation de leur chiffre d'affaires. Ceci est principalement dû à l'augmentation des tarifs, à l'amélioration des structures existantes, ainsi qu'à une hausse de l'achalandage des saisonniers. Pour 33 %, des marinas, le chiffre d'affaires est resté stable. Enfin, 10 % d'entre elles ont subi une baisse de leur chiffre d'affaires, qui s'explique par l'augmentation des frais d'exploitation, par la baisse de la consommation des plaisanciers, et par une baisse d'achalandage sur leur site.

Tableau 52 : Évolution du chiffre d'affaires au cours des trois dernières années



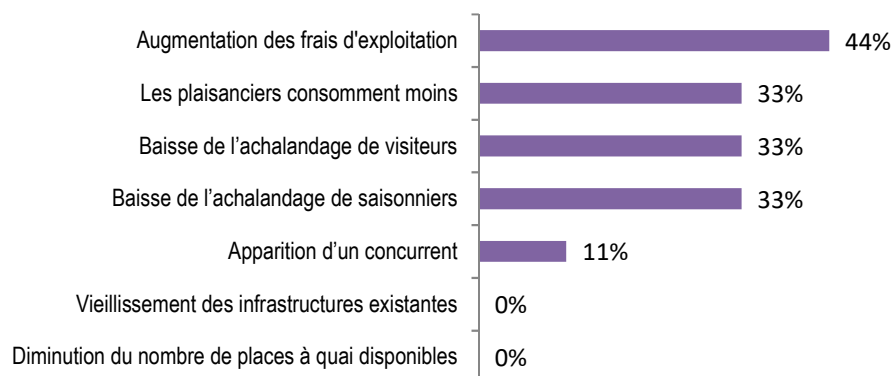
Q : Au cours des 3 dernières années, votre chiffre d'affaires : a fortément augmenté (de 10 % et +)? a légèrement augmenté (de 1 à 10 %)? est resté stable (+/- 0 %)? a légèrement diminué (de -1 à -10 %)? a fortément diminué (de -10 % et +)?

Tableau 53 : Principales raisons de l'augmentation du chiffre d'affaires



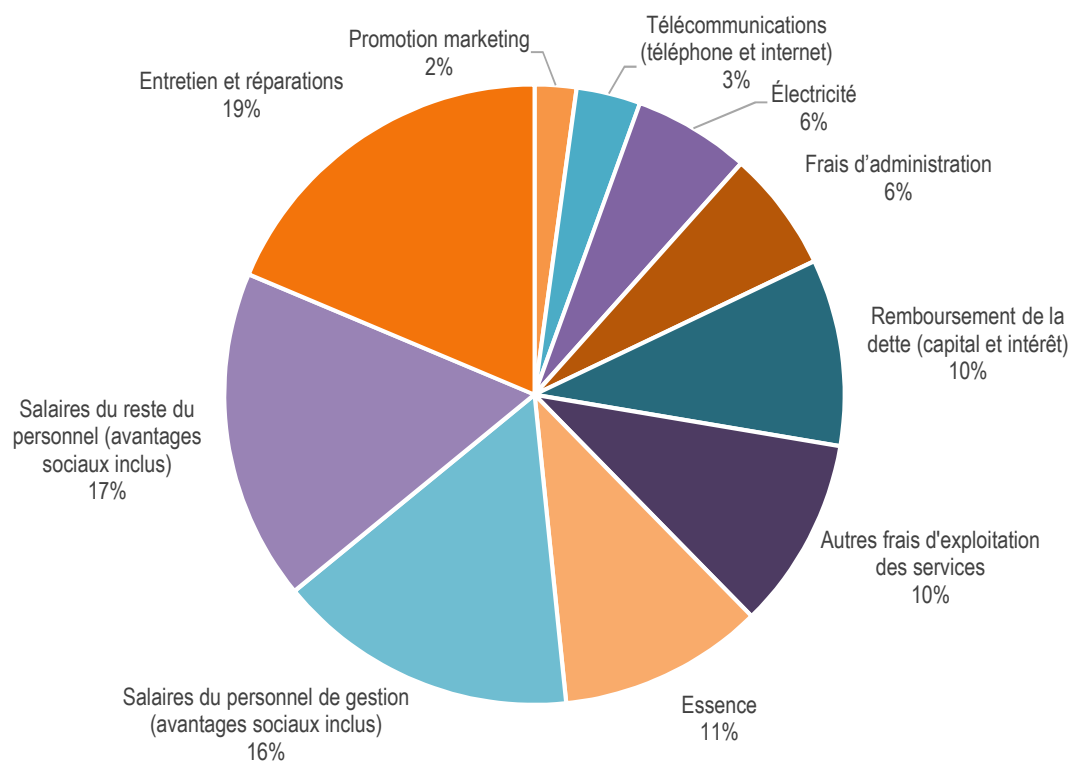
Q : Vous dites que votre chiffre d'affaires a augmenté au cours des 3 dernières années. Quelles furent les principales raisons de cette augmentation?

Tableau 54 : Principales raisons de la baisse du chiffre d'affaires



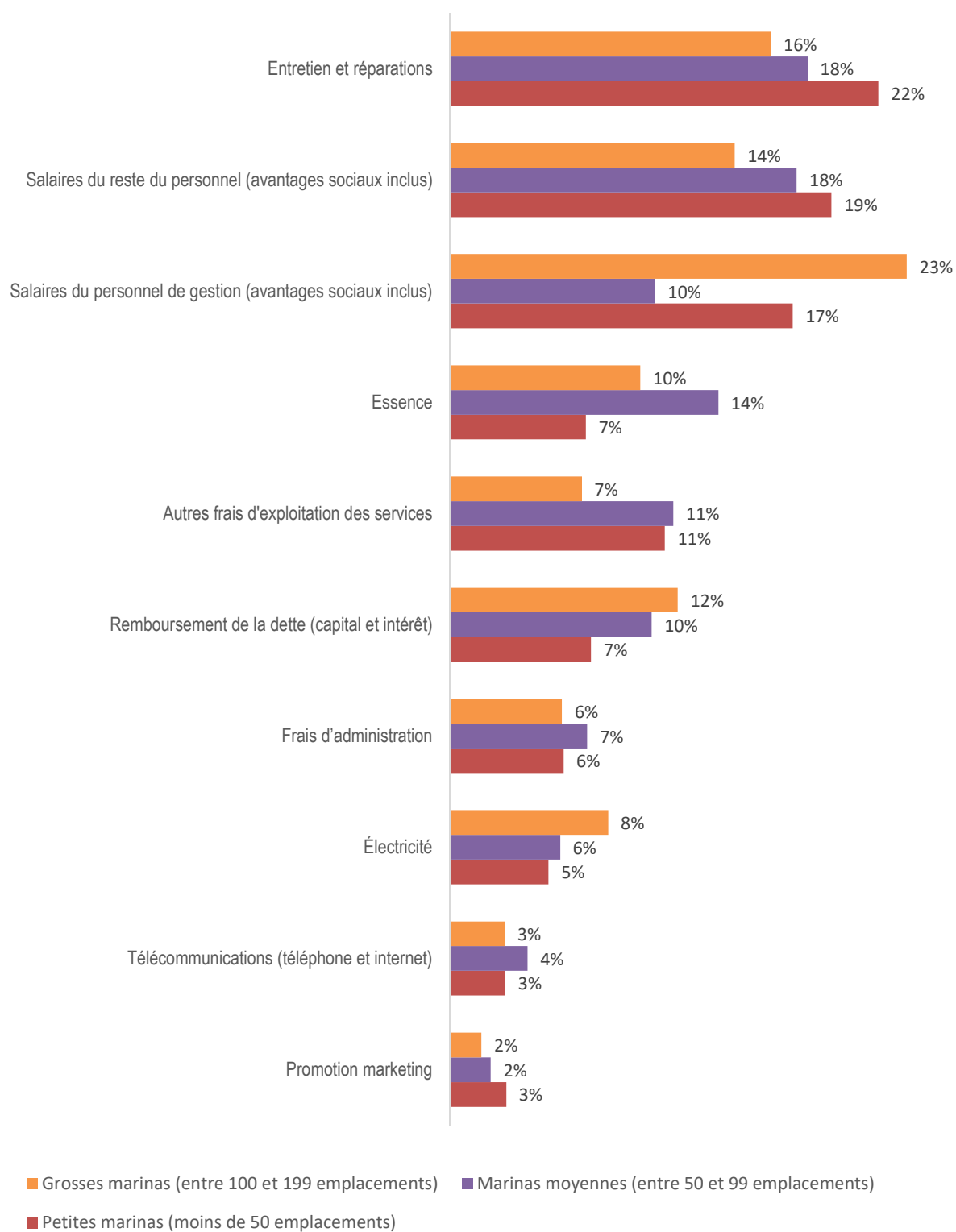
Q : Vous dites que votre chiffre d'affaires a baissé au cours des 3 dernières années. Quelles furent les principales raisons de cette baisse?

Tableau 55 : Répartition générale des dépenses des marinas



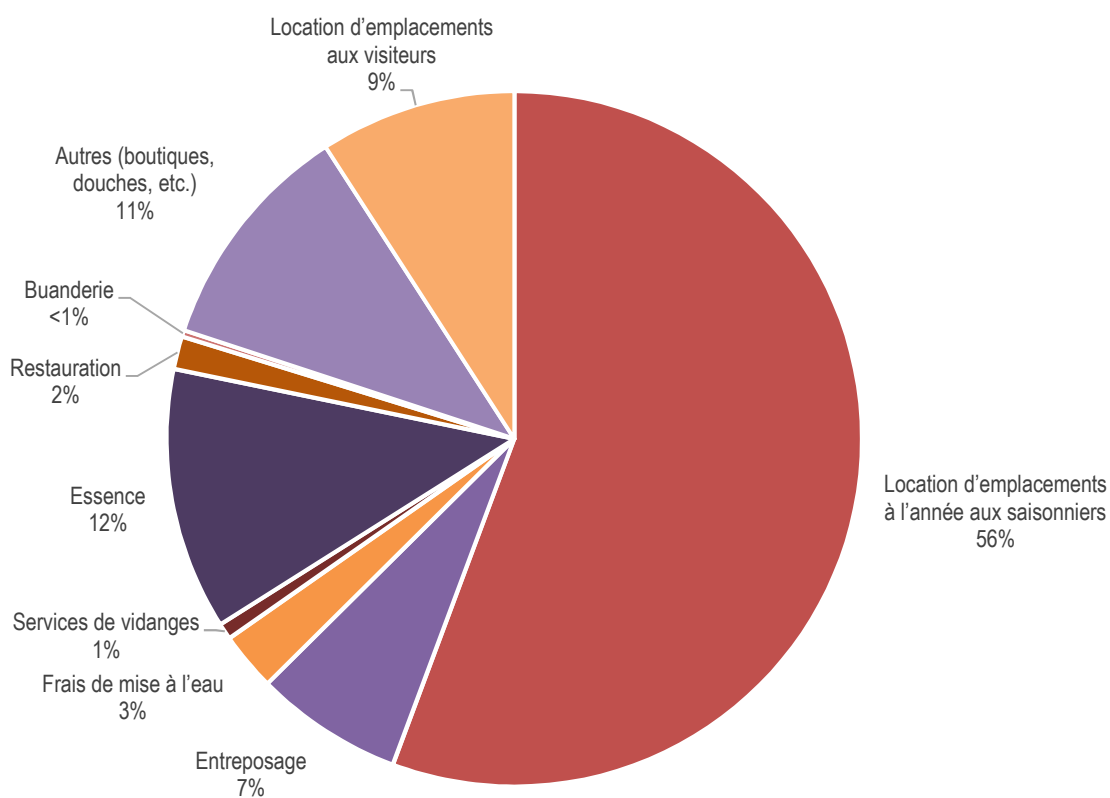
Q : Quelle est la répartition de vos principaux postes de dépenses?

Tableau 56 : Répartition des dépenses selon la taille des marinas



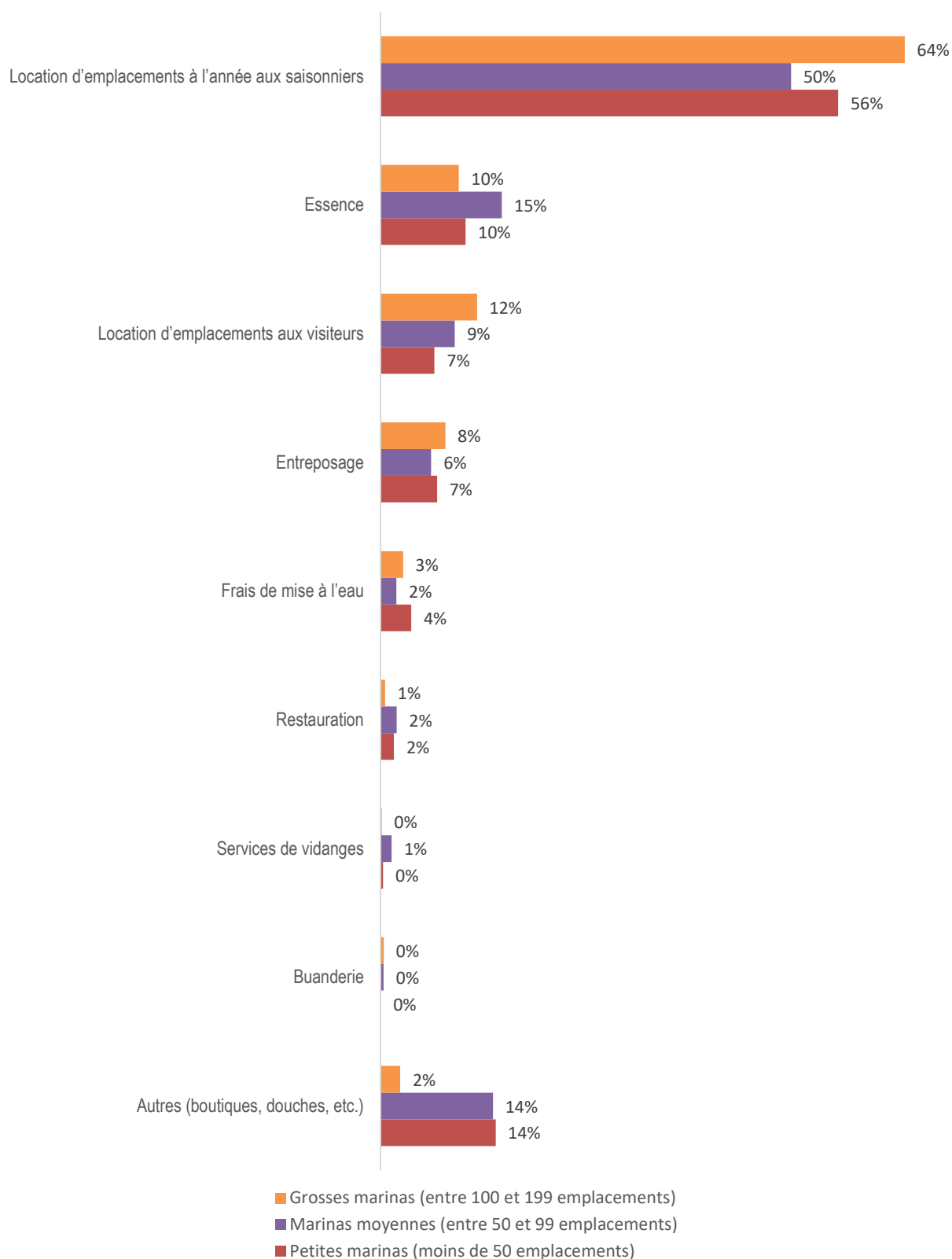
Q : Quelle est la répartition de vos principaux postes de dépenses?

Tableau 57 : Répartition générale des revenus des marinas



Q : Quelle est la répartition de vos principales sources de revenus (excluant vente et réparation)?

Tableau 58 : Répartition des revenus selon la taille des marinas



Q : Quelle est la répartition de vos principales sources de revenus (excluant vente et réparation)?

FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS

Au cours des trois dernières années, les marinas du Québec ont réalisé en moyenne plus de 406 246 \$ d'investissements répartis en quatre catégories :

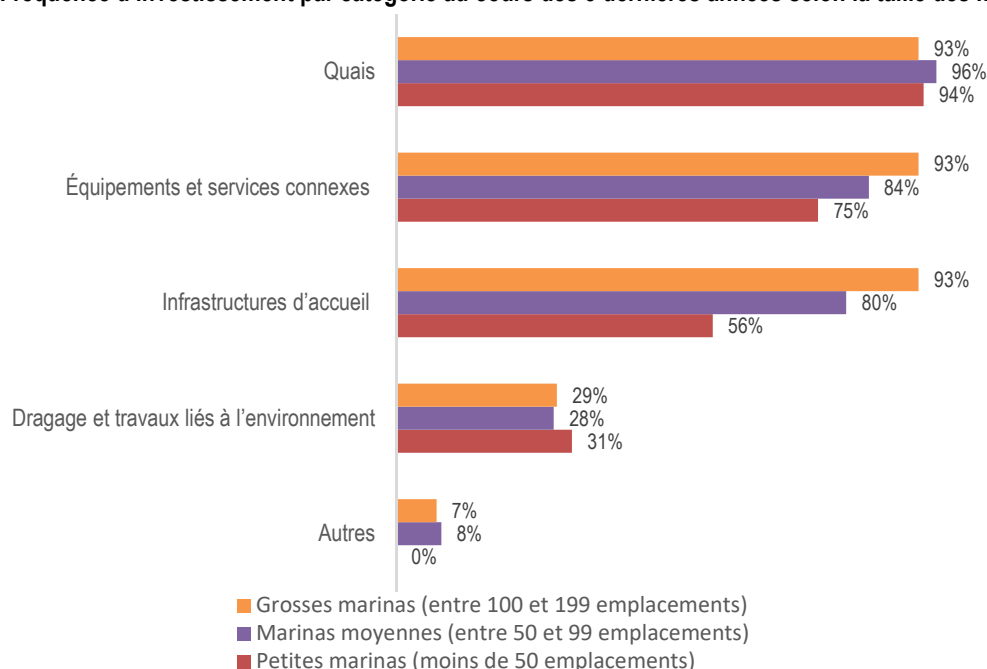
- Les quais
- Les équipements et services connexes
- Les infrastructures d'accueil
- Le dragage et les travaux liés à l'environnement

Tableau 59 : Montant moyen des investissements des trois dernières années³²

	Quais	Équipements et services connexes	Infrastructures d'accueil	Dragage et travaux liés à l'environnement	Autres	TOTAL
Petites marinas	61 875 \$	14 109 \$	37 375 \$	36 094 \$	- \$	149 453 \$
Marinas moyennes	155 700 \$	51 380 \$	143 040 \$	29 120 \$	4 120 \$	383 360 \$
Grosses marinas	381 863 \$	101 429 \$	147 929 \$	33 571 \$	74 286 \$	739 079 \$
TOTAL	185 974 \$	53 277 \$	113 546 \$	32 282 \$	21 167 \$	406 246 \$
TOTAL pour l'ensemble des marinas au Québec	39 612 501 \$	11 348 098 \$	24 185 221 \$	6 876 027 \$	4 508 500 \$	83 530 346 \$

Q : Pour chacune des catégories suivantes, veuillez indiquer le montant total de vos investissements au cours des trois dernières années.

Tableau 60 : Fréquence d'investissement par catégorie au cours des 3 dernières années selon la taille des marinas³³



³² Indique le montant moyen investi par les marinas et tient compte des répondants ayant indiqué « 0 » dans certaines catégories.

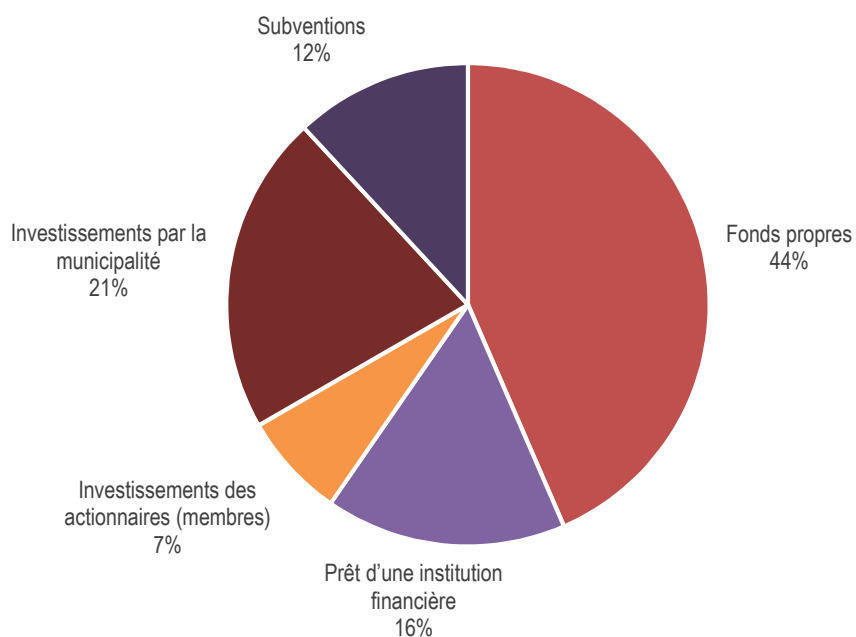
³³ Ce tableau indique quels étaient les investissements les plus fréquemment réalisés par les marinas. Seules les réponses des marinas ayant répondu qu'elles avaient investi au moins dans l'une des catégories au cours des trois dernières années ont été prises en compte.

Tableau 61 : Montant investi par les marinas par catégorie, uniquement lorsqu'elles investissaient dans cette catégorie

	Quais	Équipements et services connexes	Infrastructures d'accueil	Dragage et travaux liés à l'environnement	Autres
<i>Montant moyen uniquement lorsque les marinas investissaient</i>	212 087 \$	76 745 \$	162 976 \$	110 969 \$	610 443 \$

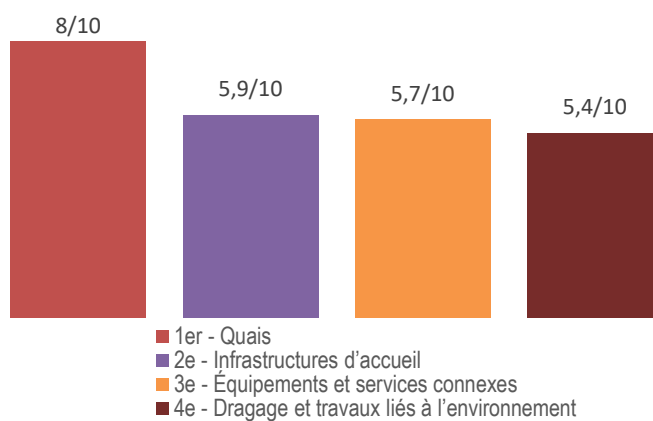
Q : Pour chacune des catégories suivantes, veuillez indiquer le montant total de vos investissements au cours des trois dernières années.

Tableau 62 : Modes de financement des investissements



Q : Globalement, comment avez-vous financé ces investissements?³⁴

Tableau 63 : Investissements jugés les plus prioritaires par les gestionnaires de marinas (note sur 10)



Q : Au cours des 3 prochaines années, veuillez classer par importance vos priorités d'investissement pour mettre à niveau votre marina et maximiser votre croissance.

³⁴ Base = répondants ayant précédemment renseigné leurs investissements passés au cours des trois dernières années.

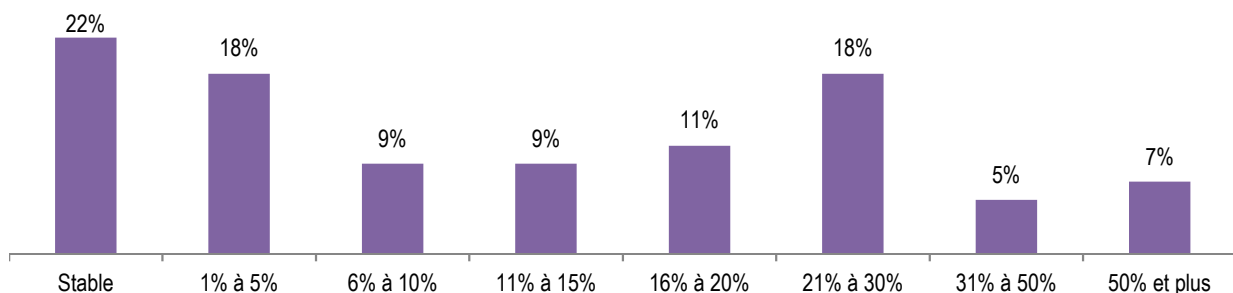
Tableau 64 : Montants moyens requis pour la mise à niveau des marinas

	Quais	Équipements et services connexes	Infrastructures d'accueil	Dragage et travaux liés à l'environnement	Autres	TOTAL
Petites marinas	23 000 \$	103 967 \$	35 867 \$	19 000 \$	10 714 \$	192 548 \$
Marinas moyennes	159 800 \$	258 080 \$	45 200 \$	40 680 \$	19 600 \$	523 360 \$
Grosses marinas	165 000 \$	203 188 \$	219 375 \$	59 438 \$	106 875 \$	753 875 \$
TOTAL	124 643 \$	201 116 \$	92 464 \$	40 232 \$	42 727 \$	501 183 \$
Total pour le Québec	42 837 723 \$	8 569 446 \$	26 548 92 \$	19 694 893 \$	8 938 393 \$	106 589 384 \$

Q : Au cours des 3 prochaines années, quels sont les montants requis pour mettre à niveau votre marina et maximiser votre croissance pour chacune de ces catégories?

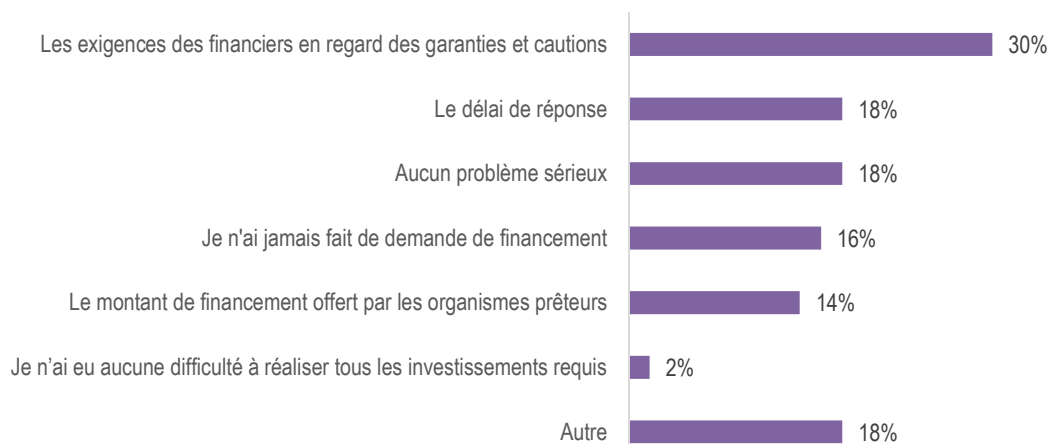
En moyenne, si les investissements requis sont réalisés, les gestionnaires de marinas anticipent un gain de croissance de 16 % de leur chiffre d'affaires³⁵.

Tableau 65 : Croissance anticipée si ces investissements étaient réalisés



Q : À terme, si vous réalisiez ces investissements, à combien estimeriez-vous le gain de croissance de votre chiffre d'affaires?

Tableau 66 : Problématiques liées au financement

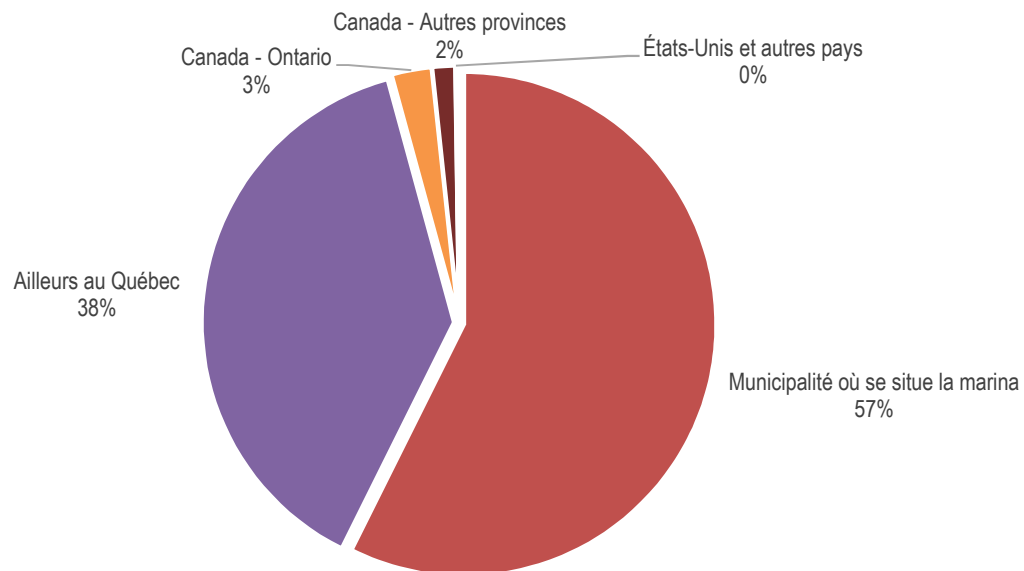


Q : Parmi les énoncés suivants, lequel représente le plus sérieux problème rencontré lors de demandes de financement?

³⁵ Moyenne par points milieux : des valeurs médianes ont été attribuées à chaque choix de réponse. La valeur 0 a été attribuée aux réponses « stable » et la valeur 65 à la réponse « 50% et plus ».

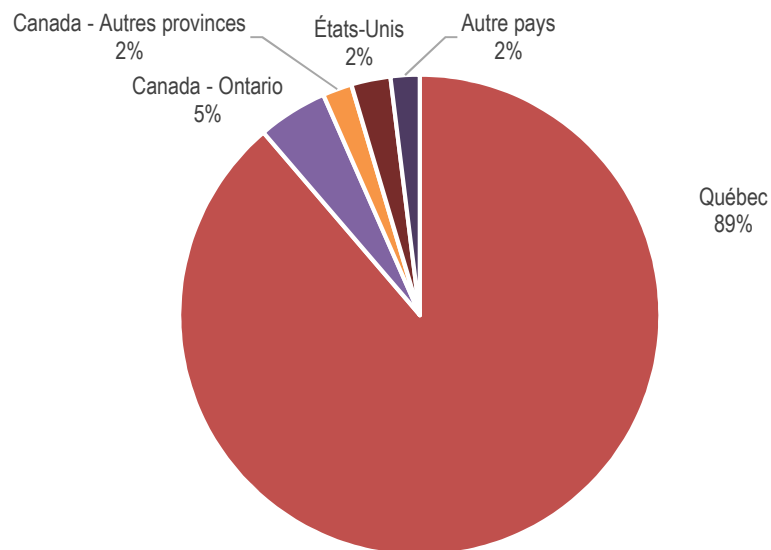
PORTRAIT DE LA CLIENTÈLE

Tableau 67 : Provenance de la clientèle de saisonniers



Q : Selon vous, quelle est la provenance de votre clientèle de saisonniers?

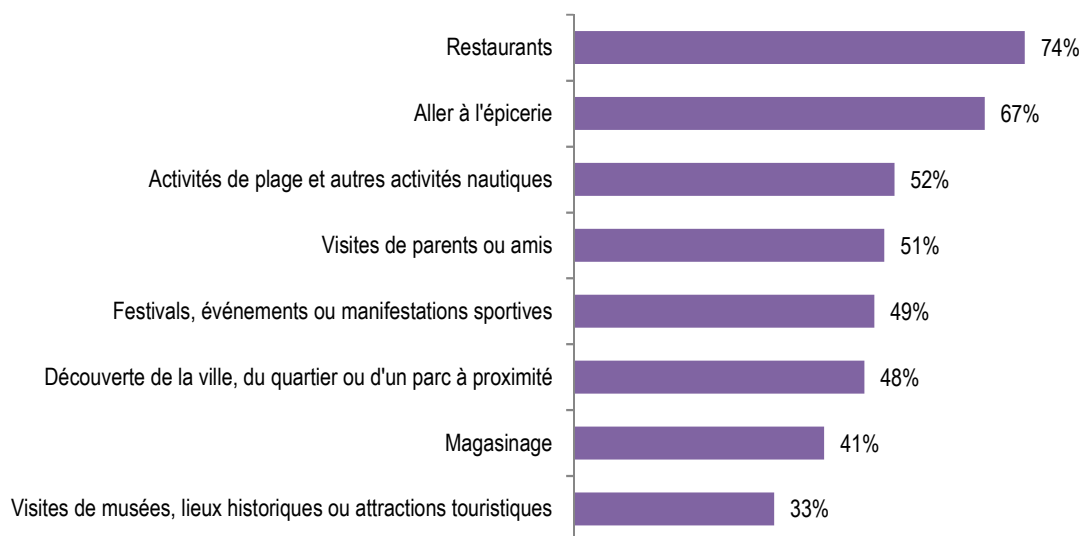
Tableau 68 : Provenance de la clientèle de visiteurs



Q : Selon vous, quelle est la provenance de votre clientèle de visiteurs?

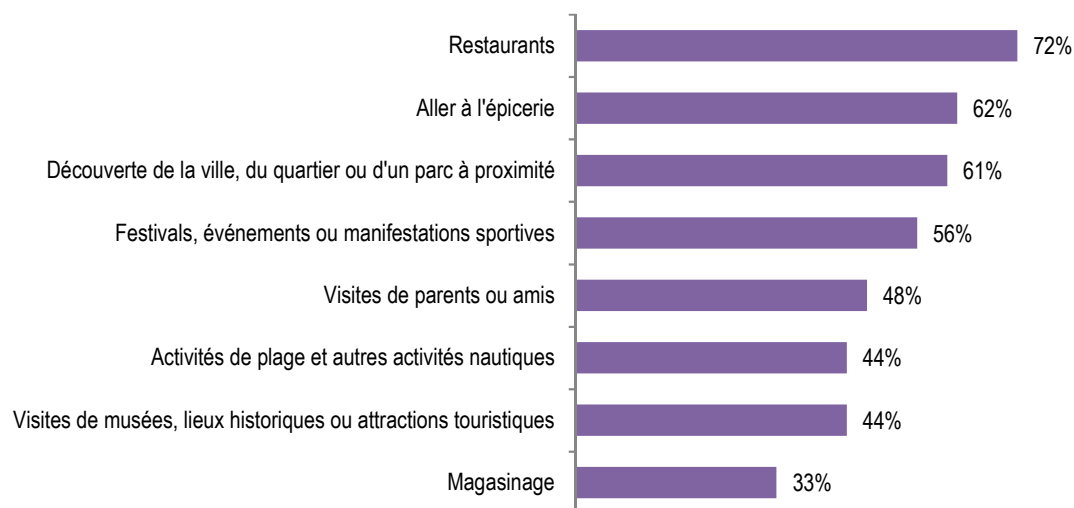
Selon les gestionnaires des marinas, parmi les activités les plus consommées par les plaisanciers et les touristes hors de la marina, on retrouve sans surprise les sorties au restaurant et les achats à l'épicerie. Toutefois, il semblerait selon eux que les visiteurs privilégient davantage la découverte des lieux et les événements et manifestations locales que les saisonniers, qui aiment davantage la plage et activités nautiques, ainsi que les visites de parents et amis.

Tableau 69 : Activités réalisées par les saisonniers hors de la marina



Q : Parmi les activités hors marina suivantes, lesquelles sont réalisées par votre clientèle de saisonniers?

Tableau 70 : Activités réalisées par les visiteurs hors de la marina



Q : Parmi les activités hors marina suivantes, lesquelles sont réalisées par votre clientèle de visiteurs?

4. Projections, constats et diagnostic

4.1. ÉVOLUTION ET PROJECTION DE LA DEMANDE

Cette section concerne l'évolution future de la demande dans le secteur du nautisme au Québec.

Tableau 71 : Accroître ou diminuer la taille du bateau de plaisance

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Accroître la taille de mon bateau	32 %	37 %	23 %	31 %
Diminuer la taille de mon bateau	1 %	4 %	5 %	7 %
Ni accroître ni diminuer la taille de mon bateau	60 %	52 %	68 %	52 %
Je ne sais pas	7 %	7 %	5 %	10 %

Q4 : Dans l'avenir, souhaiteriez-vous accroître ou diminuer la taille de votre bateau? (n=1073)

Tableau 72 : Depuis 3 ans, augmentation ou diminution du nombre de séjours de navigation

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Nombre de séjours a augmenté	29 %	36 %	41 %	50 %
Nombre de séjours a diminué	20 %	18 %	18 %	19 %
Nombre de séjours est resté stable	46 %	43 %	36 %	30 %
Je ne sais pas	5 %	2 %	5 %	2 %

Q16 : Au cours des 3 dernières années, avez-vous augmenté ou diminué le nombre de séjours de navigation? (n=1096)

Tableau 73 : Évolution future du nombre de séjours de navigation

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Nombre de séjours va augmenter	46 %	52 %	46 %	60 %
Nombre de séjours va diminuer	5 %	3 %	5 %	11 %
Nombre de séjours va rester stable	40 %	37 %	46 %	26 %
Je ne sais pas	10 %	8 %	5 %	3 %

Q17 : Au cours des prochaines années, pensez-vous augmenter ou diminuer le nombre de vos séjours de navigation? (n=1096)

Tableau 74 : Raison principale pour augmenter le nombre de séjours de navigation

	Québec (n=137)	Ontario (n=348)	Maritimes (n=10)	USA (n=58)
Davantage de temps libre	49,6 %	54,3 %	50 %	44,8 %
J'ai amélioré mon équipement ou je prévois le faire dans un futur proche	13,1 %	10,6 %	40 %	8,6 %
Amélioration de mes habiletés de navigation	13,1 %	8,0 %	10 %	3,4 %
Davantage d'intérêt pour la navigation	8,8 %	7,2 %	-	12,1 %
Davantage d'intérêt pour les voyages en général	7,3 %	6,6 %	-	15,5 %
Augmentation de mes ressources financières	2,2 %	6,0 %	-	1,7 %
Davantage d'intérêt de mes proches pour la navigation	2,9 %	3,4 %	-	1,7 %

Q17a : Vous pensez augmenter votre nombre de séjours au cours des prochaines années. Pour quelle raison ? (n=553)

Tableau 75 : Raison principale pour diminuer le nombre de séjours de navigation

	Québec (n=14)	Ontario (n=23)	Maritimes (n=1)	USA (n=11)
Baisse de mes capacités physiques	21 %	26 %	**	9 %
Hausse des coûts liés à la navigation	7 %	30 %	**	9 %
Baisse de mes ressources financières	7 %	9 %	**	-
Moins d'intérêt de mes proches pour la navigation	14 %	4 %	**	18 %
Moins d'intérêt pour les voyages en général	14 %	4 %	**	-
Moins d'intérêt pour la navigation	14 %	-	**	36 %
Moins de temps libre	-	4 %	**	-
Mon équipement ne me permet plus de faire autant de voyages	-	4 %	**	18 %
Dégradation de la qualité de l'offre de services des marinas de mon secteur	7 %	-	**	-
Je préfère me consacrer à d'autres activités que le nautisme	7 %	-	**	-

Q17b : Vous pensez diminuer votre nombre de séjours au cours des prochaines années. Pour quelle raison ? (n=49)

Tableau 76 : Destinations envisagées pour prochains séjours

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
Québec	74,4 %	15,8 %	4,5 %	32,0 %
Ontario	43,9 %	82,2 %	9,1 %	40,2 %
Provinces maritimes	13,3 %	8,3 %	72,7 %	21,6 %
Autres provinces	1,3 %	4,6 %	13,6 %	8,2 %
États-Unis	30,9 %	42,9 %	31,8 %	77,3 %
Autres pays	11,3 %	20,0 %	18,2 %	28,9 %

Q18 : Quelles destinations envisagez-vous pour vos prochains séjours de navigation ? (n=1096)

Tableau 77 : Pourquoi ne pas envisager le Québec pour prochains séjours

	Québec	Ontario	Maritimes	USA
La distance à parcourir en bateau	7,8 %	43,1 %	52,4 %	42,4 %
Je n'ai aucun intérêt à voyager au Québec	3,9 %	17,0 %	9,5 %	6,1 %
J'ai déjà visité les endroits du Québec qui m'intéressaient	29,9 %	4,6 %	-	4,5 %
Je ne connais pas suffisamment l'offre du Québec	2,6 %	5,6 %	4,8 %	13,6 %
La langue	-	6,5 %	-	4,5 %
Les conditions d'accès dans la voie maritime du Saint-Laurent	1,3 %	3,5 %	-	1,5 %
Les canaux (écluses)	3,9 %	1,8 %	-	4,5 %
L'offre touristique d'autres destinations est plus intéressante	9,1 %	2,8 %	-	1,5 %
Les conditions de navigation	3,9 %	1,2 %	-	1,5 %
La température	7,8 %	0,9 %	4,8 %	-
Je visiterai des parents et amis dans une autre destination	1,3 %	1,2 %	-	-
Le prix des services	5,2 %	0,4 %	4,8 %	1,5 %
La qualité des marinas en général	1,3 %	0,4 %	-	-
La sécurité dans les marinas	-	0,4 %	-	-
Autres	1,3 %	1,2 %	9,5 %	7,6 %
Je ne sais pas	18,2 %	7,9 %	9,5 %	10,6 %

Q18b : Pourquoi n'envisagez-vous pas le Québec pour un prochain séjour de navigation? (n=733)

Tableau 78 : Axes nautiques que les plaisanciers prévoient de fréquenter

	Québec	Ontario	USA
Saint-Laurent : Montréal – Sorel – Québec	78,1 %	17,6 %	32,1 %
Saint-Laurent : Québec – Tadoussac	60,8 %	9,7 %	29,4 %
Lac Champlain	58,1 %	10,6 %	39,3 %
Rivière Richelieu	60,3 %	9,9 %	42,6 %
Rivière Saguenay	55,6 %	6,9 %	40,0 %
Canal Rideau	47,8 %	29,4 %	45,5 %
Lac-Saint-Jean	15,7 %	7,8 %	7,1 %
Golfe du Saint-Laurent – îles de la Madeleine	33,7 %	11,1 %	16,1 %
Lac Deux-Montagnes – Rivière des Outaouais	55,5 %	13,8 %	20,0 %
Lac St-Louis – Lac St-François	64,3 %	18,8 %	23,1 %
Baie des Chaleurs	33,3 %	9,3 %	-

Q28 : Prévoyez-vous fréquenter ces axes nautiques majeurs au cours des 3 prochaines années? (n=894)

Tableau 79 : Évolution anticipée du nautisme au Québec selon les gestionnaires de marinas

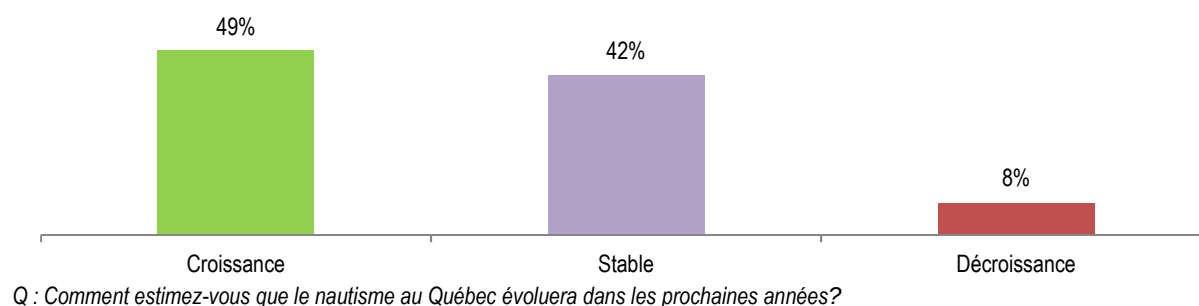


Tableau 80 : Facteurs à l'origine de la croissance du nautisme au Québec selon les gestionnaires de marinas

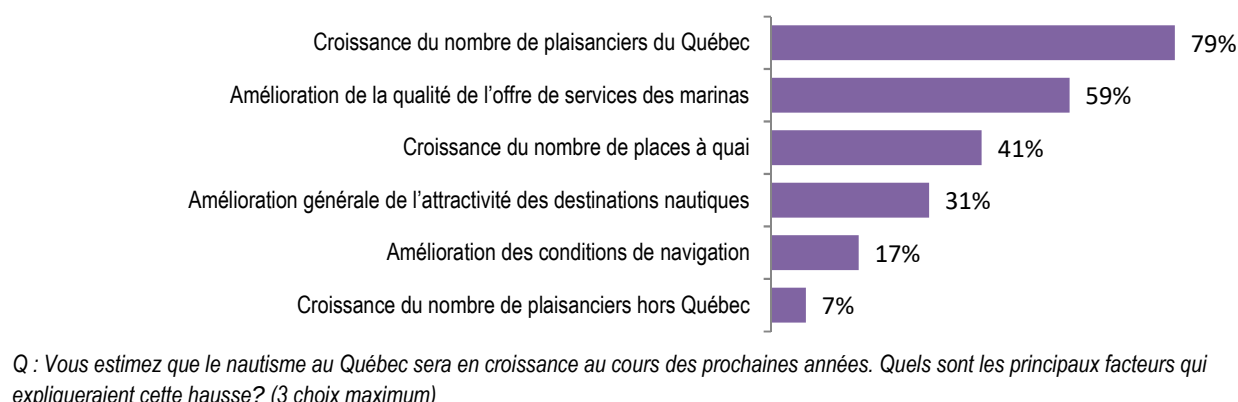
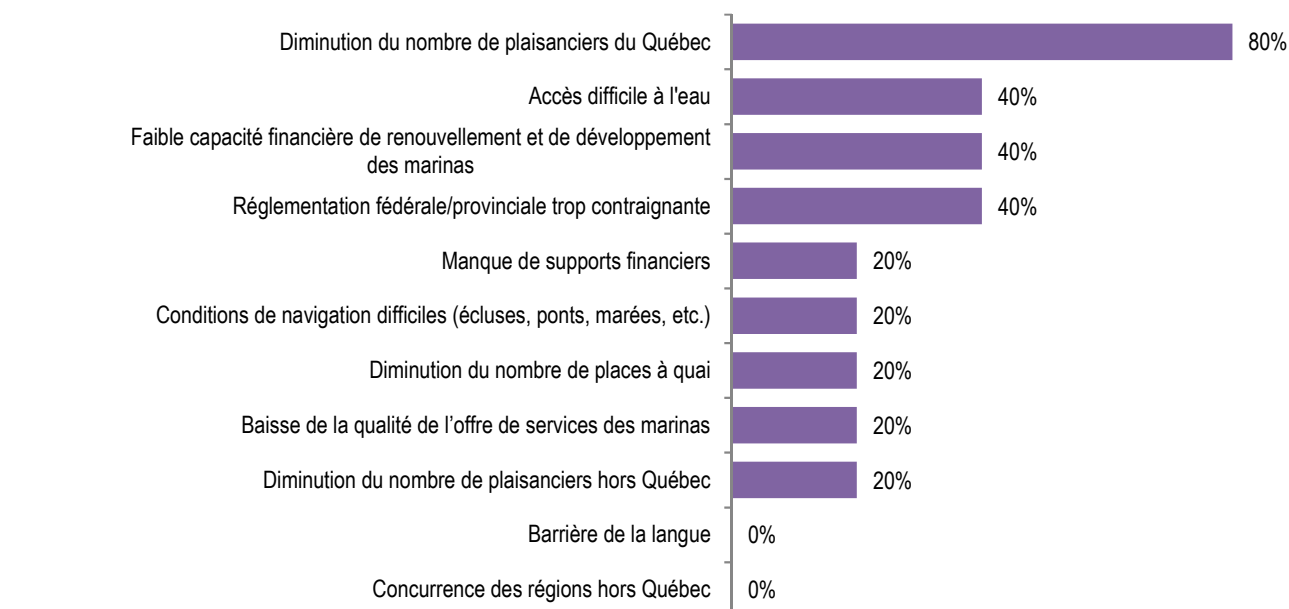


Tableau 81 : Facteurs à l'origine de la décroissance du nautisme au Québec selon les gestionnaires de marinas



4.2. GRANDS CONSTATS

Voici les principaux constats des analyses réalisées jusqu'à présent :

Constats sur l'offre

- > On dénombre actuellement plus de 213 marinas au Québec, un nombre assez similaire depuis 2002³⁶. Au total, il y a 18 374 **places à quais** dans les marinas³⁷.
- > Le **nombre moyen de places à quais** au Québec est de 86 emplacements et de 121 emplacements en Ontario. Le Québec compte donc principalement des marinas de taille moyenne, tandis que l'Ontario a de plus grosses marinas.
- > Le **chiffre d'affaires** moyen des marinas est de 297 892 \$, soit 85 000 \$ pour les petites marinas et 630 000 \$ pour les grosses marinas. Pour 57 % des marinas, le chiffre d'affaires a augmenté au cours des trois dernières années. Seulement 10 % d'entre elles ont subi une baisse.
- > Le **taux d'occupation** des marinas est de 90 % pour les emplacements saisonniers et de 53 % pour les emplacements de visiteurs. Il existe environ 2 600 bateaux qui sont sur **liste d'attente** pour obtenir une place dans une marina québécoise soit environ 13 bateaux par marina.
- > Les marinas du Québec emploient en moyenne 10 **employés** par marinas, ce qui représente plus de 2 150 emplois au Québec.
- > Le **marketing** représente seulement 2 % des dépenses des marinas au Québec.
- > 65 % des **revenus des marinas** proviennent de la location d'emplacements. Les autres revenus sont répartis dans les différents services aux visiteurs (boutique, essence, entreposage, etc.).
- > Au cours des trois dernières années, les marinas ont investi en moyenne 406 246 \$ en **infrastructures et équipements**. Alors que la plupart des postes d'investissement s'accroissent selon la taille des marinas, les coûts de dragage et de travaux liés à l'environnement restent fixes, ce qui en fait un poste d'investissement lourd pour les petites marinas.
- > Ces investissements ont été **financés** par : les fonds propres (44 %), la municipalité (21 %), des prêts (16 %), des subventions (12 %) et par l'actionnariat (7 %).
- > Parmi les **difficultés de financement** rencontrées par les marinas : garanties de caution, montant des sommes prêtées, délais de réponse, difficultés à obtenir des subventions.
- > Au cours des trois prochaines années, le **montant moyen requis pour mettre à niveau** les marinas du Québec est de 500 420 \$ par marina. Soit environ 107 M \$ d'investissement total nécessaire.
- > Si ces investissements étaient réalisés, les marinas estiment pouvoir bénéficier d'un **gain de croissance** de leur chiffre d'affaires de 16 %, soit des revenus additionnels de 48 000 \$ par marina. Ceci équivaldrait à 10M \$ de revenus pour l'ensemble du Québec.
- > 49 % des gestionnaires de marinas estiment que le nautisme au Québec sera en **croissance au cours des prochaines années** et seulement 8 % anticipent une baisse de croissance.

³⁶ Les données de 2002 doivent toutefois être interprétées avec prudence, car le Guide des marinas de Québec Yachting n'est pas exhaustif et ne recense que les marinas qui ont répondu au sondage lors des cinq dernières années

³⁷ AMQ, 2017, *Répertoire des marinas au Québec*

Constats sur la demande

- > Le nautisme est une **activité populaire** :
 - Les Canadiens possèdent 4,3 M de bateaux.
 - Depuis trois ans, le nombre de séjours de navigation est en augmentation.
 - 43 % d'entre eux ont fait du bateau en 2016.
 - Le Québec est la deuxième province au Canada avec le plus haut de participation de la plaisance avec 23 %.
- > Les **ventes de bateaux neufs ont diminué au Canada** (37 000 unités vendues en 2016, contre 46 000 en 2011 et 57 000 en 2010).
- > Les plaisanciers représentent une population fortement éduquée avec un taux de diplomation universitaire de plus de 47 % à 76 % selon les marchés. On note par contre un **vieillessement des plaisanciers**.
- > Le Québec est la deuxième province avec le plus grand nombre de bateaux, derrière l'Ontario.
- > Les circuits sur **grand plan d'eau et par voie navigable** sont les deux types de navigation préférés des plaisanciers toutes origines confondues.
- > En général, la **distance moyenne** par jour qu'un plaisancier est prêt à faire est de 45 milles nautiques.
- > Les grands axes de navigation ont un taux de notoriété intéressant variant de 50 % à 90 %.
- > Le Québec a été **visité par seulement 13 % des plaisanciers ontariens et 6 % des plaisanciers américains**. De plus, il y a un très faible intérêt des Ontariens à faire un séjour au Québec (3,7/10).
- > Les facteurs d'influence principaux pour choisir une destination pour les Américains et les Ontariens sont la température et les conditions de navigation.
- > Les facteurs d'influence pour **choisir une marina** outre la proximité de la résidence principale sont :
 - Pour les Américains : la qualité des infrastructures (quais modernes, belle capitainerie, etc.) et le coût des emplacements à quai ou de mise à l'eau.
 - Pour les Ontariens : les services offerts dans la marina et le coût des emplacements à quai ou de mise à l'eau.
- > Les facteurs d'influence des clientèles hors-Québec pour **choisir le Québec** comme destination de navigation sont :
 - Les attraits et les activités
 - Les panoramas et paysages
 - L'intérêt pour les plans d'eau
 - La visite de Montréal
- > Les **voies navigables les plus utilisées** au Québec sont :
 - Saint-Laurent : Montréal – Sorel – Québec
 - Saint-Laurent : Québec – Tadoussac
- > Les **axes nautiques québécois les plus envisagés** au cours des 3 prochaines années sont :
 - Le Lac St-Louis – Lac St-François
 - Le Lac Deux Montagnes – Rivière des Outaouais
- > Les principales **raisons de n'avoir jamais effectué de séjours** au Québec par le passé sont :
 - Pour les Américains : la distance à parcourir en bateau et le fait de ne pas connaître suffisamment le Québec et ses possibilités de voyage.

- Pour les Ontariens : la distance à parcourir en bateau et la langue parlée dans les écluses, les marinas et les lieux visités.
- > Les principales **craintes avant de naviguer** au Québec concernent :
 - Les conditions d'accès dans la voie maritime du Saint-Laurent
 - La langue parlée dans les écluses, les marinas et les lieux visités
 - Les canaux (écluses)
 - La sécurité dans les marinas
- > Les **dépenses des plaisanciers** lors de leur dernier séjour au Québec étaient de 1 490 \$ pour les Québécois, de 1 409 \$ pour les Ontariens et 2 714 US \$ pour les Américains.
- > La **satisfaction des plaisanciers** lors des séjours au Québec est relativement bonne (Québécois 8/10, Ontariens 7/10, Américains 8,1/10) et les **éléments les plus satisfaisants pour la clientèle hors Québec** sont³⁸ :
 - Beauté des paysages
 - Visite de villes et localités
 - Visite des attraits à proximité
 - Restaurants et divertissements à proximité
 - Sécurité dans les marinas
- > **L'Ontario est la destination qui a été la plus visitée**, suivie par les États-Unis et le Québec. Évidemment, les destinations canadiennes ont été davantage visitées par les Québécois et les Ontariens que par les Américains. Et inversement pour les destinations américaines.
- > **L'Ontario est la destination la plus envisagée pour les séjours futurs** des Québécois et des Américains. Les Ontariens, quant à eux, sont plus attirés par les États-Unis que par le Québec.
- > En moyenne, **la clientèle touristique** représente 24 % du chiffre d'affaires des marinas. En 2002, cette dernière représentait seulement 20 % de leur chiffre d'affaires³⁹.
- > L'augmentation de la pratique des plaisanciers est très fortement liée à leur **temps libre disponible**. Les répondants qui pensent augmenter leur nombre de séjours de navigation vont le faire principalement, car ils auront davantage de temps libre, et dans une moindre mesure en raison de l'amélioration de leur équipement et d'un plus grand intérêt pour les voyages en général.
- > Dans tous les marchés, au cours des trois prochaines années, les plaisanciers souhaitent :
 - Accroître la taille de leur bateau (de 23 % à 37 %)
 - Augmenter leur nombre de séjours (de 46 % à 60 %)

³⁸ Considérant la petite taille de l'échantillon aux questions concernées, nous sommes conscients que ce constat est à titre indicatif seulement.

³⁹ DBSF, 2002, *Plan stratégique de développement et de marketing du tourisme nautique*.

4.3. FORCES ET FAIBLESSES / OPPORTUNITÉS ET CONTRAINTES

Voici les principales forces sur lesquelles peuvent s'appuyer les marinas québécoises, ainsi que leurs principales faiblesses :

Principales forces

- Un secteur économique important et une bonne répartition sur l'ensemble du territoire.
- Le nautisme est une activité populaire et en croissance.
- Une connaissance satisfaisante des grands axes de navigation du Québec.
- Une bonne satisfaction des plaisanciers qui ont visité le Québec.
- Un bon taux d'occupation des marinas.
- Une demande potentielle de 2 600 plaisanciers saisonniers (liste d'attente).
- Une bonne part de clientèle touristique (visiteurs) et en croissance depuis 2002.
- Un chiffre d'affaires en croissance et de bonnes perspectives.

Principales faiblesses

- Les marinas sont de très petites entreprises (chiffre d'affaires de moins de 300 000 \$ par an).
- Des marinas de plus petites tailles au Québec comparativement aux marinas en Ontario.
- Des revenus peu diversifiés, concentrés sur la location d'emplacements.
- De lourds investissements passés et futurs pour les marinas considérant leur taille.
- D'importants montants requis pour mettre à niveau les marinas (500 000 \$ par marina).
- Plusieurs difficultés rencontrées lors du financement : garanties de caution, montant des sommes prêtées, délais de réponse, difficultés à obtenir des subventions.
- Une mauvaise connaissance du Québec par les plaisanciers hors Québec.
- Un faible intérêt des ontariens à faire un séjour de navigation au Québec.
- Comparativement à l'Ontario, le Québec est moins envisagé pour les séjours futurs des plaisanciers américains.
- Un accès à l'eau difficile.
- La promotion et le marketing du nautisme au Québec semblent relativement limités.

Voici les principales opportunités et les principales contraintes des marinas québécoises :

Principales opportunités

- Une croissance anticipée du nautisme au Québec selon les gestionnaires.
- L'augmentation prévue de la taille des bateaux et du nombre de séjours.
- Un nombre élevé de bateaux au Québec et un taux de participation à la plaisance en croissance.
- L'intérêt des plaisanciers américains à faire un séjour de navigation au Québec.
- Un taux de change CAD/USD favorable à l'offre nautique québécoise.
- Une croissance potentielle de 16 % en mettant les infrastructures, équipements des marinas à niveau.
- Un grand nombre de plaisanciers hors Québec qui n'ont encore jamais navigué au Québec (87 % des plaisanciers ontariens et 94 % des plaisanciers américains).
- L'amélioration de la qualité des infrastructures et services offerts va créer un accroissement de l'intérêt des Américains.
- Les attraits, les paysages, les plans d'eau et la visite de Montréal constituent nos principaux avantages concurrentiels.

Principales contraintes

- Le vieillissement de la population de plaisanciers.
- Le recul des ventes de bateaux (neufs en particulier) au Canada.
- La difficulté d'accéder au financement pour les marinas.
- Une importante distance à parcourir pour naviguer au Québec.
- L'appréhension des conditions de navigation d'accès dans la voie maritime du Saint-Laurent.
- La barrière de la langue parlée constitue une contrainte pour les plaisanciers hors Québec.
- Les températures québécoises.

4.4. ENJEUX

Les constats nous permettent d'identifier trois enjeux majeurs et des enjeux secondaires. Dans la mesure où l'industrie du nautisme, le ministère du Tourisme, les partenaires et les autres niveaux de gouvernement (fédéral, local et régional) adressent ces enjeux collectivement, nous estimons que cela pourrait améliorer la compétitivité québécoise dans le tourisme nautique :

ENJEU 1 : LA PROMOTION DE LA DESTINATION

D'entrée de jeu et bien que cela ne fasse pas partie du périmètre initial de notre étude, il nous apparaît que la promotion de la destination nautique québécoise constitue un enjeu important. Compte tenu du potentiel de croissance des segments intra et hors Québec, ainsi que de la faible notoriété du Québec en tant que destination nautique et des freins perceptuels importants, des efforts de promotion structurés et ciblés s'avèrent nécessaires. Il n'y a pas de porteur officiel de dossier de la promotion de la destination québécoise.

ENJEU 2 : L'ADÉQUATION DE L'OFFRE AVEC LA DEMANDE ACTUELLE ET ANTICIPÉE

L'offre nautique québécoise actuelle est en retard en termes de qualité et quantité face à une demande (intra Québec et hors Québec) qui a évolué au cours des dernières années et qui va assurément croître dans les années à venir. L'enjeu est d'équilibrer l'offre à la demande, à la fois en termes de quantité et de qualité, en mettant à niveau les infrastructures et les services. Pour cela, environ 107 M \$ d'investissements semblent nécessaires seulement dans les marinas.

ENJEU 3 : LA FACILITATION DE L'ACCÈS À L'INVESTISSEMENT DANS LES MARINAS

Pour demeurer concurrentielles, les marinas devront réaliser de lourds investissements au cours des prochaines années. Toutefois, tel que précédemment constaté, la taille et la structure financière de ces organisations (privées, OBNL ou municipales) ne facilitent pas de tels investissements. L'envoi d'un signal fort de la part de l'ensemble des partenaires – dont le gouvernement – pour favoriser et soutenir le développement du tourisme nautique est donc souhaitable. Dans ce contexte, les marinas doivent être placées au cœur de la stratégie de développement et soutenues à la hauteur des objectifs qui seront fixés.

ENJEUX SECONDAIRES

- Le développement de **pôles de destinations nautiques** ayant la capacité d'offrir une large gamme de services aux plaisanciers.
- L'intégration des pôles nautiques comme un élément du **tissu récréotouristique et urbanistique** « terrestre » (spectacles nautiques, initiation à la pratique, animations et événements).

5. Recommandations et plan d'action

Hypothèses de croissance

Notre mandat était d'étudier le potentiel de croissance du secteur nautique au Québec et d'émettre des recommandations sur les pistes de développement.

Nous **appuyons nos recommandations sur les constats et les enjeux** précédemment identifiés que nous jugeons les plus fondamentaux dans les choix à faire :

- Le nombre de séjours des plaisanciers va croître au cours des prochaines années, autant sur le marché québécois que sur les marchés hors Québec.
- Le taux de participation à la navigation de plaisance (43 % au Canada en 2016) est en augmentation depuis 2011 et offre un bon potentiel.
- La taille moyenne des marinas québécoises (86 emplacements) est bien inférieure à celle des marinas ontariennes (121 emplacements) et le chiffre d'affaires actuel moyen des marinas est de 297 892 \$, ce qui est très petit considérant les investissements à réaliser.
- Le Québec bénéficie de deux marchés limitrophes importants pour le nautisme que sont l'Ontario et les États-Unis. Cela constitue un bassin important de plaisanciers potentiels sur lequel s'appuyer. Le taux de pénétration des plaisanciers hors Québec sur les plans d'eau québécois est très faible et que le potentiel de croissance est grand malgré les craintes perceptuelles et les contraintes structurelles.
- Malgré des investissements importants (83 M \$) réalisés par les marinas au cours des trois dernières années, force est de constater que cela n'est pas suffisant pour se mettre à niveau. En effet, les besoins d'investissement des marinas sont encore de 107 M \$ au cours des trois prochaines années.
- Par le passé, les fonds propres des marinas représentaient moins de la moitié des modes de financement des investissements (44 % seulement). Les aides des municipalités (21 %), des institutions financières (16 %) et des subventions (12 %) étaient indispensables. En effet, 80 % des marinas ont des difficultés à accéder au financement ou aux subventions. Ceci pourrait limiter les marinas dans leur capacité d'investissement au cours des prochaines années.
- Bien qu'il y ait plusieurs signaux positifs pour le nautisme au Québec, les contraintes précédemment énoncées (freins des plaisanciers à l'égard du Québec, difficultés d'obtenir des financements, baisse des ventes de bateaux en Amérique du Nord, population vieillissante, etc.) sont à prendre en compte.
- Rappelons que les besoins d'investissements au cours des trois prochaines années se situent principalement au niveau des quais et les infrastructures d'accueil puis viennent les autres catégories concernant les équipements et services connexes, et le dragage et travaux liés à l'environnement. Ceci veut dire que les prochains investissements auront un impact sur la qualité de l'expérience permettant de croire à des gains de croissance directs suite aux investissements.
- L'insuffisance de places à quais a été confirmée par le nombre de bateaux sur une liste d'attente au Québec. Il s'agirait donc de combler ce manque à gagner en investissant dans cette catégorie.

- De plus, le sondage auprès de la clientèle a montré que les attentes des plaisanciers hors Québec quant aux infrastructures d'accueil et équipements étaient importantes dans leur choix de destination.

Dans la mesure où les investissements requis seraient réalisés, les gestionnaires de marinas estiment pouvoir augmenter leur chiffre d'affaires de 16 % en moyenne d'ici trois ans. Toutefois, nous pensons que le potentiel de croissance du secteur pourrait être supérieur pour les raisons évoquées précédemment.

Dans cette optique, nous avons cherché à estimer quel pourrait être le gain de croissance du chiffre d'affaires des marinas du Québec si les investissements nécessaires étaient réalisés, et si un support leur était fourni afin d'optimiser leur croissance. Nous estimons ce gain potentiel pour les marinas du Québec d'ici 2020 selon trois hypothèses de croissance si les marinas investissent à la hauteur requise d'ici 2020.

Hypothèse A : 16 % d'augmentation du chiffre d'affaires sur les trois prochaines années

- Permettrait aux marinas du Québec d'atteindre 73 M \$ de chiffre d'affaires d'ici 2020
- Gain de croissance de 10 M \$ au Québec

Hypothèse B : 24 % d'augmentation du chiffre d'affaires sur les trois prochaines années (50% de plus que la croissance anticipée par les gestionnaires de marinas)

- Permettrait aux marinas du Québec d'atteindre 78 M \$ de chiffre d'affaires d'ici 2020
- Gain de croissance de 15 M \$ au Québec

Hypothèse C : 32 % d'augmentation du chiffre d'affaires sur les trois prochaines années (deux fois la croissance anticipée par les gestionnaires de marinas)

- Permettrait aux marinas du Québec d'atteindre 83 M \$ de chiffre d'affaires d'ici 2020
- Gain de croissance de 20 M \$ au Québec

Tableau 82 : Hypothèses de croissance du chiffre d'affaires (CA) sur 3 ans

Nombre de marinas	Nombre d'emplacements	Chiffre d'affaires total (2016)	Chiffre d'affaires total anticipé en 2020		
			Hypothèse A	Hypothèse B	Hypothèse C
			16 % d'augmentation	24 % d'augmentation	32 % d'augmentation
213	18 374	62 714 066 \$	72 748 316 \$	77 765 442 \$	82 782 567 \$
Gain annuel résultant de la croissance anticipée du chiffre d'affaires			10 034 251 \$	15 051 376 \$	20 068 501 \$

Recommandations

À la lecture des données que nous avons obtenues et traitées, il apparaît qu'il y a une véritable **opportunité de croissance pour le nautisme** au Québec et que les principaux acteurs concernés, les propriétaires de marinas, qui ont investis largement (84M \$) au cours des trois dernières années, souhaitent encore investir (107 M \$) dans les infrastructures et les équipements et sont confiants en l'avenir.

Toutefois, comme nous l'avons relevé précédemment, les propriétaires de marinas vivent des **contraintes structurelles au développement et à l'investissement**, notamment à cause de la taille des entreprises et organisations. L'apport gouvernemental pourrait atténuer, en partie, ces problématiques à l'instar du support offert à d'autres secteurs ayant des contraintes sectorielles similaires.

Dans ce contexte, nous **estimons structurant de supporter les marinas dans leur effort de bonification et d'augmentation de la qualité de leur offre de services**. Le support gouvernemental devrait permettre également à la majorité des marinas le long des parcours et cours d'eau de se mettre à niveau afin que l'offre de services de la destination québécoise soit de calibre égal dans tous les pôles nautiques. Ceci s'avère important à cause du caractère linéaire de l'expérience nautique. De plus, comme l'apport de clientèle hors Québec (24 %) est assez significatif, l'intérêt économique s'en trouve augmenté.

En terminant, nous portons à votre attention d'autres défis de développement de la destination nautique québécoise parallèle à celui de l'investissement dans l'offre nautique :

- **Promotion de la destination.** Pour maximiser les chances de croissance, nous pensons que l'effort d'investissement des marinas devrait être accompagné par une meilleure promotion de la destination québécoise sur les marchés hors Québec considérant que ces clientèles constituent environ 24 % du chiffre d'affaires des marinas.
- **Développement des pôles de destination intégrés.** Il faut supporter les marinas en lien avec le contexte urbanistique riverain. Le développement et l'aménagement des rives sur lesquelles se trouvent les marinas doivent être cohérents afin de favoriser le « spectacle nautique » qui s'offre aux yeux des visiteurs et qui constitue le « tourisme nautique terrestre ». Pour cela, il faut tendre vers le développement de pôles véritablement intégrés qui soient esthétiquement et structurellement attrayants et accessibles afin de renforcer les interactions entre le tourisme nautique et le tourisme terrestre.
- **Accroissement de pratiques durables et sécuritaires.** Le nautisme se réalise dans des environnements fragiles. Il faudra s'assurer que le nautisme québécois se développe en cohérence avec les objectifs de développement durable, et ce, autant au niveau des plaisanciers, des marinas que des fabricants. Enfin, les enjeux plus spécifiques de sécurité sont aussi à prendre en compte.

Plan de mise en œuvre

Afin d'adresser les enjeux précédemment identifiés et de faciliter la mise en œuvre des recommandations, nous présentons un plan de mise en œuvre des actions à réaliser. Essentiellement nous recommandons de produire une **Stratégie de développement du nautisme au Québec** qui intégrerait les stratégies gouvernementales et les stratégies de l'AMQ de même que les principales actions envisagées des partenaires de l'industrie du nautisme (municipalités, riverains, marinas, ATR, Alliance, manufacturiers, détaillants, etc.).

Chaque action du plan de mise en œuvre comprend un descriptif des responsables et partenaires ayant un rôle à jouer, ainsi qu'un échéancier associé.

ACTIONS	RESPONSABLE	ACTEURS IMPLIQUÉS	ÉCHÉANCE
Dépôt de l'étude de marché pour le développement du tourisme nautique dans les voies d'entrée navigables du St-Laurent.	RCGT	MTO	Octobre 2017
Intégration des résultats et production des avis internes nécessaires pour l'appareil gouvernemental en vue des consultations budgétaires de février 2018	MTO	Ministère des Finances	Novembre 2017
Présentation des résultats à l'association sectorielle (AMQ) et demande d'un avis sur les résultats et recommandations.	MTO	AMQ	Novembre 2017
Atelier de travail pour établir les conditions de mise en œuvre d'une Stratégie de développement du nautisme au Québec .	MTO-AMQ	-	Novembre 2017
Établissement d'une intention conjointe de mise en œuvre d'une Stratégie de développement du nautisme au Québec.	AMQ-MTO	Alliance, partenaires	Décembre 2017
Diffusion des résultats à l'industrie nautique par le biais de l'AMQ (sommaire exécutif, document schématique et présentation en personne)	MTO-AMQ	-	Janvier 2018
Diffusion des résultats à l'industrie touristique.	MTO	AMQ-Alliance	Janvier 2018
Création et animation d'un comité de travail pour la production de la Stratégie de développement du nautisme au Québec.	MTO	AMQ, leader du secteur, Alliance	Janvier 2018
Identification d'un consultant pour encadrer le comité de travail et rédiger la stratégie	AMQ	MTO	Février 2018
Identification des partenaires souhaitant faire partie de la Stratégie nautique (secteur touristique et secteur nautique).	AMQ-MTO	Partenaires	Février 2018
Présentation des intentions préliminaires du MTO concernant les leviers financiers potentiels au secteur nautique pour les consultations budgétaires	MTO	Ministère des Finances	Février 2018
1 ^{re} rencontre du comité de travail sur les enjeux et recommandations identifiés dans l'étude et pour établir les pistes d'actions préliminaires	MTO	AMQ	Février 2018
Travaux de recherche et de rédaction pour alimenter le comité	Consultant	Alliance, MTO, AMQ, partenaires	Février à avril 2018
2 ^{de} rencontre du comité de travail pour établir le plan d'actions	MTO	AMQ	Avril 2018
Travaux de recherche et de rédaction pour alimenter le comité	AMQ-MTO	Alliance	Avril à septembre 2018
3 ^{de} rencontre du comité de travail pour établir le plan d'action	MTO	AMQ	septembre 2018
Dépôt préliminaire de la Stratégie de développement du nautisme au Québec (incluant les intentions gouvernementales).	AMQ-MTO	Partenaires	Octobre 2018
Consultations des partenaires et des ministères	AMQ-MTO	Partenaires et ministères	Octobre à décembre 2018
Corrections et dépôt de la Stratégie de développement du nautisme au Québec finale (incluant les intentions gouvernementales)	AMQ-MTO	Partenaires	Janvier 2019

Annexes

Liste des abréviations

Alliance	Alliance de l'Industrie Touristique du Québec
AMQ	Association maritime du Québec
ATR	Association Touristique Régionale
MRC	Municipalité régionale de comté
NMMA	National Marine Manufacturers Association
PMB	Print Measurement Bureau
MTO	Ministère du Tourisme

Glossaire des termes et définitions en tourisme nautique

Accès à l'eau	Présence de gradins, de surfaces et de plans inclinés, de pentes, d'escaliers, voire de plages qui permettent aux gens d'atteindre l'eau, d'y toucher, d'y entrer et d'en ressortir, d'y utiliser des équipements légers, en un mot de l'utiliser. La plupart de ces usages publics nécessitent l'utilisation de terrains riverains assez vastes adjacents aux plans d'eau, notamment pour fins de stationnement ⁴⁰
Ascenseur à bateaux	Un ascenseur à bateaux est un dispositif de franchissement de dénivelé, qui permet à une embarcation de franchir rapidement de grandes différences de niveau entre deux plans d'eau. Ce système permet de franchir de plus grandes différences de niveau qu'un système par écluse. Les principaux types d'ascenseurs à bateaux sont les ascenseurs hydrauliques, les ascenseurs funiculaires, les plans inclinés et les ascenseurs à flotteurs.
Axe nautique	Un axe nautique est un secteur de navigation. Exemple : l'axe nautique Québec – Tadoussac.
Bateau à moteur hors-bord	Un bateau à moteur hors-bord est propulsé par un moteur monté sur le tableau arrière. Ce type de propulsion est particulièrement courant sur les petites embarcations qui ne nécessitent pas une puissance trop importante (Nauticexpo, 2014).
Bateau à moteur in-bord	Un bateau à moteur in-bord est propulsé par un moteur installé à l'intérieur du bateau dans un compartiment dédié. Les moteurs in-bord sont installés généralement en fond de coque sur des pieds flexibles pour amortir les mouvements et les chocs (Nauticexpo, 2014).
Bateau à moteur semi-hors-bord (sterndrive).	Un moteur semi-hors-bord (sterndrive) pour bateaux est un système propulsif comprenant un moteur in-bord auquel est accouplé un moyen de direction hors-bord à travers le tableau arrière du bateau. Cette configuration est parfois appelée in-bord/hors-bord (Nauticexpo, 2014).
Centre de réparation :	On le définit comme une installation nautique en rive, généralement propriété d'un entrepreneur privé, disposant des aménagements et des équipements nécessaires pour la réparation, l'entreposage et l'entretien des embarcations de plaisance ⁴¹ .
Circuit maritime	Un circuit maritime vise à relier entre eux les pôles touristiques par une offre de produits et de services à proximité des berges, afin de mettre en valeur les éléments attractifs du Saint-Laurent.
Écluse	Système hydraulique de franchissement dont les régimes de niveau sont différents et qui permet aux navires de naviguer malgré les dénivelés, grâce à la manœuvre d'éléments mobiles, portes et vannes.
Franc-bord (ou revanche)	Désigne la distance, en mètres, mesurée verticalement (de haut en bas) à partir du point le plus bas du rebord supérieur du pont supérieur jusqu'à la ligne de flottaison en eaux calmes ⁴² .
Intervenants nautiques	Toute entreprise offrant des services et activités nautiques.

⁴⁰ Naud, Léonce (1998). *Accès et usages publics des plans d'eau: principes de base*.

⁴¹ DBSF 2002, *Plan stratégique de développement et de marketing du tourisme nautique*.

⁴² Transports Canada.

Marinas et ports de plaisance	Abri naturel ou artificiel aménagé au bord de l'eau permettant des embarcations de plaisanciers et d'offrir à ces derniers une gamme plus ou moins variée de services (y compris l'hébergement dans le cas d'un complexe hôtel-marina) en regard de leurs activités. La marina se caractérise donc principalement par la location d'emplacements à quai, sur une base saisonnière, afin d'accueillir des embarcations de plaisanciers. Selon leur localisation et leur taille, les marinas peuvent accueillir un nombre plus ou moins grand d'embarcations de dimensions variées. Notons enfin qu'une marina peut être à caractère public, c'est-à-dire ouverte à tous les plaisanciers qui en font la demande, ou à caractère privé, c'est-à-dire réservée à l'usage exclusif d'un groupe de membres. Dans ce dernier cas, la marina est généralement associée à un club nautique ou un ensemble résidentiel ou hôtelier ⁴³ .
Mille nautique	Unité de mesure de distance utilisée en navigation maritime qui équivaut à 1 852 mètres.
Montant	Bateau navigant vers l'amont, c'est-à-dire qu'il remonte un cours d'eau dans le sens contraire du courant, se dirigeant vers sa source. Sur un canal, cela signifie que la vedette plaisance prend les écluses dans le sens montant (tel un escalier).
Mouillage (site)	Endroit où l'on peut mouiller. Pour être qualifiée de mouillage, une baie doit être peu profonde (< 15 m), abritée des vents et des houles. Le caractère changeant des deux derniers critères fait que la qualité d'un mouillage est très variable dans le temps. L'appréciation de la qualité d'un mouillage varie aussi en fonction du type d'embarcations qui souhaite s'y abriter. Tous n'ont pas les mêmes exigences. Un site de mouillage peut être aménagé pour l'accueil des plaisanciers. Dans ce cas, des bouées de mouillage y sont installées. ⁴⁴
Nautisme	Fait référence à toute activité de sport ou de loisir qui consiste à naviguer sur les plans d'eau, que ce soit en mer, en rivière ou dans un bassin ⁴⁵ . Ce terme se divise en deux grands segments : la <i>navigation de plaisance</i> et les <i>sports et loisirs nautiques</i> ⁴⁶ .
Navigation de plaisance	La navigation de plaisance concerne l'activité nautique pratiquée sur les bateaux, à voile ou à moteur, pour le plaisir. ⁴⁷
Pied de pilote	Hauteur supplémentaire que l'on ajoute au tirant d'eau d'un navire pour se garantir une marge de sécurité pour entrer dans un port ou passer par un endroit peu profond.
Plaisancier	Personne pratiquant une activité nautique à des fins de loisirs, à l'aide d'une embarcation nautique de plaisance.
Poste d'éclusage	Espace dans lequel se situe une ou plusieurs écluses.
Rampes de mise à l'eau	Ce type d'équipement se définit comme une installation nautique en rive permettant à un plaisancier de mettre à l'eau son embarcation et de l'y retirer, sans l'aide de services quelconques. Ce type d'installation nautique requiert également l'aménagement à proximité d'un nombre plus ou moins grand d'espaces de stationnement permettant aux plaisanciers de garer leur véhicule et leur remorque ⁴⁸ .

⁴³ DBSF 2002, *Plan stratégique de développement et de marketing du tourisme nautique*

⁴⁴ Desjardins-Ledoux, 1977

⁴⁵ Encyclopédie Universalis. « Navigation Maritime ».

⁴⁶ AMQ, 2011. *Tourisme nautique au Québec. Étude sur les marchés potentiels*.

⁴⁷ AMQ, 2011. *Tourisme nautique au Québec. Étude sur les marchés potentiels*.

⁴⁸ DBSF 2002, *Plan stratégique de développement et de marketing du tourisme nautique*

Régulateur	Appareil destiné à limiter la vitesse de rotation d'un moteur.
Station nautique	Une destination intégrant des ressources nautiques : canot/kayak, croisières, festivités à saveur nautique, excursions, marinas, patrimoine maritime, stand up paddle, pêche, plage, plaisance, plongée, centres d'interprétation et d'observation, sports de vent et de glisses et plusieurs autres. On peut également y louer des équipements et suivre diverses formations (QSN, 2013). ⁴⁹
Tirant d'air	Distance entre la surface de l'eau et le point le plus élevé du navire (la tête de mât). C'est à partir du tirant d'air que l'on calcule la hauteur libre permettant le passage des navires sous les ponts et les lignes à haute tension.
Tirant d'eau	Profondeur à laquelle la coque d'un navire est immergée dans l'eau, entre la ligne de flottaison et le dessous de la quille. La profondeur varie selon le type de navire, selon son chargement et ses ballasts ⁵⁰ .
Voies navigables	Tout cours d'eau de type rivière, fleuve, canaux qui représente un chemin navigable pour se rendre d'un point A à un point B.
Voilier	Un voilier est un bateau à voile. Son mode de propulsion utilise l'énergie du vent. Les voiliers modernes possèdent pour la plupart un moteur thermique pour faciliter les manœuvres d'abordage ou de mouillage (Nauticexpo, 2014). ⁵¹

⁴⁹ Martin Savard (2000). *Guide écologique du nautisme sur le Saint-Laurent*.

⁵⁰ Comité sectoriel de main-d'œuvre de l'industrie maritime, 2011, *Lexique des termes usuels dans le transport maritime et liens utiles*.

⁵¹ Martin Savard (2000). *Guide écologique du nautisme sur le Saint-Laurent*.

Répertoire des marinas au Québec

Le répertoire suivant provient de la liste fournie par l'AMQ en mai 2017. Il est possible que certaines données soient prochainement mises à jour par l'AMQ lors de son actualisation des informations ayant eu lieu au courant de l'été 2017.

Marinas / Région/Lac – Nautiguide 2017	Longueur max. (pi)	Profondeur (pi)	Essence	Diesel	Propane	Rampe de mise à l'eau	Électricité (Ampère)	Entreposage Intérieur	Entreposage extérieur	Équipement Travel lift	Grue de matage	Réparations	Pièces / Accessoires	Vidanges Septique+T1	Tarifs (Coût / pi)
Abitibi-Témiscamingue															
Club nautique d'Amos	40	3	oui	non	non	oui	30	non		non	non	oui	non	oui	20 \$ avec électricité/jour 15 \$ sans électricité/jour
Marina de Ville-Marie	45	3,28	oui	non	non	oui	30	non	oui	non	non	non	non	oui	25 à 50 \$
Marina Tête-du-Lac	32	17	oui	non	non	oui	1	non		non	non	non	non	oui	12 \$
Marina Thompson	40	5	oui	non	non	oui	30	oui		oui	non	non	non	oui	35 \$+taxes
Pourvoirie Fern	25	5	oui	non	non	non	1	non		non	non	non	non	non	
Bas-Saint-Laurent et Côte-Nord															
Ass. Récré. de L'Anse-de-Roche	30	5	non	non	non	oui	20-30	non	non	non	non	non	non	non	1,45 \$/pi
Club de yacht Cabano	35	8	oui	non	non	oui	15-30	oui		non	oui	non	oui	oui	1,50 \$/pi
Club de Yacht de Matane	55	6	oui	oui	non	oui	15	non	oui	non	oui	non	non	non	1,54 \$/pi
Club Nautique de Baie-Comeau	65	8	oui	oui	non	oui	15-30-50	non	oui	non	non	non	non	non	1,39 à 1,52 \$/pi
Club nautique de Havre-St-Pierre	50	12	oui	oui	non	oui	15-20-30	non		non	non	non	non	non	1,25 \$/pi
Club Nautique de Rivière-du-Loup	40	10	non	non	non	oui	15-30	oui		non	oui	non	non	non	1,30 \$/pi/jour; 10 \$/pi/3jours; 0,20\$/pi/20jours et +
Club nautique de Sept-Îles	48	9	oui	oui	non	oui	15	non		oui	oui	non	non	non	1,50 \$/pi
Marina de Notre-Dame-du-Lac	45	8	oui	non	non	oui	15-30	non	oui	non	non	non	non	oui	25 \$/jour
Marina de Rimouski	50	6	oui	oui	non	oui	15-30	non	oui	oui	non	non	non	non	1,66 \$/pi (35 pi et -) et 1,76 \$/pi (36 pi et +)
Marina de Tadoussac	60	4 à 15	oui	oui	non	non	20-30-50	non	oui	non	non	non	non	oui	1,69 \$/pi (35 pi et -) 1,73 \$/pi (36 et +)
Marina de Dégelis	35	35	oui	non	non	oui	15-30	oui		non	non	oui	non	oui	30 \$
Marina des Bergeronnes	45	8	non	non	non	oui	20-30	non		non	non	non	non	non	1,35 \$/pi/nuit
Marina du Sous-Bois de l'Anse	26	9	non	non	non	oui	30	oui		non	non	non	non	non	10 \$/jour (+taxes)
Marina Trois-Pistoles	40		non	non	non	oui	30	non		non	non	oui	non	non	25 \$/jour
Cantons-de-l'Est															
Capitainerie de l'Émeraude	46	3	non	non	non	oui	15-30	oui		oui	non	oui	oui	oui	
Club nautique du Petit Lac Magog	22	5	non	non	non	oui	0	oui	non	non	non	non	non	non	
Magog Marine	36	7	oui	non	non	oui	15	oui		oui	non	oui	oui	oui	40 \$ (+taxes)
Marina Audet	28	8	non	non	non	oui	15-30	oui		oui	non	non	oui	oui	
Marina de Lac-Mégantic	42	6	oui	non	non	oui	30	non	non	oui	oui	non	non	oui	29 \$ (taxes incluses)
Marina du Grand-Boisé	30	15	non	non	non	non	0	oui		oui		non	non	oui	Sans frais

Marinas / Région/Lac – Nautiguide 2017	Longueur max. (pi)	Profondeur (pi)	Essence	Diesel	Propane	Rampe de mise à l'eau	Électricité (Ampère)	Entreposage intérieur	Entreposage extérieur	Équipement Travel lift	Grue de matage	Réparations	Pièces / Accessoires	Vidanges Septique+T1	Tarifs (Coût / pi)
Marina Fitch Bay	26	4	oui	non	non	oui	15	non	oui	non	non	oui	oui	oui	60 \$ pi linéaire
Marina Knowlton	21	4	oui	non	non	oui	0	non		non	non	oui	non	non	18 \$
Marina Le Merry Club	50	6	oui	non	non	oui	15	non	oui	oui	oui	oui	oui	oui	enlever l'inscription
Yacht Club Saint-Benoit	35	25	non	non	non	non	30	oui		non	non	non	oui	oui	
Gaspésie- Îles-de-la-Madeleine - Nouveau-Brunswick															
Administration portuaire Rivière-Madeleine	45	6	oui	oui	non	oui	15 - 30	oui		non	non	non	non	oui	1,25 \$/pi
Camping d'Amqui	20	6	non	non	non	oui	0	non	non	non	non	non	non	non	12 \$/jours
Club nautique de Cap-aux-Meules	50	8	non	non	non	oui	15	non	oui	non	non	non	non	non	1,25 \$/pi
Club nautique de Carleton	40	6	non	non	oui	oui	30	non		non	non	non	non	non	30 \$ (taxes incluses)
Club Nautique de Chandler	50	6	oui	oui	non	oui	15-30	oui		oui	non	oui	non	oui	1,30 \$/pi
Club nautique de New Richmond	36	7	non	non	non	oui	15	oui		non	non	non	non	non	34 \$/jour (jusqu'à 30 pi; 1 \$ par pi sup.)
Club nautique du Chenal	40	4,5	oui	oui	non	oui	15	oui		oui	non	oui	non	oui	1 \$/pi
Club Nautique Forillon.	65	20	oui	non	non	oui	30	non	oui	oui	oui	oui	oui	non	1,30 \$
Club Nautique J-Cartier - Gaspé	100	10	oui	oui	oui	oui	15-30-50	oui		oui	oui	oui	oui	oui	1,35 \$/pi
Club nautique Les plaisanciers du Havre	98	6	oui	oui	non	oui	15-30	oui		non	non	non	non	oui	1,25 \$/pi
Havre de Sainte-Anne-des-Monts	140	15	oui	non	non	oui	20	oui		non	oui	oui	non	non	1,25 \$/pi
Marina de Bonaventure	50		non	non	non	oui	15-30	oui		non	oui	non	non	oui	30 \$/jour
Marina de l'Anse-à-Beaufils	50	4,5	non	non	non	oui	15-30	non	oui	non	oui	non	non	non	1 \$/pi
Marina de Paspébiac	45	15	non	non	non	oui	15-30	oui		non	oui	non	oui	non	1,15 \$/pi (+taxes)
Marina de Val-Brillant	30	4 à 6	non	non	non	oui	15	non	non	non	non	non	non	oui	1,09 \$/pi/nuit (longueur hors tout) Location semaine/mois dispo.
Haut Saint-Laurent - grand Montréal															
Bar la Marina	45	8	oui	non	non	oui	15	non		non	non	oui	non	non	1,00 \$/pi
Châteauguay Marine	35	20	oui	non	non	non	30	oui	oui	non	non	oui	oui	non	1,00 \$/pi (20 \$ min)
Club de voile des Laurentides	33	6	non	non	non	non	15	non	non	non	non	non	non	oui	1 \$/pi
Club de Voile Deux-Montagnes	32	5	non	non	non	non	15	oui		oui	oui	non	non	oui	1,70 \$/pi
Club de voile Senneville Yacht Club	32	4,5	non	non	non	oui	15	oui		non	oui	non	non	oui	1 \$/pi (membre seulement)
Club de yacht de Hudson	35	6	non	non	non	oui	15-20	oui		oui	oui	oui	non	oui	1,70 \$/pi
Club de yacht de St-Lambert	35	8	non	non	non	oui	15-30	oui		non	non	non	non	non	1 \$/pi/jour
Club de Yacht Laval-sur-le-Lac	50	6	oui	oui	non	non	15-30-50	non	non	non	non	non	non	oui	1,40 \$/pi
Club Nautique de Boucherville	31	28	oui	non	non	oui	10-15-30	oui		non	non	oui	non	oui	1,50 \$/pi
Club Nautique de Longueuil	40	6	non	non	non	oui	30	non	oui	non	oui	non	non	non	1,76 \$/pi
Club nautique Île-Raymond	60	5	non	non	non	non	0	non		non	non	non	non	non	
Kenmont Marine	60	8	non	non	non	oui	15-30	oui		oui	non	non	non	non	
Les entreprises SKIWAKESURF	30	5	non	non	non	oui	15	oui		non	non	non	non	non	20-30 \$/4heures; 40 \$/nuit
L'Escale de l'Anse-à-Martha	62	32	oui	oui	non	oui	30	oui		oui	non	oui	oui	oui	1,50 \$/pi
Lord Reading Yacht Club	60	7	oui	non	non	oui	15	oui		oui	non	oui	non	oui	1,75 \$/pi

Marinas / Région/Lac – Nautiguide 2017	Longueur max. (pi)	Profondeur (pi)	Essence	Diesel	Propane	Rampe de mise à l'eau	Électricité (Ampère)	Entreposage intérieur	Entreposage extérieur	Équipement Travel lift	Grue de malage	Réparations	Pièces / Accessoires	Vidanges Septique+T1	Tarifs (Coût / pi)
Marina Allard enr.	37	5	non	non	non	non	30	non	oui	oui	non	oui	oui	oui	
Marina au Quai du Capitaine	35	5	non	non	non	oui	15-30	non		non	non	non	non	oui	1,25 \$/pi
Marina Bo-Bi-No	38	8	non	non	non	oui	15	non	oui	non	non	oui	oui	non	2 \$/pi
Marina Bo-Bi-No Pointe Calumet	38	7	oui	non	non	oui	15	non	oui	non	non	oui	oui	oui	2 \$/pi
Marina Bo-Bi-No Sport inc.	40	6	non	non	non	oui	30	oui	oui	oui	non	oui	oui	non	2,50 \$/pi/jour
Marina Brousseau	60	10	non	non	non	oui	30-50	non	oui	oui	non	oui	oui	oui	1,75 \$/pi
Marina Commodore	30	5 à 20	oui	non	non	oui	0	non		oui	non	non	non	non	Gratuit pour visiteurs
Marina Coteau-du-Lac	33	10	non	non	non	oui	15	non	oui	oui	non	oui	oui	non	20 \$/mise à l'eau
Marina de la Rive-Nord	70	7	non	non	non	oui	15-30	non		non	oui	non	non	non	1 \$/pi/jour
Marina de Melocheville	38	5	oui	non	non	oui	1	oui		non	non	non	non	oui	de 25 à 50 \$
Marina de Repentigny	40	10	oui	non	non	oui	15-30	non		non	non	non	non	non	40 \$/jour taxes incluses
Marina d'Oka	32	5	oui	non	non	non	15-30	non	oui	oui	oui	oui	oui	oui	1,65 \$/pi
Marina de Brownsburg-Chatham	50	4 à 16	non	non	non	oui	15-30	non	oui	non	non	non	non	oui	1,60 \$/pi
Marina Grande Seigneurie	35	3,5	non	non	non	oui	30	oui		non	non	non	non	non	49 \$ + taxes
Marina Île-Perrot	60	10	oui	non	non	non	15-30-50	oui		oui	non	oui	oui	oui	1,75 \$/pi
Marina Kahnawake	40	8	oui	oui	non	oui	15-30-60	oui		non	non	non	non	non	25 \$/nuit
Marina Mariposa	40	8	non	non	non	oui	30	non	oui	oui	non	oui	oui	oui	1,35 \$/pi/nuit
Marina P.A.T. inc.	36	15	oui	oui	oui	oui	30	oui		oui	non	oui	oui	oui	2 \$/pi
Marina Plage de Saint-Zotique	40	3	non	non	non	oui	15-30	non		non	non	non	non	non	20 \$ + 5 \$/passaget
Marina Plage Roger	42	6	oui	non	non	oui	15-30	oui		oui	non	oui	oui	oui	2 \$/pi
Marina Port-Lewis	36	6	oui	non	non	oui	30	non	oui	oui	non	oui	oui	oui	1,50 \$/pi
Marina Valleyfield	65	6,5	oui	oui	non	oui	30	oui		non	oui	non	oui	oui	1,60 \$/pi (-de 45 pieds) 2,00 \$/pi (+ de 45 pieds)
Marina Venise	30	5	oui	non	non	oui	0	oui		oui	non	non	non	non	20 \$/jour
Marine Sainte-Anne	26	10	non	non	non	oui	1	non		oui	non	oui	oui	non	25 \$/jour (taxes incluses)
Port de Plaisance de Lachine	65	6,5	oui	non	non	oui	30-50	non		non	non	non	non	oui	1,90 \$/pi
Port de Plaisance La Ronde	65	8	oui	non	non	oui	15-30-50	non	oui	non	non	non	oui	oui	1,40 \$/jour et 2,30 \$/nuit; 2,60 \$/jour - d'événement
Port de plaisance Réal-Bouvier	68	14	oui	oui	non	non	30-50	non	oui	oui	non	oui	oui	oui	1,90 \$/pi pour les 20 à 50 pi. 2,35/pi pour les 50 pi et plus
Port d'escale - Vieux-Port de Montréal	220	25	non	non	non	non	15-30-50-100	non	non	non	non	non	non	oui	2,25 \$/pi
R.L. Marine et Sports	35	12	oui	non	non	oui	20	non	oui	non	non	oui	oui	oui	1,95 \$/pi
Rachel Marine Sport (1985)	35	7	oui	non	non	oui	30	non	oui	oui	non	oui	oui	oui	1,50 \$/pi
Yacht Club de Baie-d'Urfé	30	4,5	non	non	non	non	0	oui		non	non	non	non	non	
Yacht Club de Beaconsfield	35	6	oui	oui	non	oui	15	non	oui	oui	non	non	non	oui	
Yacht Club de Montréal	80	30	non	non	non	non	15-30-50	non	non	non	non	non	non	oui	2,25 \$/pi
Yacht Club de Pointe-Claire	34	5,5	non	non	non	non	15	oui		non	oui	non	non	oui	2,25 \$/pi
Yacht Club Pointe-aux-Anglais	50	8,5	oui	oui	non	oui	15-30-50	oui	oui	oui	non	oui	oui	oui	2 \$/pi
Yacht Club Royal Saint-Laurent	60	6	oui	oui	non	oui	30	non	oui	oui	oui	non	non	oui	1,85 \$/pi

Marinas / Région/Lac – Nautiguide 2017	Longueur max. (pi)	Profondeur (pi)	Essence	Diesel	Propane	Rampe de mise à l'eau	Électricité (Ampère)	Entreposage intérieur	Entreposage extérieur	Équipement Travel lift	Grue de matage	Réparations	Pièces / Accessoires	Vidanges Septique+T1	Tarifs (Coût / pi)
Lac Masson, Réservoir Taureau, Lac Maskinongé															
Camping des Roses	32	6	non	non	oui	oui	0	non	non	non	non	non	non	non	25 \$/jour
Marina du lac Masson	26	20	oui	non	non	oui	0	oui	oui	non	non	oui	oui	non	
Marina le Nautique IV inc.	45	15	oui	non	non	non	20	non	non	non	non	non	non	oui	49 \$
Marina Mandeville	28	10	oui	non	non	oui	0	non	oui	non	non	oui	oui	non	35 \$/jour
Marina Pointe-Fine	30	12	oui	non	non	oui	30	non		non	non	non	non	non	25 \$/jour (taxes incluses)
Lac Saint-Pierre et ses affluents															
Camping et marina Louiseville	25	3	non	non	non	oui	15-30	non		non	non	oui	oui	non	1 \$/pi/jour
Camping Marina Mr.B	40	14	oui	non	non	oui	30	oui		oui	non	non	non	oui	25 \$/jour (2 adultes et 2 enfants)
Club de voile et plage Drummondville	25	3,6	non	non	non	non	0	non		non	non	non	non	non	20 \$ et 25 \$
Club multivoile 4 saisons			non	non	non	oui	0	oui		non	non	oui	non	non	4 \$/jour
Club Nautique - Batture de Nicolet	35	9	oui	non	non	oui	20	non	oui	non	oui	oui	oui	oui	1,25 \$/pi
Club nautique D'Eschailons	40	6	oui	non	non	oui	20-30	non		non	non	non	non	oui	1,75 \$/pi
Drummondville Marine	30	4	oui	non	non	oui	30	oui		oui	non	oui	oui	non	20 \$/jour (+taxes)
Marina Chenal du Nord inc.	40	8	oui	non	non	oui	15-30	oui		non	non	oui	oui	oui	1,50 \$/pi
Marina de Trois-Rivières	150	10	oui	oui	non	oui	15-30-50-100-120	non	oui	oui	oui	non	non	oui	2 \$/pi
Marina Émérillon Plus	60	6	non	non	non	non	15-30-50	non	non	non	non	non	non	non	1,50 \$/pi
Marina La Halte des 103 Îles	50	6	oui	oui	non	oui	15-30-50	non		non	non	non	non	oui	1,50 \$/pi sans service et 2 \$/pi avec services
Marina le Nid d'Aigle	50	8	oui	non	non	oui	15-30	oui		oui	oui	oui	non	oui	1,50 \$/pi
Marina Sainte-Angèle-de-Laval	32	4	non	non	non	oui	0	non		non	non	non	non	non	1 \$/pi
Marina Village Batiscan	45	12	oui	non	non	oui	15-20-30	oui	oui	non	non	non	non	oui	1,50 \$/pi hors tout
Parc Nautique de Contrecoeur	45	15	oui	non	non	oui	15-30	non		oui	non	non	non	oui	1,75 \$/pi (taxes incluses)
Parc nautique Regard-sur-le-Fleuve	50	6	oui	oui	non	oui	30-50	non	non	non	oui	non	non	oui	1,95 \$/pi
Parc nautique Sorel-Tracy	60	7	oui	oui	non	oui	15-30-50	non	non	non	non	non	non	oui	1,95 \$/pi
Port de plaisance de Berthierville	50	12	oui	non	non	oui	30	oui		non	non	oui	non	oui	1,75 \$/pi (taxes incluses)
Port de plaisance de Contrecoeur	40	18 à 20	non	non	non	oui	15-30	non	non	non	non	oui	non	non	1,50 \$/pi
Pourvoirie du lac Saint-Pierre	45	5	oui	non	non	oui	0	oui		non	non	oui	non	non	1,50 \$/pi
Outaouais et l'est de l'Ontario															
Casino du Lac-Leamy	50	4,5	non	non	non	non	15-30-50	non		non	non	non	non	non	50 \$/jour
Centre Nautique Lac-Simon	22	4	oui	non	non	oui	0	oui	oui	non	non	oui	oui	non	30 \$/nuir
Club de Voile Grande-Rivière	33	5	non	non	non	oui	1	non		oui	oui	non	non	oui	20 \$/nuir
Club nautique Château Montebello	75	6	oui	oui	non	non	30-50	non	non	non	non	non	non	oui	3,33 \$/pi (min. 100 \$/jour)
Location Sport Duhamel inc.	30	0	oui	non	non	oui	0	non		non	non	non	non	non	25 \$ Camping/Chalet
Marina de Hull (Club de Yachting Portage Champlain)	50	12	non	non	non	oui	30	non	non	non	non	non	non	oui	2 \$/pi
Marina de Papineauville (Marina Richard)	50	6	non	non	non	non	30	non		non	oui	non	non	non	
Marina Kitchissippi de Gatineau	45	15	oui	non	non	oui	30	non		non	non	oui	non	oui	1,75 \$/pi
Marina Leblanc et Fils inc.	50	10	non	non	non	oui	15-30-50	oui	oui	oui	non	oui	oui	non	1,50 \$/pi

Marinas / Région/Lac – Nautiguide 2017	Longueur max. (pi)	Profondeur (pi)	Essence	Diesel	Propane	Rampe de mise à l'eau	Électricité (Ampère)	Entreposage intérieur	Entreposage extérieur	Équipement Travel lift	Grue de matage	Réparations	Pièces / Accessoires	Vidanges Septique+T1	Tarifs (Coût / pi)
Marina Municipale de Montebello	35	45	non	non	non	oui	30	non	non	non	non	non	non	oui	2 \$/pi
Marina municipale de Témiscaming			non	non	non	oui	0	non		non	non	non	non	non	10 \$/jour (visiteurs)
Rest-o-Bord Le Pirate	45	10 à 30	oui	oui	non	non	30-50	non		non	non	oui	non	non	1 à 2 \$/pi
Québec et Chaudières-Appalaches															
Club nautique de Charlevoix (Marina de Baie-Saint-Paul)	40	0	non	non	non	oui	15-30	non	non	non	non	non	non	non	1,75 \$/pi
Club Nautique Île Bacchus	38	5	oui	oui	non	oui	15-30	non	oui	oui	oui	non	non	oui	1,60 \$/pi
Club nautique Lac-Etchemin	25	6	non	non	non	oui	0	non		non	non	non	non	non	20 \$ mise à l'eau
Club nautique St-Michel	40	5	non	non	non	oui	15	non		non	oui	non	non	non	1,60 \$
Club nautique Vauquelin	45	7	oui	oui	non	oui	15	non		oui	oui	oui	non	oui	1,35 \$/pi/nuit
Havre de Berthier-sur-Mer	40	3	oui	non	non	oui	15-30	oui		non	non	non	non	oui	1 \$/pi-1,50 \$/pi (haute saison)
Marina Camping le Grand Bleu	30	7	oui	non	non	oui	15	oui		non	oui	oui	oui	oui	à partir de 30 \$
Marina de Beaulac-Garthby	25	0	non	non	non	oui	0	non	non	non	non	non	non	non	775 \$/saison
Marina de la Chaudière	35	9	non	non	non	oui	15	oui		non	oui	non	non	non	1 à 1,50 \$/pi
Marina de Montmagny	50	4	oui	non	non	oui	15	non		non	non	non	non	non	1,40 \$/pi
Marina de Portneuf	50	9	oui	oui	non	oui	15-30	non		non	non	non	non	oui	1,75 \$/pi; 2,50 \$/pi (+de 16 pi de largeur)
Marina du Port de Québec	250	10 à 20	oui	oui	non	oui	30-50-100	non	oui	oui	oui	oui	oui	oui	2,40à3,80 \$
Marina municipale de Disraeli	0	5	oui	non	non	oui	30	non	non	non	non	non	non	oui	20 \$/jour
Parc nautique Cap-Rouge	20	Variable	non	non	non	oui	0	non		non	non	non	non	non	Info disponible - site Internet - ville de Québec
Parc Nautique Lévy (1984) inc.	45	8	oui	oui	non	oui	30	oui	?	non	non	oui	non	oui	1,50 \$/pi
Parc nautique Saint-Jean-Port-Joli	60	6	oui	oui	non	oui	15-30	non		non	oui	non	non	non	1,65 \$/pi (+taxes)
Port de Refuge de Cap-à-l'Aigle	85	9	oui	oui	non	oui	30	non	non	non	non	non	non	oui	1,80 \$/pi
Yacht Club de Québec	60	7	oui	oui	non	oui	30	oui		oui	oui	oui	oui	oui	2,10 \$/pi Plage privée
Rivière Richelieu															
Ben Marina	50	6	non	non	non	oui	30	oui		oui	non	oui	oui	oui	1,50 \$/pi
Le Nautique St-Jean	65	8	oui	non	non	oui	30	non	non	non	non	non	oui	oui	2 \$/pi
Marina Auberge Handfield	60	16	non	non	non	non	15-20-50	non	non	non	non	non	non	non	2 \$/pi
Marina Camping Parc Bellerive	50	6	oui	oui	oui	oui	30	oui	oui	oui	non	oui	oui	oui	1,95 \$/pi
Marina Daniel Langlois inc.	29	5	oui	non	non	oui	0	oui		oui	non	oui	oui	oui	50 \$/jour
Marina de Chambly	60	8	oui	non	non	oui	60-50	non		non	non	non	oui	oui	1,85 \$/pi et 2 \$
Marina de la Baie	35	6	oui	non	non	oui	0	oui		non	non	oui	oui	oui	1,50 \$/pi
Marina du Phare de Beloeil	60	18	oui	non	non	non	15-30	oui		non	non	oui	non	oui	1,75 \$/pi
Marina du Richelieu	70	10	oui	non	non	oui	30	oui	oui	oui	non	oui	oui	oui	2 \$/pi
Marina Fortin	51	4	oui	oui	non	oui	30-50	oui	oui	oui	non	oui	oui	oui	2 \$/pi
Marina Gosselin Ltée	50	15	oui	oui	oui	oui	15-30-50	oui		2	oui	oui	oui	oui	1,75 \$/pi
Marina Le Refuge	54	6	non	non	non	oui	30-50	oui		oui	non	oui	oui	oui	1,65 \$/pi
Marina Le Sieur de Champlain	45	5	non	non	non	non	30	non	oui	oui	oui	oui	oui	oui	1,50 \$/pi/jour
Marina Lennox	50	9	non	non	non	oui	30	oui		oui	non	oui	oui	oui	1,25 \$/pi
Marina Les Berges de l'Île-aux-noix	54	6	non	non	non	oui	30-50	oui		oui	non	oui	oui	oui	1,65 \$/pi
Marina Noyan		1,5m	non	non	non	non	15	non		non	non	non	non	non	
Marina Paul-André Gagnon	50	7	non	non	non	non	15-30-50	oui	oui	oui	non	oui	oui	non	1,50 \$/pi
Marina Rose des vents	50	6	oui	oui	non	non	15-30	oui	oui	oui	oui	oui	oui	oui	1,75 \$/pi
Marina Sabrevois	48	8	oui	non	non	oui	15-30	non	oui	oui	non	oui	oui	oui	1,95 \$/pi (services inclus)

Marinas / Région/Lac – Nautiguide 2017	Longueur max. (pi)	Profondeur (pi)	Essence	Diesel	Propane	Rampe de mise à l'eau	Électricité (Ampère)	Entreposage intérieur	Entreposage extérieur	Équipement Travel lift	Grue de matage	Réparations	Pièces / Accessoires	Vidanges Septique+T1	Tarifs (Coût / pi)
Marina Saint-Charles	40	18	oui	non	non	oui	0	oui		non	non	oui	oui	oui	2 \$/pi
Marina Saint-Paul-de-l'Île-aux-Noix	50	6	non	non	non	oui	30	oui		oui	non	oui	oui	oui	1,50 \$/pi
Marina Saint-Tropez	40	10	oui	non	non	oui	30	non		non	non	non	non	oui	1,25 à 1,75 \$/pi
Marina St-Denis 2013.	47	25	non	non	non	oui	30-50	oui		oui	non	oui	oui	oui	2 \$/pi
Mathias Marine Sports	70	16	oui	non	non	oui	15-30-50	oui	oui	oui	non	oui	oui	oui	2 \$/pi
Rivière Saint-Maurice															
Marina St-Roch-de-Mékinac	20	30	oui	non	non	oui	15	non	non	non	non	non	non	oui	25 \$
Club nautique Latuquois	27	10	non	non	non	oui	30	non	oui	non	non	non	non	oui	1,50 \$/pi
Marina du Vieux Pont	30	12	non	non	non	oui	15-20	non	non	non	non	non	non	non	
Marina Gélinas	35	8	non	non	non	oui	30	non	non	non	non	non	non	non	35 \$/jour (taxes incluses)
Marina Grandes-Piles	32	10 à 30	oui	oui	non	oui	15	non	oui	oui	oui	non	non	oui	1 \$/pi
Marina de Ville de la Tuque	30	5	oui	non	non	oui	0	non	non	non	non	non	non	oui	25 \$/jour
Parc Nautique Saint-Jean-des-Piles	45	5	oui	non	non	oui	15-30	oui	oui	non	non	oui	non	oui	12 \$
Saguenay - Lac Saint-Jean															
Centre villégiature Dam-en-Terre	40	30	oui	non	non	oui	30	non		non	non	non	non	oui	29 \$/jour (taxes incluses)
Club de voile des Îles	36	6	non	non	non	non	15	non		non	non	non	non	oui	25 \$ taxes incluses
Club de Yacht de Chicoutimi	80	15	oui	oui	non	oui	30-50	non	non	non	non	non	non	oui	1,85 \$/pi
Club nautique Belle-Rivière	40	5	oui	non	non	oui	15-30	non		non	non	non	non	oui	40 \$/jour (taxes incluses)
Club nautique de l'Anse-Saint-Jean	50	9	oui	oui	non	oui	15-30-50	oui		non	non	non	non	non	1,70 \$/pi
Club nautique Dolbeau-Mistassini	35	8	oui	non	non	oui	20	non		non	non	oui	non	non	10 \$/jour (visiteurs)
Club Nautique Roberval	50	7	oui	non	oui	oui	30	non	oui	non	oui	non	non	oui	40 \$/jour
Club Nautique Saint-Félicien (1991)	45	6	oui	non	non	oui	15-30	non	non	non	non	non	non	oui	35,00 \$
Halte nautique Sainte-Rose-du-Nord	40	40	non	non	non	oui	15	non	non	non	non	non	non	non	2 \$/pi nuit Escal: 5 \$/heure
Marina de Chambord	33	10	non	non	non	oui	0	non			non	non	non	non	Gratuit
Marina de St-Henri-de-Taillon	30	12	oui	non	non	oui	30	non		non	non	non	non	oui	27,40 \$ (+taxes)
Marina de Saint-Prime	36	5	oui	non	non	oui	30	non		non	non	non	non	oui	1 \$/pi minimum 20 \$
Marina de Shipshaw	35	12	oui	non	non	oui	30	non	non	non	non	non	non	oui	25,50 \$/jours
Marina de Ville de La Baie	50	20	oui	oui	non	oui	30	non	oui	non	non	non	non	oui	1,75 \$/pi
Marina du Camping Jonquière	28	8	oui	non	non	oui	30	non		non	non	non	non	oui	10 \$ Aucun frais pour les visiteurs
Marina Rivière Métabetchouane	32	08-juil	non	non	non	non	0	non		non	non	non	non	non	30 \$/jour
Marina/Municipalité de Péribonka	35	14	oui	oui	non	oui	30	oui		non	non	non	non	oui	27 \$/jour
Parc national du Fjord-du-Saguenay (Baie Éternité)		30	non	non	non	non	0	non		non	non	non	non	non	Visiteurs: 15 \$/nuit (taxes incluses); Adultes: 8,50 \$ et enfants: gratuit
Port de plaisance d'Alma	35	4	oui	non	non	oui	15-30	non	non	non	non	non	non	oui	30 \$/jour
Marina Jacques Pomerleau	32	12	non	non	non	oui	15-30	oui					oui	oui	

Provenance des plaisanciers répondants

Tableau 83 : Région de provenance des répondants Québécois

Région	Québec
Bas Saint-Laurent – Gaspésie/Iles-de-la-Madeleine – Côte-Nord	3 %
Saguenay Lac-Saint-Jean	3,3 %
Capitale-Nationale (Québec)	2,7 %
Mauricie	2,7 %
Estrie	3,3 %
Montréal - Laval	13,7 %
Outaouais	2,7 %
Abitibi-Témiscamingue – Nord-du-Québec	0,7 %
Chaudière-Appalaches	3,7 %
Lanaudière - Laurentides	11,9 %
Montréal	18,9 %
Centre-du-Québec	2,0 %

Q6 : Dans quelle région du Québec demeurez-vous?

Tableau 84 : Région de provenance des répondants Ontariens

Région	Ontario
Hamilton - Niagara Peninsula	12,4 %
Kingston – Pembroke	4,6 %
Kitchener – Waterloo – Barrie	8,3 %
Grande région de London	5,3 %
Muskoka – Kawartha	7,4 %
Nord-Est	4,7 %
Nord-Ouest	2,1 %
Grande région d'Ottawa	4,3 %
Stratford – Bruce Peninsula	1,9 %
Grande région de Toronto	45,9 %
Windsor - Sarnia	3,1 %

Q7 : Dans quelle région de l'Ontario demeurez-vous?

Tableau 85 : État de résidence des répondants Américains

État	USA
New York	20,6 %
Vermont	11,3 %
Illinois	9,3 %
Michigan	9,3 %
Ohio	8,2 %
Maryland	6,2 %
Virginia	5,2 %
Missouri	5,2 %
Wisconsin	5,2 %
Kentucky	4,1 %
New Jersey	2,1 %
Massachusetts	2,1 %
Pennsylvania	2,1 %
Connecticut - Delaware	2,0 %
Autres (Colorado – South Dakota)	2,0 %
New Hampshire	1,0 %
Iowa	1,0 %
Maine	1,0 %
Rhode Island	1,0 %
West Virginia	1,0 %

Q5 : Dans quelle région des États-Unis demeurez-vous?

Pour nous joindre

COORDONNÉES

Denis Brisebois

Directeur principal – Conseil en management
514-390 4186, poste 4186 | brisebois.denis@rcgt.com

Julie Pichon

Conseillère – Conseil en management
514-878 2692, poste 2348 | pichon.julie@rcgt.com

SUIVEZ-NOUS



rcgt.com



**Raymond Chabot
Grant Thornton**

L'instinct de la croissance^{MC}

© Raymond Chabot Grant Thornton & Cie S.E.N.C.R.L., 2017.

Le contenu de cette offre de service est confidentiel et appartient à RCGT. Le destinataire ne peut distribuer à des tiers, ni copier, utiliser ou divulguer, en tout ou en partie, le contenu de cette offre de service pour tout autre usage que celui d'évaluer ladite offre. Toute utilisation ou divulgation de l'information contenue dans cette offre de service sans la permission écrite de RCGT est formellement interdite.

RCGT est une organisation membre de Grant Thornton International Ltd (GTIL). GTIL et les organisations membres ne constituent pas une association mondiale. GTIL et chacune des organisations membres sont des entités juridiques indépendantes. Les services professionnels sont offerts par les organisations membres.

GTIL et les organisations membres n'ont pas d'obligation les unes envers les autres et ne sont pas responsables des actions ou des omissions des autres.