



**INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES ET
ENGAGEMENTS DE LA COMMISSION DE LA CAPITALE
NATIONALE DU QUÉBEC CONCERNANT LA PHASE 3
DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN**

Rapport déposé au Ministère du Développement durable,
de l'Environnement et de la Lutte contre les
changements climatiques

Avril 2016

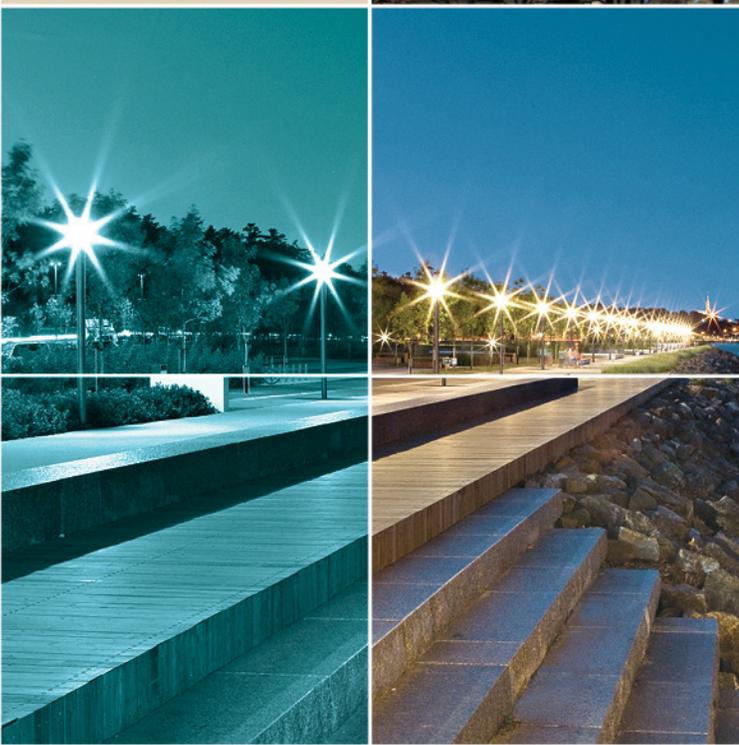


TABLE DES MATIÈRES

Sommaire

| | |
|---|----|
| A - PRÉAMBULE..... | 4 |
| 1. ENJEUX LIÉS À LA SÉCURITÉ, AU TRANSPORT FERROVIAIRE ET À LA CIRCULATION AUTOMOBILE..... | 10 |
| 2. ENJEUX LIÉS À L'EMPIÈTEMENT DANS LE LITTORAL..... | 12 |
| 3. ENJEUX LIÉS À L'UTILISATION DES AMÉNAGEMENTS PAR LA POPULATION..... | 19 |
| 4. ENJEUX LIÉS AUX SOLS CONTAMINÉS | 20 |
| 5. ENJEUX LIÉS AU PATRIMOINE HISTORIQUE | 21 |
| ANNEXE 1 | |
| ANNEXE 2 | |
| ANNEXE 3 | |
| ANNEXE 4 | |
| ANNEXE 5 | |
| ANNEXE 6 | |

A - PRÉAMBULE

La Commission de la capitale nationale du Québec a pour mandat d'aménager et de faire la promotion de la capitale nationale du Québec, lieu d'expression du pouvoir politique québécois. À cet égard, les projets qu'elle met de l'avant visent un rayonnement qui dépasse les frontières de la capitale notamment en offrant aux Québécois une capitale mémorable et inspirante.

La Commission a lancé, dès la fin des années 1990, un grand projet visant à « redonner le fleuve aux Québécois » par la mise en valeur et l'augmentation de l'accessibilité publique des rives du Saint-Laurent sur le territoire de la communauté métropolitaine de Québec. Des études de caractérisation générale des rives et du littoral l'ont amenée à identifier le secteur du boulevard Champlain comme celui étant le plus anthropisé et présentant le plus de potentiel d'appropriation par les Québécois.

Le départ des pétrolières, qui occupaient les abords du boulevard jusqu'au début des années 1990, a été une occasion pour la Commission d'acquérir une banque de terrains laissés en friche et de lancer la réflexion sur la mise en valeur de ces espaces exceptionnels. Cela a mené à la préparation du plan directeur de la promenade Samuel-De Champlain, rendu public en 2002. Un tronçon allant de l'actuel quai des Cageux à la côte de Sillery a été désigné pour devenir la première phase de réalisation : le legs du gouvernement du Québec pour le 400^e anniversaire de fondation de la ville de Québec.

Le projet de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain s'inscrit dans la poursuite de la phase 1 du projet qui a été inaugurée en 2008. Depuis sa mise en service, la promenade Samuel-De Champlain constitue l'une des principales destinations récréotouristiques de la capitale avec un succès qui se poursuit d'année en année, ce que démontrent les études de fréquentation réalisées à la fin des étés 2013 et 2015.

Une fréquentation qui dépasse les attentes

La Commission a fait réaliser des portraits de la clientèle de la promenade Samuel-De Champlain à l'été 2013 et à l'été 2015. En plus de permettre une meilleure connaissance des usagers qui fréquentent la promenade, la Commission a pu valider la satisfaction de la clientèle ainsi que les souhaits de celle-ci dans le cas de la prolongation du projet. En voici quelques faits saillants (Léger 360, 2015) :

Entre le 1^{er} mai et le 16 octobre 2015, on établit que plus de 300 000 usagers différents ont fréquenté la promenade Samuel-De Champlain. Comme plusieurs usagers y sont allés plus d'une fois, ce nombre correspond à près de 3 millions de visites. Il s'agit d'une hausse significative depuis 2013, alors qu'on parlait de 280 000 visiteurs et 2,6 millions de visites.

Pourtant, comme en 2013, près des trois quarts (72 %) des usagers estivaux de la promenade Samuel-De Champlain résident dans la ville de Québec, et 91 % dans la grande région de Québec RMR (9 % de visiteurs de l'extérieur).

Le profil des usagers a quelque peu évolué depuis 2013. Parmi les changements principaux, notons un certain rajeunissement de la clientèle : la proportion d'usagers de 55 à 64 ans a diminué au profit d'une augmentation des 25-44 ans. Autrement, le profil est assez similaire à celui de la population générale de la région de Québec, si ce n'est que le taux de diplômés universitaires y est plus élevé.

La majorité des usagers viennent sur la promenade avant tout pour y marcher (58 %). L'aspect contemplatif est aussi très important, puisque 28 % y viennent tout simplement pour s'asseoir et regarder le paysage.

Notons qu'en 2013, le vélo arrivait au deuxième rang des activités les plus pratiquées, alors qu'il est un peu moins populaire cette année : ce constat semble être le résultat d'une diversification des activités pratiquées sur la PSC depuis deux ans.

Aussi, comme en 2013, la plupart des usagers estivaux de la promenade y vont seuls (40 %) ou en couple (40 %). La voiture est encore le mode de transport privilégié par les usagers pour se rendre sur la promenade (80 %).

À l'été 2015, la durée moyenne d'une visite sur la promenade était de 1 heure 50 minutes.

Comme en 2013, les usagers se montrent très satisfaits de la promenade Samuel-De Champlain. Plus précisément, la totalité des répondants interceptés à l'été 2015 se sont dits très (82 %) ou assez (18 %) satisfaits. Les sous-groupes suivants sont encore plus nombreux à se dire très satisfaits (82 % dans l'ensemble) : les 55 ans et plus (90 %) ; ceux qui ont été interceptés le soir après 18 h (89 %) et les visiteurs (87 %, contre 81 % pour les locaux).

Comme le montrent les résultats de cette étude, il ne fait aucun doute que les usagers sont satisfaits de la promenade telle qu'elle est. Toutefois, lorsque nous demandons aux usagers quelles infrastructures devrait-on prioriser pour son éventuel prolongement, l'idée d'une plage avec un bassin de baignade et d'ajouter de la restauration sont les plus populaires (48 % dans les deux cas). Ils insistent par ailleurs sur l'importance de ne pas oublier d'ajouter des toilettes.

Mentionnons que, parmi les usagers qui sont venus avec de jeunes enfants, 67 % souhaitent qu'on ajoute un miroir et des jeux d'eau. Parmi les 15-34 ans, c'est de loin la plage et le bassin de baignade qui attirent le plus (59 %).

Pour plus d'information, les rapports présentant le portrait des usagers de la promenade (2013) et l'estimation de l'achalandage (2013) sont joints à l'annexe 1 et le rapport présentant le portrait des usagers de la promenade (2015) est joint à l'annexe 2.

L'indéniable attrait touristique de la promenade Samuel-De Champlain

En plus d'un fort achalandage local et régional, la promenade, notamment la station du Foulon, a tous les atouts nécessaires pour devenir une destination touristique. Une étude réalisée par des chercheurs en tourisme de l'Université Laval souligne que la promenade est « un projet qui pourrait accroître l'attractivité de Québec », à savoir (Bourdeau et al., décembre 2014) :

Les sites du littoral déjà aménagés et les secteurs qui seront réaménagés, notamment la station du Foulon, s'ils sont bonifiés et mis en valeur par le biais d'une offre d'activités d'animation, de produits et de services divers, pourraient représenter un pôle touristique majeur pour la ville et la région de Québec.

La réalisation de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain permettra un arrimage avec l'offre touristique du Vieux-Québec, la consolidation du « produit fleuve » et la création d'une offre significative au plan récréatif et touristique. L'attractivité touristique est en effet tributaire de l'atteinte d'un niveau d'offre significatif permettant de déclencher le désir de visiter ou de fréquenter un site.

L'attractivité touristique de la promenade Samuel-De Champlain pourrait être accrue par : a) l'ajout d'un équipement iconique, soit l'aménagement d'une plage protégée, d'un miroir d'eau et d'un bassin de baignade, et b) par les activités et événements qui seront réalisés sur le site par les entreprises touristiques et les partenaires de la région.

(...)

Le projet peut apporter deux types de retombées économiques, celles associées à la construction (dépenses directes et indirectes de l'aménagement) et celles générées suite à la réalisation du projet, notamment par les activités touristiques qui s'y dérouleront (dépenses touristiques directes).

(...)

Dans le cadre de cette étude, nous avons estimé les dépenses directes que pourrait apporter la réalisation du projet sur le plan de l'attractivité touristique. Cette estimation représente une hypothèse dont la réalisation est tributaire des activités offertes et de la réalisation de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain. L'intérêt des dépenses touristiques se trouve dans l'apport « d'argent frais » provenant des touristes, notamment des touristes étrangers, qui n'aurait pas été injecté dans l'économie par les résidents. Il est estimé qu'en prolongeant la visite des utilisateurs sur la promenade Samuel-De Champlain à une demi-journée par l'offre d'activités et de services complémentaires, les dépenses annuelles générées seraient au moins de 29 millions de dollars.

| Utilisateurs | H1 : 2,5 % de visites de plus sur la PSDC | | H2 : 5 % de visites de plus sur la PSDC | | H3 : 10 % de visites de plus sur la PSDC | |
|-----------------------------------|---|---|---|---|--|---|
| | Visites | Dépenses attribuables à PSDC Phase 3 | Visites | Dépenses attribuables à PSDC Phase 3 | Visites | Dépenses attribuables à PSDC Phase 3 |
| Résidents RMQ | 2 574 679 | 107 879 052 \$ (41,90 \$ / visite) | 2 637 476 | 110 510 249 \$ (41,90 \$ / visite) | 2 763 070 | 115 772 641 \$ (41,90 \$ / visite) |
| | | 20 597 432 \$ (8 \$ / visite) | | 21 099 809 \$ (8 \$ / visite) | | 22 104 562 \$ (8 \$ / visite) |
| Visiteurs du Québec (hors RMQ) | 195 562 | 8 393 512 \$ (42,92 \$ / visite) | 200 332 | 8 598 232 \$ (42,92 \$ / visite) | 209 871 | 9 007 672 \$ (42,92 \$ / visite) |
| Touristes ROC | 2 119 | 129 938 \$ (61,33 \$ / touriste) | 2170 | 133 108 \$ (61,33 \$ / touriste) | 2 274 | 139 446 \$ (61,33 \$ / touriste) |
| Touristes É.U. | 908 | 74 532 \$ (82,07 \$ / touriste) | 930 | 76 350 \$ (82,07 \$ / touriste) | 975 | 79 985 \$ (82,07 \$ / touriste) |
| Touristes étrangers (autres pays) | 2 422 | 134 570 \$ (55,56 \$ / touriste) | 2481 | 137 853 \$ (55,56 \$ / touriste) | 2 599 | 144 417 \$ (55,56 \$ / touriste) |
| Total visiteurs et touristes | 201 011 | 8 732 553 \$ | 205 913 | 8 945 542 \$ | 215 719 | 9 371 520 \$ |
| Total | 2 775 690 | 116 611 605 \$ ²¹ 29 329 986 \$ ²⁴ | 2 843 390 | 119 455 791 \$ ²² 30 045 351 \$ ²⁵ | 2 863 598 | 125 144 162 \$ ²³ 31 476 082 \$ ²⁶ |

Figure 1 - Dépenses liées à la réalisation de la phase 3 (établies en fonction des données de fréquentation de 2013)

Pour plus d'information, le rapport d'étude sur la station du Foulon de la promenade Samuel-De Champlain (2014) est joint à l'annexe 3.

De plus, selon Tourisme Québec, la poursuite de l'aménagement de la promenade Samuel-De Champlain assure la protection du paysage du littoral et la création de nouveaux lieux publics de grande qualité. Les composantes de la promenade répondent d'ailleurs aux objectifs de Tourisme Québec. En effet, le Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 (PDIT) priorise les initiatives et les projets en fonction de quatre grands axes dont celui de mettre en valeur le Saint-Laurent.¹

Les travaux en cours autour de la stratégie Mise en valeur de l'icône Saint-Laurent de Tourisme Québec² reconnaît la région de Québec parmi les dix zones où se concentrent de nombreuses activités en lien avec le fleuve comme les croisières internationales, les croisières fluviales et les excursions fluviales.

Également, l'Office du tourisme de Québec (OTQ), partenaire privilégié en tourisme pour la région, a identifié cinq chantiers d'importance pour le développement de la destination d'ici 2020 dont celui du produit intégré *Québec, branchée sur le fleuve*. La poursuite de la promenade Samuel-De Champlain figure au premier rang des projets d'aménagement prioritaires de ce chantier. L'OTQ identifie donc ce projet comme un attrait touristique et confirme l'importance du développement de ce produit donnant accès au fleuve. Par voie de conséquence, ce projet permettra de positionner et de promouvoir l'expérience Saint-Laurent à Québec.³

Fait à noter, c'est, entre autres, dans cette perspective que la Commission a intégré à même les stationnements proposés des boucles de virage et des zones débarcadère pour les autobus – touristiques ou locaux. La Commission fera des démarches pour lier la promenade aux principaux attraits touristiques que ce soit par un système de navettes (comme à l'été 2015 entre la phase 1 et l'avenue Maguire), le renforcement du transport en commun, la location de vélos ou par l'intermédiaire d'opérateurs privés (autobus touristiques, navettes, tours guidés, etc.).

Un projet à portée nationale

Si le rapport du Bureau d'audiences public sur l'environnement (BAPE) laisse supposer que la promenade Samuel-De Champlain est de nature comparable à celle d'un parc de voisinage, la provenance diverse des visiteurs nous permet d'affirmer que la promenade rayonne à une échelle beaucoup plus large, participant même à l'offre touristique de la capitale. Ainsi la nature des aménagements proposés doit être vue dans un contexte élargi où la forme et la nature des aménagements et des infrastructures proposés sont de classe internationale. Outre le rayonnement international du projet dans la communauté architecturale (plus d'une vingtaine de publications depuis 2008), les portraits de la clientèle effectués en 2013 et 2015 démontrent que 70 % des usagers proviennent de l'extérieur de l'arrondissement Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge, 19 % de la région de Québec mais de l'extérieur de la ville de Québec et 9 % sont des visiteurs de l'extérieur de la région (Source : Léger 360, 2015).

¹ Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 On fait référence à la promenade aux pages 32-36-37 et 89. <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/ministere/plan-developpement.html>

² <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/publications-administratives/strategie-saint-laurent.pdf>

³ <http://www.quebecregion.com/fr/a-propos-office/quebec-2020>

| Provenance des usagers | 2015 (n=664) | Provenance des usagers | 2015 (n=664) |
|---|-----------------|--|-----------------|
| LOCAUX | 91% | VISITEURS | 9% |
| Ville de Québec | 72% | Ailleurs dans la province de Québec | 6% |
| Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge | 30% | Montréal RMR | 3% |
| La Cité-Limoilou | 14% | Autres régions | 3% |
| Beauport | 8% | Dans une autre province canadienne | 1% |
| Les Rivières | 8% | Ontario | <1% |
| Charlesbourg | 8% | Nouveau-Brunswick | <1% |
| La Haute-Saint-Charles | 3% | À l'extérieur du Canada | 2% |
| Dans la région de Québec, mais à l'extérieur de la ville de Québec | 19% | États-Unis | <1% |
| Lévis | 12% | France | <1% |
| Autres ville (Couronne Nord) | 7% | | |

De plus, l'aménagement du boulevard Champlain, une des voies d'accès au cœur de la capitale et la branche panoramique du parcours d'accueil à la capitale, participe à la mise en valeur du statut de capitale de Québec. L'intégration de nombreuses œuvres d'art dans la phase 1 du projet participe d'autant à cet objectif. Il est prévu, dans le cadre de la phase 3, de poursuivre l'intégration d'œuvres d'art et d'utiliser les aménagements pour donner une identité forte à ce tronçon du boulevard Champlain.



Quai-des-Vents

L'envolée d'oiseaux au Quai-des-Vents est représentée par de grandes girouettes blanches, œuvre du consortium Daoust Lestage, Williams Asselin Ackaoui, Option Aménagement.

© CCNQ, Jonathan Robert



Là où la terre fait danser les mâts

Cette œuvre d'art contemporain située sur la promenade Samuel-De Champlain est une réalisation d'Yves Gendreau.
© CCNQ, Julie Bourque

1. ENJEUX LIÉS À LA SÉCURITÉ, AU TRANSPORT FERROVIAIRE ET À LA CIRCULATION AUTOMOBILE

Parmi les enjeux liés à la sécurité, au transport ferroviaire et à la circulation automobile, deux ressortent en particulier : la nécessité du déplacement de la voie ferrée du Canadien National (CN) au nord du boulevard Champlain et le remplacement d'un viaduc par un passage à niveau situé à l'est du secteur Famille.

1.1 Déplacement de la voie ferrée au nord du boulevard

Comme mentionné dans l'étude d'impact environnemental (EIE), le déplacement de la voie ferrée au nord du boulevard Champlain tel que recommandé par la Commission de la capitale nationale du Québec permet :

- de dégager les terrains situés entre le boulevard et le fleuve à des fins publiques (l'antenne ferroviaire constituant une barrière physique restreignant l'accessibilité au fleuve et l'utilisation optimale de l'espace);
- d'aménager, par la démolition du viaduc, le boulevard au niveau du fleuve, d'en ouvrir les perspectives sur 180° et de permettre un accès de plein pied au quai Frontenac;
- de maximiser l'accessibilité entre le boulevard et les nouvelles installations;
- de décontaminer l'emprise de la voie ferrée;
- de réduire les risques d'intrusion dans l'emprise de la voie ferrée (en la positionnant entre la falaise et le boulevard).

Les recommandations du BAPE concernant le déplacement de la voie ferrée impliquent, entre autres :

- que la voie ferrée, quoique déplacée, demeure au sud du boulevard Champlain, ce qui augmente le risque d'intrusions dans l'emprise du CN et limite l'accès aux aménagements riverains;
- l'aménagement de plusieurs passages pour les piétons et les cyclistes entre le boulevard et les aménagements riverains. Les exigences du CN à ce titre risquent d'imposer la mise en place de tunnels ou de passerelles pour franchir l'emprise de la voie ferrée, ce qui augmenterait d'autant les coûts et augmenterait le nombre d'obstacles visuels entre les usagers et le fleuve;
- le partage du viaduc existant (dans l'axe de la côte de Sillery) entre la voie ferrée, les piétons et les cyclistes, ce qui est inacceptable aux yeux du CN.

Les positions du CN quant aux propositions faites par le BAPE dans son rapport ont fait l'objet d'un échange de lettres entre la Commission et le CN qui démontre que les propositions du BAPE seraient difficiles à mettre en œuvre sans compromettre la sécurité des usagers de la promenade Samuel-De Champlain. Les copies de ces lettres sont jointes en annexe 4.

De plus, lorsqu'elles seront complétées, la Commission s'engage à transmettre au ministère du Développement durable, de l'Environnement et de la Lutte contre les changements climatiques (MDDELCC) une copie des ententes prises avec le Canadien National, l'Administration portuaire de Québec et les Chemins de fer Québec-Gatineau.

1.2 Passage à niveau

Considérant les risques potentiels posés par l'ajout d'un passage à niveau entre le boulevard Champlain et la voie ferrée et suite à des discussions avec ses partenaires, la Commission propose de construire un passage étagé en lieu et place de ce passage à niveau. Ce passage étagé prendra la forme d'un pont d'étagement (viaduc) par-dessus la voie ferrée. Ce passage étagé permettrait de

séparer la circulation routière autant que les piétons et les cyclistes de la voie ferrée. Il serait localisé approximativement à l'endroit du passage à niveau présenté dans l'étude d'impact, à l'intérieur de l'emprise proposée du boulevard et n'aura pas d'impact sur la position proposée de l'enrochement.

Cette solution a pour bénéfices :

- de séparer complètement la voie ferrée des autres modes de transport et ainsi de maximiser la sécurité du croisement;
- d'assurer une meilleure connexion ferroviaire avec les terrains de l'Administration portuaire de Québec et d'éviter l'éventuelle construction de voies de triage supplémentaires aux abords de la promenade Samuel-De Champlain;
- de conserver la fluidité de la circulation automobile sur le boulevard Champlain.

Dans cette perspective, la Commission a entrepris les démarches pour développer, de concert avec le ministère des Transports, de la Mobilité durable et de l'Électrification des transports et le Canadien National, les plans et devis d'un passage étagé sécuritaire qui s'intégrera au caractère de la promenade Samuel-De Champlain.



Figure 2 - Scénario initial avec passage à niveau



Figure 3 - Scénario révisé avec passage étagé : pont d'étagement (viaduc) par-dessus la voie ferrée

Pour plus d'information, des esquisses détaillées de la proposition du viaduc ferroviaire du secteur Famille se trouvent à l'annexe 5.

2. ENJEUX LIÉS À L'EMPIÈTEMENT DANS LE LITTORAL

Tel que décrit dans l'étude d'impact environnemental, le projet de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain implique des interventions dans la bande riveraine ainsi que sur le littoral du fleuve Saint-Laurent. Ces interventions sont requises afin d'assurer la continuité de la promenade sur toute sa longueur en respectant un dégagement minimal entre les différents modes de déplacement (piétons, cyclistes ou automobilistes) dans le but d'assurer la sécurité des usagers de la promenade. Aux endroits où l'espace en rive est le plus restreint, il est nécessaire d'empiéter sur le littoral pour gagner l'espace de dégagement minimal nécessaire.

Statu quo

À cette étape, il faut se rappeler que, dans la mesure où le projet n'était pas réalisé, deux éléments devraient tout de même être éventuellement traités : la réfection de l'enrochement de protection de la voie ferrée et du boulevard Champlain dont l'état est très détérioré de même que la décontamination des sols de l'emprise de la voie ferrée, qui n'ont pas été traités contrairement à la plupart des autres terrains visés par le projet. Si la première intervention impliquait un empiètement sur le littoral afin de mettre en place un enrochement conçu selon les normes actuelles, la seconde nous obligerait à démanteler la voie ferrée afin de procéder à la décontamination des sols pour ensuite la reconstruire, au même endroit ou à proximité. Pour ces raisons, la Commission considère que le statu quo n'est pas une option souhaitable à moyen ou à long terme pour le gouvernement du Québec.

Intégration environnementale du projet

Le projet de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain propose diverses interventions dont la nature vise à bonifier la qualité de l'environnement et du paysage du site et de ses environs et font de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain un projet auto-compensatoire.

Décontamination des sols

Lors des travaux de réaménagement, l'ensemble des sols contaminés seront traités selon leur nature (hydrocarbures pétroliers ou métaux), leur niveau de contamination ainsi que l'utilisation projetée du site. Comme mentionné dans l'étude d'impact sur l'environnement et les documents de réponses aux questions, la Commission s'engage à compléter les travaux de décontamination entrepris par les pétrolières depuis les années 1990. La réalisation du projet de la phase 3 permettra de traiter l'ensemble des terrains visés et de ramener la qualité des sols du secteur à un niveau acceptable, tel que défini dans le plan de réhabilitation préparé dans le cadre du projet.

Protection et consolidation du marais de l'anse Saint-Michel

En intégrant au concept général le secteur du Marais comme une transition entre le secteur Plage et le secteur Famille, la Commission proposait également d'intervenir directement sur le marais de l'anse Saint-Michel. Sur la base des constats faits dans l'étude morphosédimentologique annexée à l'étude d'impact environnemental, il est proposé d'intervenir afin de protéger le marais par les structures visant à briser l'énergie des vagues afin de limiter l'érosion, de réduire les pentes du marais afin de permettre un meilleur déploiement de la végétation du marais et de densifier la végétation en place par de la plantation. Ces interventions permettront aussi d'augmenter la superficie du marais par la création, à même les secteurs protégés, de nouvelles superficies de marais. L'objectif visé ici est d'assurer la pérennité du marais et son expansion par diverses interventions sur le littoral (enrochement de protection, plantations, correction de la pente du marais, etc.).

Une ébauche des interventions proposées est jointe en annexe 6 au présent document et sera précisée suite à l'obtention de l'autorisation environnementale.

Végétalisation de l'enrochement

Les travaux de réfection de l'enrochement de protection permettront de végétaliser certaines portions d'enrochement afin de limiter l'impact dans le paysage de ces structures et créer un milieu propice à l'établissement de la stratification végétale du marais à scirpe existant, jusqu'au sommet de l'enrochement et sur la berge.

L'ensemble de ces travaux de végétalisation prévus sont décrits dans l'étude d'impact environnemental de même que dans les réponses aux questions du BAPE.

Stabilisation des berges du secteur Famille

Le secteur Famille, aujourd'hui occupé par la marina du Yatch-Club de Québec, présente l'un des seuls tronçons de berge dont l'état s'approche d'une berge naturelle étant donné l'absence d'enrochement. Il est prévu de conserver le profil naturel de la rive et de la stabiliser au moyen de différentes techniques éprouvées. Ces interventions sont décrites en détail dans l'étude d'impact environnemental, dans les réponses aux questions du BAPE de même que dans le document joint en annexe 6.

Interprétation et éducation populaire

Le secteur du Marais, composante du projet permettant de lier le secteur Plage au secteur Famille, s'avère être un lieu privilégié pour la sensibilisation de la population aux marais intertidaux. À cet égard, la Commission prévoit développer un programme d'interprétation du marais intertidal du fleuve Saint-Laurent qui pourrait se développer avec différents outils : application mobile, panneaux fixes, visites guidées, exposition, etc. Des partenariats avec le MDDELCC, Pêches et Océans Canada ou d'autres organismes pourraient aussi être mis en place dans l'avenir.

2.1 Enjeux liés au marais, au bassin de baignade et au miroir d'eau

Prenant acte des propositions faites par le BAPE, de la *Politique de protection des rives, du littoral et de la plaine inondable* et de la directive ministérielle encadrant l'étude d'impact du projet de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain, la Commission a modifié le projet afin de bonifier son intégration à la rive et au littoral du fleuve Saint-Laurent tout en maintenant les dégagements minimaux essentiels à la sécurité des usagers et en offrant la capacité d'accueil minimale requise pour assurer la compatibilité avec l'achalandage attendu de 3 250 baigneurs par jour.

La Commission a également modifié le projet tout en s'assurant que les bassins conservent une dimension minimale pour l'atteinte d'un équilibre esthétique à l'échelle du site à aménager et pour maintenir l'effet de « mise en scène du paysage » patrimonial du fleuve Saint-Laurent. De cette façon, les bassins contribuent à définir une identité particulière à ce lieu et à accroître, via cette dimension esthétique, l'attractivité du site touristique (Bourdeau et al., décembre 2014).

De plus, la Commission a veillé à ce que le site conserve une capacité d'accueil minimale pour le développement d'activités ou d'animation sur le lieu. La dimension multifonctionnelle est considérée comme primordiale pour que le site devienne un icône sur le plan touristique et qu'il contribue à l'attractivité de la promenade à l'échelle nationale, voire internationale (Bourdeau et al., décembre 2014).

Secteur de la plage, scénario initial (tel que présenté au BAPE)

Afin de garantir une circulation sécuritaire et fluide pour le transport ferroviaire, pour le transport routier et pour les multiples usagers de la promenade Samuel-De Champlain et tel que décrit dans l'EIE, la proposition initiale (variante 5) devait prévoir dans le secteur de la plage, un élargissement au-devant de la ligne de rivage actuelle.

Au sud du boulevard, l'aménagement de la promenade permettait d'aménager une plage pouvant accueillir 3 250 baigneurs par jour :

- Plage en sable, 7 500 m².
- Bassin de baignade, 1 500 m².
- Bassin miroir, 4 718 m².

Superficie d'empiètement sous la ligne naturelle des hautes eaux (LNHE), 7 027 m².

Superficie d'empiètement sur la zone du marais de l'anse Saint-Michel, 3 931 m².



Figure 4 - Scénario initial (la ligne rouge représente la position actuelle du pied d'enrochement)

Secteur de la plage, concept d'aménagement ajusté

Dans la nouvelle proposition, la zone d'empiètement sous la LNHE est réduite de 2 150 m² sur une longueur de 500 m.

Cette réduction correspond à 30 % de la superficie d'empiètement proposée initialement.

Suite à cette modification, les impacts dans l'aménagement de la promenade, au sud du boulevard, sont les suivants :

- Relocalisation (recul) des bassins et raccourcissement de la longueur du bassin miroir, ce qui engendre une réduction de la superficie de la plage en sable et minimise l'empiètement dans le fleuve dû à la présence du bassin miroir.
- La plage modifiée permettra d'accueillir 694 baigneurs de moins, soit un total de 2 556 baigneurs par jour (diminution de la capacité d'accueil de la plage de 21 %) :
 - Plage en sable, 5 900 m² (réduction de 1 600 m², 21 % de moins par rapport à la plage initiale).
 - Bassin de baignade, 1 500 m² (aucun empiètement dans le fleuve).
 - Bassin miroir, 3 881 m² (diminution de 837 m², 13 % de moins par rapport au bassin initial). Raccourcissement de sa longueur de 70 m.

Superficie d'empiètement sous la LNHE, 4 877 m².

Superficie d'empiètement sur la zone du marais de l'anse Saint-Michel, 3 465 m² (réduction de 466 m², 12 % de moins que l'empiètement initial).

La superficie d'intervention potentielle pour l'expansion du marais augmente de 280 m² (zones pointillées sur la figure 6).



Figure 5 - Proposition d'aménagement ajustée (la ligne rouge représente la position actuelle du pied d'envrochement)



Figure 6 - Proposition d'aménagement ajustée (les portions en jaune, vert foncé et vert pâle représentent les endroits où l'empiètement a été réduit et les zones pointillées représentent les gains pour le marais)



Figure 7 - Localisation des coupes des zones plage et marais de la proposition d'aménagement ajustée

Zone plage (détails de la coupe 1) :

L'espace minimum requis pour l'aménagement de différentes fonctions entre le boulevard Champlain et l'enrochement est de 34,5 m de largeur.

La coupe transversale no1 illustre cette condition :

- Bande de transition plantée, entre le boulevard et la piste cyclable, avec des pentes jusqu'à 35 %, minimum 3 m.
- Piste multifonctionnelle, 3,5 m.
- Bande de transition plantée, entre la piste cyclable et les sentiers, avec des pentes jusqu'à 25 %, minimum 3 m (incluant le mur de soutènement).
- Zone de convergence des circulations (sentier boulevard et sentier plage), 8,5 m.
- Plage de sable, minimum 10 m.
- Sentier du bassin, 1,5 m.
- Bassin miroir, minimum 5 m.

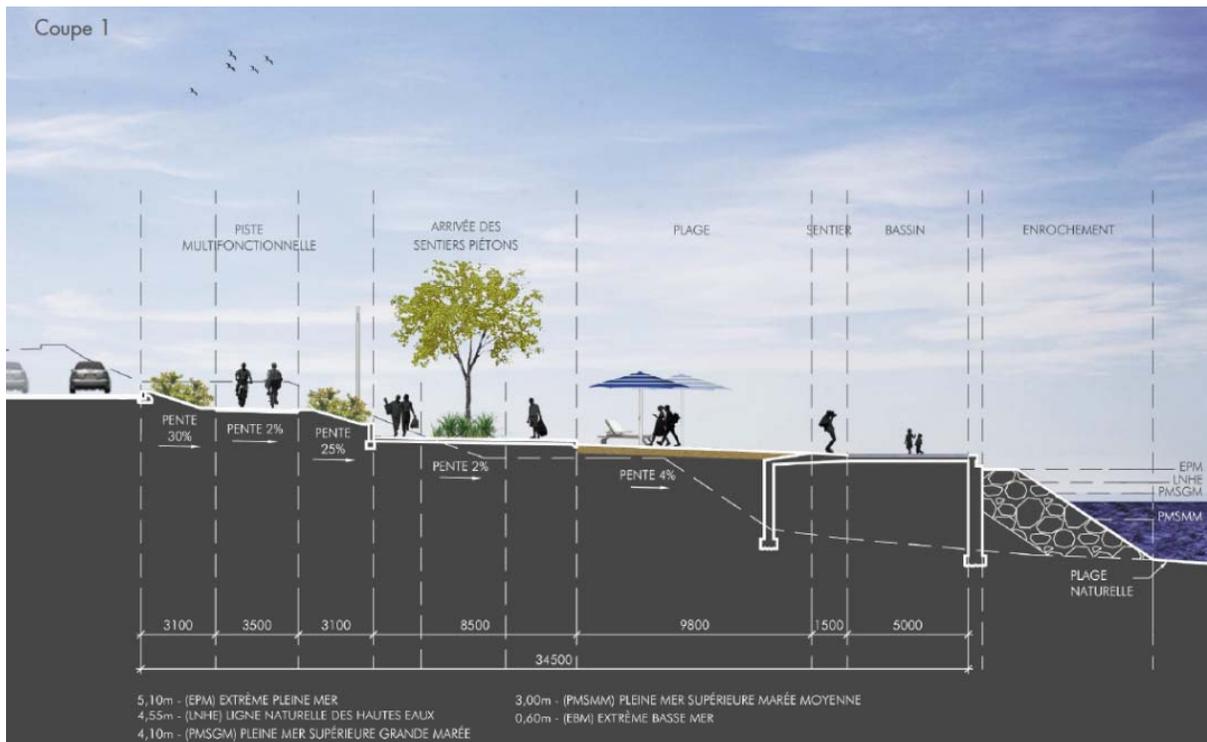


Figure 8 – Coupe de la zone plage

Zone marais (détails de la coupe 2) (zone critique):

Une fois la nouvelle voie ferrée et le nouveau boulevard implantés, pour assurer la continuité de la promenade et la sécurité des usagers, la zone d'aménagement critique se trouve à l'endroit le plus étroit, soit la transition entre le secteur plage et le secteur marais.

L'espace minimum requis pour l'aménagement des circulations entre le boulevard Champlain et l'enrochement est de 15 m de largeur.

La coupe transversale no 2 illustre cette condition :

- Bande de transition plantée, entre le boulevard et la piste cyclable, avec des pentes jusqu'à 35 %, minimum 3 m.
- Piste multifonctionnelle, 3,5 m.
- Bande de transition plantée, entre la piste cyclable et le sentier, avec des pentes jusqu'à 25 %, minimum 3 m (incluant le mur/banc de soutènement).
- Sentier du marais, 3 m.
- Bande de plantation (végétaux de marais supérieure), minimum 2,5 m.

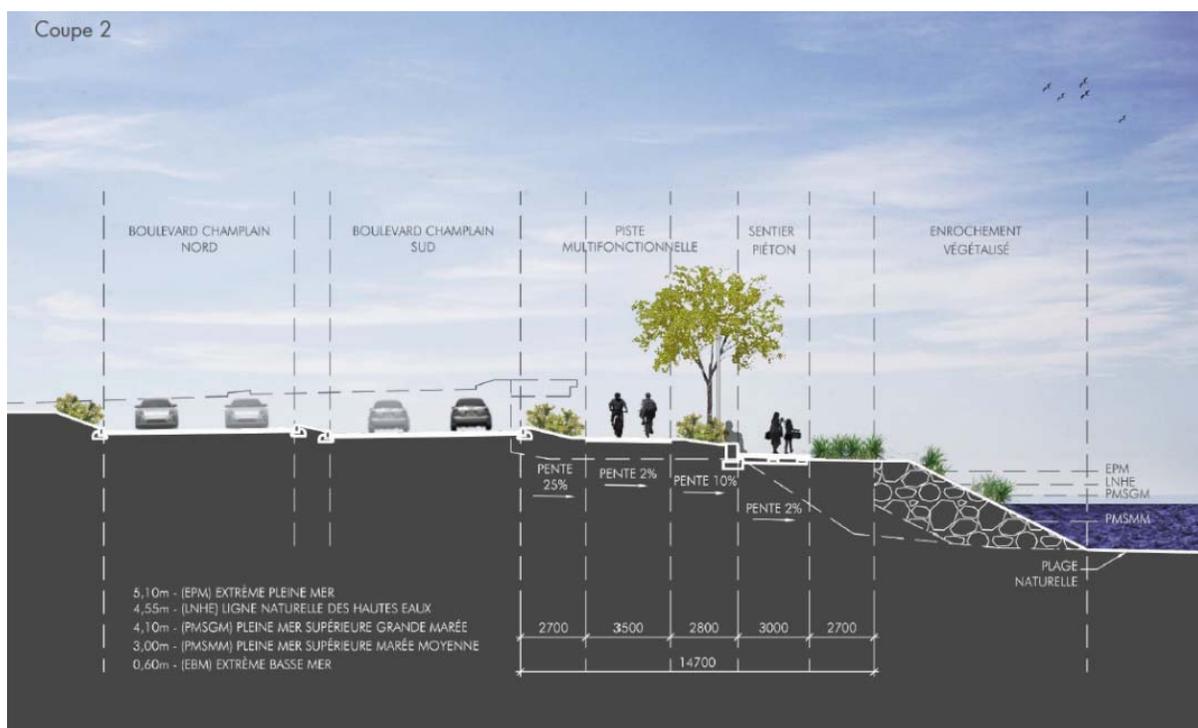


Figure 9 - Coupe de la zone marais (point critique du projet)

2.2 Compensation et suivi environnemental

Tel que décrit plus haut, la Commission considère le projet de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain comme auto-compensatoire. Malgré cela, si des mesures de compensation s'avéraient nécessaires aux suites de l'autorisation environnementale, la Commission s'engage à déposer un programme de compensation et d'atténuation détaillé au MDDEFP, et ce, au plus tard six mois après l'autorisation du projet.

La Commission s'engage également à déposer un programme de suivi environnemental détaillé au MDDEFP, et ce, au plus tard six mois après l'autorisation du projet (d'une durée minimale de 5 ans pour les réalisations relatives au marais).

2.3 Espèces exotiques envahissantes

La Commission s'engage à intégrer dans les plans et devis du projet tous les éléments relatifs aux espèces végétales exotiques envahissantes (EEE), à savoir :

- la végétalisation rapide des sols mis à nu pendant les travaux;
- l'élimination des EEE présentes sur le site des travaux;
- l'utilisation d'espèces indigènes pour la plantation et l'ensemencement;
- à effectuer un suivi annuel des plantations pendant au moins deux ans et à éliminer les EEE qui s'établiraient dans la zone affectée par les travaux;
- à nettoyer la machinerie avant son arrivée aux sites des travaux afin d'éviter une potentielle introduction d'EEE dans le secteur des travaux.

2.4 Espèces floristiques menacées ou vulnérables

La Commission s'engage à :

- transplanter le lycoper du Saint-Laurent qui serait rencontré lors des travaux;
- transmettre au MDDEFP les coordonnées géographiques de la localisation des espèces floristiques présentes sur le site au début des travaux parmi la liste suivante : butome à ombrelle, salicaire commune, phalaris roseau, l'échinochloa pied-de-cop, geste à larges feuilles, lotier corniculé, renoncule rampante et saponaire officinale.

3. ENJEUX LIÉS À L'UTILISATION DES AMÉNAGEMENTS PAR LA POPULATION

3.1 Aménagement d'accès piétonniers à l'eau (passages dans l'enrochement)

Le projet proposé par la Commission comprend des aménagements permettant de franchir les enrochements afin d'accéder au littoral. Les accès proposés sont situés à l'est du parc de la jetée (existant) (1), à l'ouest du bassin de baignade, face au pavillon des Baigneurs (nouveau) (2), dans le secteur du Marais (nouveau) (3) et tout au long de la berge du secteur Famille (amélioré) (4). Il est proposé d'ajouter deux accès supplémentaires afin de bonifier l'accès public au littoral du fleuve, le premier situé à l'est du quai Frontenac (5) et le second à l'ouest de l'avancée Saint-Michel (6). Ces accès sont montrés sur le plan ci-dessous.



La Commission s'engage à accompagner la demande de certificat d'autorisation de plans qui localisent ces aménagements permettant de franchir les enrochements.

3.2 Pêche commerciale

La Commission s'engage à entrer en contact avec le détenteur du permis de pêche commerciale avant le début des travaux d'aménagement et, si nécessaire, à prendre entente avec lui.

3.3 Accès au fleuve Saint-Laurent pour les embarcations à moteur

Le secteur dans lequel s'inscrit la promenade Samuel-De Champlain comprend deux rampes de mise à l'eau pour les embarcations nautiques. La première est située dans les limites du Yatch-Club de Québec, elle est donc accessible aux membres du club privé ou aux visiteurs moyennant paiement. La seconde est située sur les terrains du port de Québec qui en a confié la gestion à la Ville de Québec. Cette dernière sous-traite à une entreprise l'opération de la rampe de mise à l'eau. Bien que cette rampe ne réponde peut-être pas à tous les critères de qualité espérés par les usagers (elle est d'ailleurs payante), elle est fonctionnelle et située à quelques centaines de mètres de la promenade Samuel-De Champlain.

Bien que la Commission soit sensible aux demandes exprimées lors des audiences du BAPE, elle a tenté de répondre aux besoins les plus généralisés des usagers – et à certains plus spécifiques lorsque possible. De plus, elle a tenté de répondre aux besoins qui ne trouvaient pas déjà réponse dans d'autres secteurs environnants. À cet égard, la mise à l'eau de petites embarcations non motorisées (canots, kayaks, etc.) a été intégrée au concept dans le secteur Famille.

4. ENJEUX LIÉS AUX SOLS CONTAMINÉS

La Commission a débuté la production du plan de réhabilitation des sols contaminés pour le projet. Elle s'engage à respecter la *Politique de protection des sols et de réhabilitation des terrains contaminés*. À cet égard, elle déposera au MDDEFP un plan de réhabilitation dans les meilleurs délais suite à l'autorisation du projet par le gouvernement.

5. ENJEUX LIÉS AU PATRIMOINE HISTORIQUE

La Commission a engagé des consultants spécialisés en archéologie afin de l'accompagner tout au long du projet. Elle a procédé à un inventaire archéologique complet à l'été 2013 pour les portions du projet accessibles et procédera à une surveillance archéologique en bonne et due forme lors de la réalisation des travaux. La Commission s'engage à respecter la Loi sur le patrimoine culturel et les règlements qui en découlent. À cet égard, la Commission s'engage à communiquer au ministère de la Culture et des Communications toute découverte fortuite de vestiges archéologiques qui serait faite lors des travaux d'excavation et à faire cesser les travaux à l'endroit de la découverte et faire protéger ce lieu.

ANNEXE 1

- a) Le portrait des usagers de la promenade Samuel-De Champlain, septembre 2013
- b) Estimation de l'achalandage de la promenade Samuel-De Champlain, novembre 2013

Québec, le 11 septembre 2013

LE PORTRAIT DES USAGERS DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN

Rapport de recherche

Michel Lemieux recherche

Conseil stratégique- expertise en recherche

Sondage - groupes de discussion - formation

885 rue Cardinal-Rouleau, Québec, G1S 3k8

Téléphones (581) 982-7828 ou 652-9689

Courriel mlemieux12@videotron.ca

LE PORTRAIT DES USAGERS DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN

table des matières

| | |
|---|----|
| CONTEXTE MÉTHODOLOGIQUE | 3 |
| L'ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES USAGERS DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN | 4 |
| PORTRAIT SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES USAGERS | 6 |
| ACTIVITÉS PRATIQUÉES SUR LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN | 7 |
| VISITE DU BOISÉ DE TÉQUÉNONDAY | 9 |
| LE TYPE D'ACCOMPAGNEMENT DES USAGERS | 9 |
| LA TAILLE DES GROUPES D'ACCOMPAGNEMENT..... | 9 |
| LES SOURCES DE LA NOTORIÉTÉ | 10 |
| LES MOYENS DE TRANSPORT UTILISÉS..... | 10 |
| LE TYPE DE STATIONNEMENT | 11 |
| LA FRÉQUENCE DES VISITES | 12 |
| LE TAUX DE SATISFACTION | 14 |
| L'ORGANISME DE CONSTRUCTION ET DE GESTION DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN . | 14 |
| LES AMÉLIORATIONS SOUHAITÉES..... | 15 |
| annexe un: le questionnaire..... | 17 |
| annexe deux: les activités pratiquées selon les âges | 20 |
| annexe trois: liste des codes postaux..... | 21 |
| annexe quatre: la liste des suggestions "autres" | 23 |
| annexe cinq : liste des villes, provinces et pays d'origine (hors Québec et Lévis)..... | 28 |

LE PORTRAIT DES USAGERS DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN

CONTEXTE MÉTHODOLOGIQUE

La Commission de la Capitale nationale du Québec souhaite obtenir un portrait des usagers de la Promenade Samuel-De Champlain , de leurs types d'activités, des conditions et du contexte entourant leur venue sur le site et les améliorations souhaitées. Pour ce faire, un sondage par entrevues en face à face a été effectué durant le mois d'août 2013 par des enquêteurs expérimentés. Les entrevues se sont déroulées du 10 au 25 août 2013 le long de la Promenade. Signalons l'exceptionnelle collaboration des répondants, les refus de collaborer étant rares et les entrevues se déroulant le plus souvent dans la bonne humeur et la détente de journées ensoleillées...

Les répondants furent choisis de façon aléatoire, avec la méthode du pas échantillonnal (à intervalle régulier des passants). De même, les périodes de sondage furent réparties sur l'ensemble des deux semaines de sondage et dans différentes périodes du jour (il est probable que les clientèles et les activités changent selon les périodes). Ainsi, 40% de l'échantillon provient des 5 jours de la semaine et 60% du samedi et dimanche. 19% de l'échantillon a été interrogé le matin, 67% durant l'après-midi et 14% après 18 heures.

La marge d'erreur

Comme nous ne connaissons pas la population de référence (nombre total des usagers de la Promenade Samuel-De Champlain durant la période considérée), il est difficile d'établir une marge d'erreur statistique indéniable. Dans l'hypothèse où cette population d'usagers serait d'environ 15 000 personnes, la marge d'erreur statistique serait de $\pm 3,9\%$ 19 fois sur 20. Si elle est supérieure, la marge s'abaisserait. Dans tous les cas, cela nous assure une marge d'erreur confortable pour une telle étude.

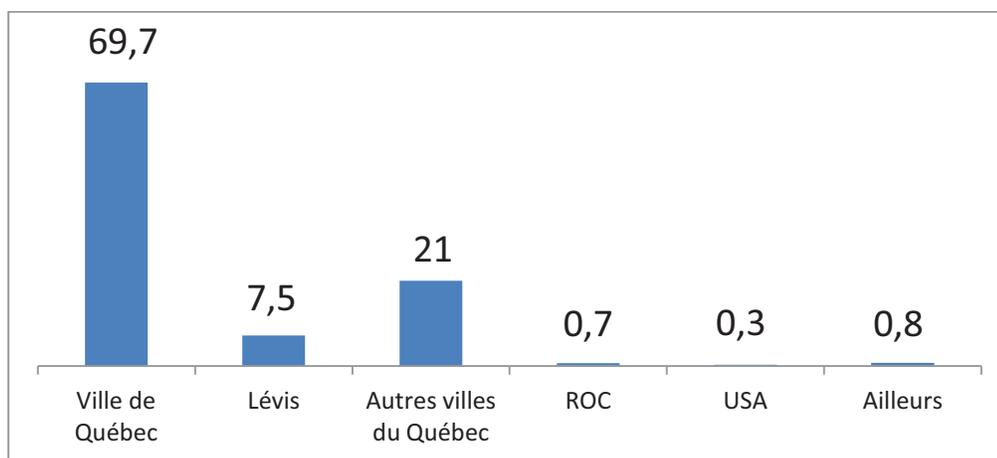
En octobre prochain, un sondage omnibus sera tenu dans la région métropolitaine et qui permettra de préciser cette donnée.

L'ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES USAGERS DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN

Cet aspect de la recherche est importante: nous demandions la ville d'origine du répondant lorsque Québécois, la province d'origine pour les non Québécois, l'État pour les Américains et le pays de résidence pour les autres. Pour les Canadiens et Québécois, on demandait aussi le code postal (3 premières lettres).

Parmi les usagers de la Promenade Samuel-De Champlain , sept personnes sur 10 proviennent de la ville même de Québec. 7,5 % proviennent de Lévis et on peut donc considérer qu'environ 77% des usagers sont de la région métropolitaine de Québec (8 personnes sur 10). 21% proviennent d'autres villes du Québec et 1,8 % sont originaires d'en dehors du Québec. On trouvera en annexe 5 de ce rapport la liste complète des villes, provinces, pays et état américains des autres visiteurs.

GRAPHIQUE : LES USAGERS DE LA PROMENADE EN FONCTION DES LIEUX DE RÉSIDENCE (EN%)



| L'ORIGINE GÉOGRAPHIQUE DES USAGERS (en %) | | |
|--|-----|-------|
| | N | % |
| Ville de Québec | 418 | 69,7 |
| Laval | 3 | 0,5 |
| Lévis | 45 | 7,5 |
| Longueuil | 1 | 0,2 |
| Montréal | 11 | 1,8 |
| Saguenay | 4 | 0,7 |
| Trois-Rivières | 4 | 0,7 |
| Autres villes du Québec | 103 | 17,2 |
| ROC | 4 | 0,7 |
| USA | 2 | 0,3 |
| Ailleurs | 5 | 0,8 |
| Total | 600 | 100,0 |

A l'intérieur de la zone métropolitaine de Québec¹, nous avons disposé les codes postaux en fonction de grandes zones urbaines. On voit que le secteur de Sainte-Foy fournit le quart (25%) des usagers métropolitains, 18% proviennent du Centre-ville de Québec et 14% de la Haute Saint-Charles et de Val-Bélair.

| RÉPARTITION DES USAGERS DE LA GRANDE RÉGION DE QUÉBEC (en %) | | |
|---|-----|-------|
| | N | % |
| Ste-Foy-Sillery | 119 | 24,5% |
| Centre-ville de Québec | 89 | 18,3% |
| Haute- Saint-Charles-Val Bélair | 70 | 14,4% |
| Beauport | 39 | 8,0% |
| Lévis | 37 | 7,6% |
| Périphérie Rive sud | 34 | 7,0% |
| Charlesbourg | 30 | 6,2% |
| Cap-rouge-St-Augustin | 24 | 4,9% |
| Limoilou | 17 | 3,5% |
| Cote de Beaupré-Ile d'Orléans | 14 | 2,9% |
| Vanier-St-Sauveur | 13 | 2,7% |
| TOTAL | 486 | 100% |

¹ Cela concerne 81% des répondants (excluant les non répondants). La liste complète des codes postaux est en annexe.

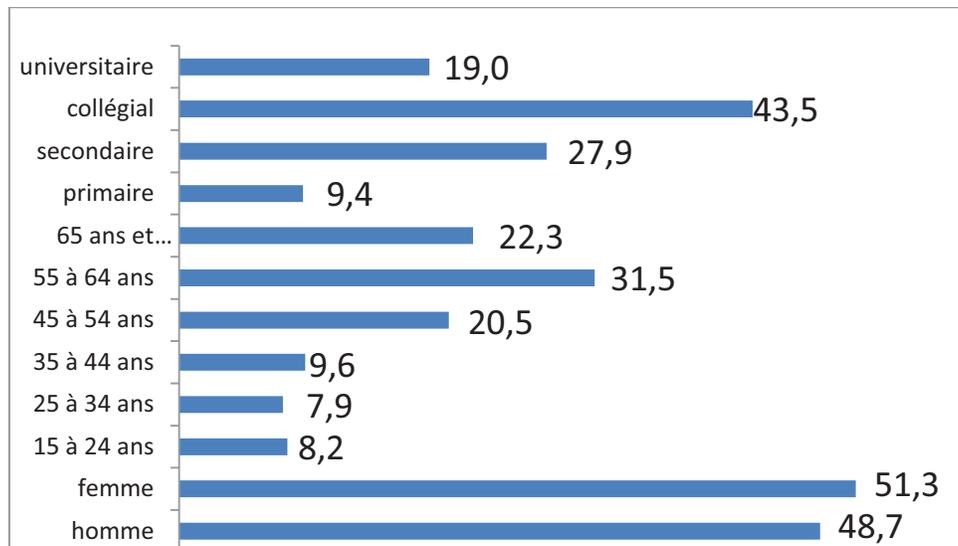
PORTRAIT SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES USAGERS

Qui sont les usagers de la Promenade Samuel-De Champlain au plan sociodémographique ? Outre leur origine géographique, nous pouvons en décrire le sexe, les âges et la scolarité. Dans la colonne centrale du tableau qui suit, on retrouve les proportions de l'échantillon et dans celle de droite, la correspondance dans la population². On constate qu'en référence au sexe, la concordance est exacte: la Promenade Samuel-De Champlain est utilisée autant par les deux sexes. En ce qui concerne les âges, les usagers sont notablement plus âgés que dans la population: 54% ont plus de 55 ans contre 37% dans la population générale. Inversement, 16% des usagers ont moins de 34 ans, alors que ce groupe représente 30% de la population de la région métropolitaine. Cela indique sans doute un défi de sensibilisation des plus jeunes aux charmes de la Promenade. En termes de scolarité, les personnes de scolarité collégiale semblent bien plus représentées que les autres.

| LES USAGERS DE LA PROMENADE EN FONCTION DU SEXE, DES ÂGES ET DE LA SCOLARITÉ | | |
|---|---------------|------------------|
| | % échantillon | % population RMR |
| homme | 48,7 | 48,8 |
| femme | 51,3 | 51,2 |
| 15 à 24 ans | 8,2 | 12,7% |
| 25 à 34 ans | 7,9 | 17,7% |
| 35 à 44 ans | 9,6 | 15,1% |
| 45 à 54 ans | 20,5 | 17,9% |
| 55 à 64 ans | 31,5 | 16,9% |
| 65 ans et plus | 22,3 | 19,7% |
| Primaire-aucun | 9,4 | - |
| secondaire | 27,9 | - |
| collégial | 43,5 | - |
| universitaire | 19,0 | - |

² Les chiffres de scolarité ne sont pas disponibles sous cette forme.

GRAPHIQUE : LES USAGERS DE LA PROMENADE EN FONCTION DU SEXE, DES ÂGES ET DE LA SCOLARITÉ (EN %)



ACTIVITÉS PRATIQUÉES SUR LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN

On demandait: "Aujourd'hui, vous êtes sur la PSC pour faire quoi ?" Aucun choix n'était suggéré et on pouvait citer jusqu'à deux activités. La marche arrive fortement en tête des activités, avec 42% des mentions. Le vélo arrive en second (27% des mentions); simplement s'asseoir et s'y reposer arrive en troisième position, avec 15% des mentions.

La catégorie "autres" contient des réponses comme: promener mon chien, aller aux toilettes, etc.

On remarquera que 45% des femmes déclarent effectuer de la marche, contre 39% des hommes; mais cette proportion est inversée en ce qui concerne le vélo: 31% des hommes en font, versus 23% des femmes. Les deux sexes sont adeptes de la contemplation du paysage.

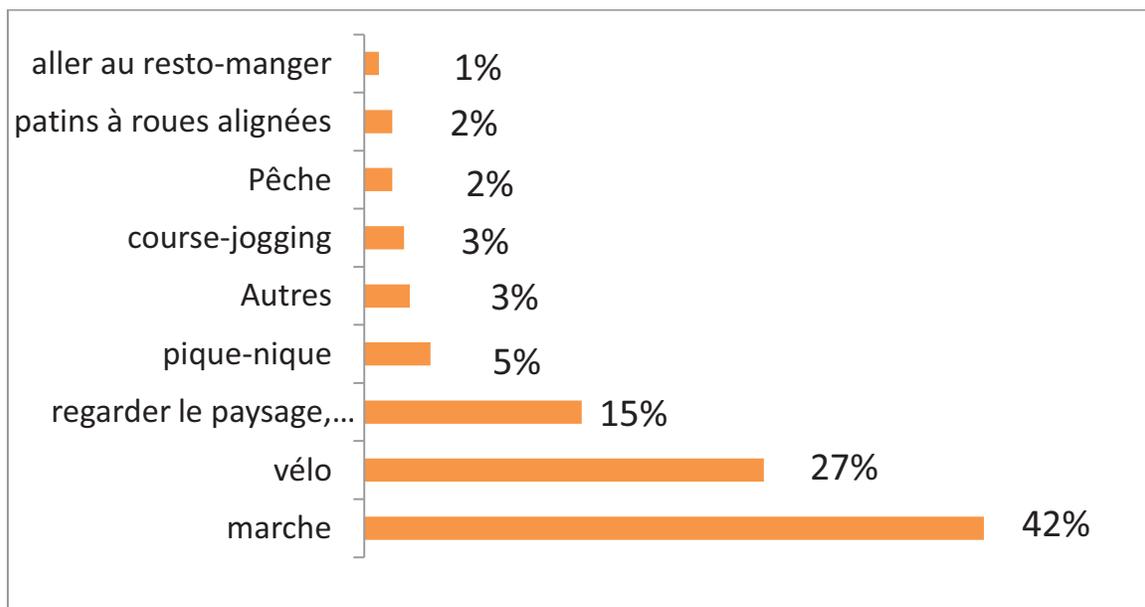
En termes d'âge³, plus on est âgé, plus on fait de la marche: 29% des moins de 24 ans en font, contre 52% des 65 ans et plus. Le vélo est surtout pratiqué par les 35-54 ans. Les

³ Voir le tableau complet en annexe.

moins de 34 ans en font peu sur la Promenade Samuel-De Champlain : 14% seulement. Le pique-nique est une activité surtout pratiquée par les moins de 34 ans (plus on est jeune, plus on pique-nique). Le jogging est une activité plus marquée chez les 25-44 ans.

| ACTIVITÉS PRATIQUÉES SUR LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN | | |
|---|-----|-------|
| En % de 670 mentions | N | % |
| Marche | 283 | 42,2% |
| Vélo | 182 | 27,2% |
| Regarder le paysage, s'asseoir | 99 | 14,8% |
| Pique-nique | 30 | 4,5% |
| Autres | 21 | 3,1% |
| Course-jogging | 18 | 2,7% |
| Pêche | 13 | 1,9% |
| Patins à roues alignées | 13 | 1,9% |
| Aller au resto-manger | 7 | 1,0% |
| Skate | 3 | 0,4% |
| Lire | 1 | 0,1% |

GRAPHIQUE: ACTIVITÉS PRATIQUÉES SUR LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN (EN %)



VISITE DU BOISÉ DE TÉQUÉNONDAY

On demandait: "Avez-vous déjà visité le boisé de Téquénonday ?" 24% des répondants l'ont visité, contre 59% qui ne l'ont pas visité et 17% qui ne savent pas du tout ce dont il s'agit. Notons qu'il peut y avoir une certaine confusion entre les "ne sais pas" et les "non". On se doute que les usagers de la RMR l'ont plus visité (29%) que les autres (7%).

| VISITE DU BOISÉ DE TÉQUÉNONDAY (en %) | | | |
|---------------------------------------|-----------------------|--------------|--------------|
| | Origine des visiteurs | | Total |
| | RMR de Québec | Autres zones | |
| oui | 29,1% | 6,6% | 23,9% |
| non | 57,5% | 64,7% | 59,2% |
| ne sais pas | 13,3% | 28,7% | 16,9% |

LE TYPE D'ACCOMPAGNEMENT DES USAGERS

Sur la Promenade, vient-on seul ou avec d'autres ? 30% des gens y viennent seuls et 41% en couple. 9 % sont en famille avec des enfants et 19% en groupe. Ce sont surtout des gens de la RMR qui viennent seuls (34% du groupe). 23% des usagers des autres zones sont venus en groupe.

| LE TYPE D'ACCOMPAGNEMENT DES USAGERS (en %) | | | |
|---|-----------------------|--------------|--------------|
| | Origine des visiteurs | | Total |
| | RMR de Québec | Autres zones | |
| Seul-e | 33,7% | 19,1% | 30,4% |
| Couple | 40,4% | 44,9% | 41,4% |
| En famille, enfants | 7,8% | 12,5% | 8,9% |
| Groupe | 18,0% | 23,5% | 19,3% |

LA TAILLE DES GROUPES D'ACCOMPAGNEMENT

Les groupes qui viennent sur la Promenade Samuel-De Champlain sont composés de combien de personnes, incluant nos répondants ? Cette statistique sera utile pour évaluer ultérieurement la fréquentation totale de la Promenade Samuel-De Champlain . Retenons ici que les groupes sont composés de **2 personnes en moyenne**. Les familles sont de trois personnes et les groupes également.

**MOYENNE DE PERSONNES
PAR GROUPE**

| | Moyenne |
|---------------------|------------|
| Seul-e | 1,0 |
| Couple | 2,0 |
| En famille, enfants | 3,3 |
| Groupe | 3,2 |
| Total | 2,0 |

Les usagers de la RMR sont en groupe de 1,9 personnes en moyenne mais ceux des autres zones sont de 2,5 personnes en moyenne.

LES SOURCES DE LA NOTORIÉTÉ

Comment a t-on entendu parler de la Promenade Samuel-De Champlain ?

Les gens citent les médias dans 58% des cas. Les connaissances et amis arrivent en second, *ex aequo* avec le "hasard". Il faut retenir que les gens ne sont pas toujours conscients de la source initiale de leurs informations, particulièrement dans la région de Québec même. Les sources se croisent au fil des ans et la réponse "par les médias" est la plus simple et évidente... Retenons que les gens des autres régions du Québec sont plus nombreux -relativement- à mentionner les amis et connaissance et secondairement, le hasard.

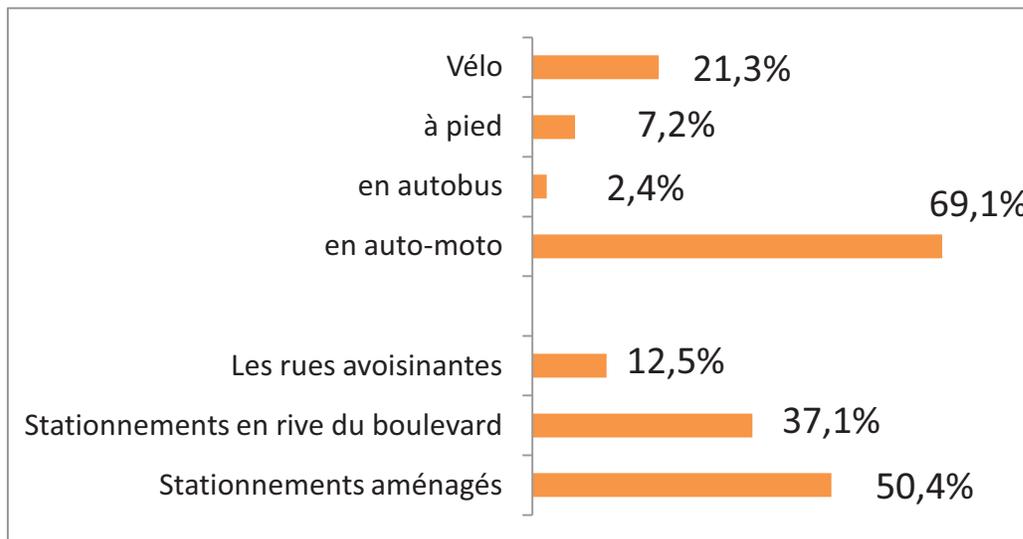
| LES SOURCES DE LA NOTORIÉTÉ | | |
|-------------------------------|-----|-------|
| | N : | % |
| amis ou connaissances | 101 | 16,2% |
| par des dépliants | 5 | 0,8% |
| par hasard | 108 | 17,3% |
| par internet -site web | 5 | 0,8% |
| par des médias | 362 | 58,0% |
| ne sais pas | 10 | 1,6% |
| toujours connu-demeure proche | 32 | 5,1% |

LES MOYENS DE TRANSPORT UTILISÉS

Comment s'est-on rendu sur la Promenade Samuel-De Champlain ? Dans 7 cas sur 10, on l'a fait par auto ou moto. Dans 21% des cas, en vélo. Les autres moyens sont marginaux. Les étrangers à la région sont encore plus nombreux à y accéder par auto: 76% d'entre eux.

| LES MOYENS DE TRANSPORT UTILISÉS | | | |
|----------------------------------|---------------|--------------|--------------|
| | RMR de Québec | Autres zones | Total |
| en auto-moto | 67,0% | 76,3% | 69,1% |
| en autobus | 3,0% | 0,0 | 2,4% |
| à pied | 8,3% | 3,7% | 7,2% |
| Vélo | 21,7% | 20,0% | 21,3% |

GRAPHIQUE: LES MOYENS DE TRANSPORT UTILISÉS ET LE LIEU DE STATIONNEMENT DES AUTOS



LE TYPE DE STATIONNEMENT

Où les usagers ont-ils stationnés leurs véhicules ? Dans 50% des cas, dans les terrains aménagés spécialement et dans 37% des cas, le long du boulevard. Les comportements sont identiques chez les visiteurs hors de la région.

| LE TYPE DE STATIONNEMENT | | | |
|-------------------------------------|-------|--------------|--------------|
| N= 415 | RMR | Autres zones | Total |
| Stationnements aménagés | 50,8% | 49,0% | 50,4% |
| Stationnements en rive du boulevard | 37,3% | 36,5% | 37,1% |
| Les rues avoisinantes | 11,9% | 14,4% | 12,5% |

LA FRÉQUENCE DES VISITES

Combien de fois les usagers sont-ils venus sur la Promenade depuis le début de la saison? 38% sont de petits utilisateurs (1 à 2 fois) et 21% de grands utilisateurs (plus de 20 fois). Il faut tenir compte que les visites de fin d'août et des mois de l'automne ne sont évidemment pas comptabilisées dans ces réponses. Un sondage omnibus régional permettra de préciser cette comptabilité et par triangulation, d'y inclure les visiteurs hors RMR.

En moyenne, selon les valeurs modales, entre juin et août, **on vient près de 9 fois sur la Promenade Samuel-De Champlain**, ce qui est assez élevé.

| LA FRÉQUENCE DES VISITES | | |
|--------------------------|-----|-------|
| | N | % |
| 1-2 fois | 225 | 37,7 |
| 3-5 fois | 124 | 20,8 |
| 6-10 fois | 70 | 11,7 |
| 11-20 fois | 55 | 9,2 |
| Plus de 20 fois | 123 | 20,6 |
| Total | 597 | 100,0 |

Est-ce que la fréquence des visites varie selon certaines caractéristiques des visiteurs ? Pour le savoir, nous avons transformé les catégories du tableau précédent en données continues.⁴ Ceci permet d'avoir des moyennes et de les segmenter. On voit dans le tableau suivant que:

- Les hommes viennent plus souvent que les femmes: presque 10 fois contre 8 fois pour les femmes;
- Plus on est âgé, plus on vient sur la Promenade Samuel-De Champlain et cela de façon marquée: 11 fois pour les 65 ans et plus, contre 5 fois pour les 25-34 ans;
- Les gens de scolarité universitaire viennent un peu moins que les autres sur la Promenade Samuel-De Champlain ;
- Les gens de la région métropolitaine profitent de la Promenade Samuel-De Champlain presque 3 fois plus que les autres (ce qui n'est pas surprenant);
- Le fait d'être assez satisfait plutôt que très satisfait ne semble pas influencer sur la fréquence, au contraire;

⁴ 1 à 2 = 1,5 fois; 3 à 5 = 4 fois; 6 à 10 = 8 fois; 11 à 20 = 15 fois et 20 fois et plus = 25 fois.

- Les gens de Ste-Foy et du Centre-ville de Québec fréquentent largement plus la Promenade que les autres (13-14 fois en moyenne); il est clair que plus on est proche, plus on y vient.

| FRÉQUENCE DES VISITES MOYENNES (en nombre de visites) | |
|--|------------------|
| sexe | fréquence |
| homme | 9,6 |
| femme | 8,2 |
| Groupe d'âges | |
| 15 à 24 ans | 8,3 |
| 25 à 34 ans | 5,3 |
| 35 à 44 ans | 7,9 |
| 45 à 54 ans | 7,4 |
| 55 à 64 ans | 9,4 |
| 65 ans et plus | 11,4 |
| Scolarité | |
| primaire | 7,1 |
| secondaire | 9,5 |
| collégial | 9,4 |
| universitaire | 7,7 |
| Origine des visiteurs | |
| RMR de Québec | 10,5 |
| Autres zones | 3,4 |
| Satisfaction | |
| très satisfait-e | 8,7 |
| assez satisfait-e | 10,2 |
| peu satisfait-e | 8,2 |
| très peu satisfait-e | 1,5 |
| Zones métropolitaines | |
| Centre-ville | 14,1 |
| Ste-Foy | 13,1 |
| Cap-rouge-St-Augustin | 8,3 |
| Haute- Saint-Charles-Val Bélair | 6,3 |
| Charlesbourg | 7,3 |
| Beauport | 9,5 |
| Limoilou | 7,0 |
| Vanier-St-Sauveur | 10,3 |
| Lévis | 6,7 |
| Périphérie Rive sud | 5,9 |

| | |
|--------------------|------------|
| Cote de Beauré-Ile | 5,2 |
| Total | 8,9 |

LE TAUX DE SATISFACTION

A quel niveau est-on satisfait de cette Promenade Samuel-De Champlain ? La satisfaction est très forte: 99,2 % des gens sont très ou assez satisfaits... C'est difficile de faire mieux... 5 insatisfaits sur 595 répondants⁵.

| LE TAUX DE SATISFACTION | | |
|-------------------------|-----|-------|
| | N | % |
| très satisfait-e | 517 | 86,9 |
| assez satisfait-e | 73 | 12,3 |
| peu satisfait-e | 3 | ,5 |
| très peu satisfait-e | 2 | ,3 |
| Total | 595 | 100,0 |

L'ORGANISME DE CONSTRUCTION ET DE GESTION DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN

On demandait: "Selon vous, quel organisme a construit et s'occupe de la PSC ?" Aucun choix n'était suggéré.

On voit dans le tableau suivant que dans 20% des cas, les gens ont la réponse exacte (la CCNQ). Cette proportion grimpe à 23% pour les gens de la région métropolitaine. Pour 47% des usagers, c'est la ville de Québec qui serait ce maître-d'œuvre. Si on tient compte que la CCNQ représente ici le gouvernement du Québec, on établit à 24% -une personne sur quatre- la proportion des usagers qui présentent une réponse exacte ou relativement exacte.

⁵ Avec un tel taux, nous ne pouvons pas segmenter les données pour mettre en relief certaines caractéristiques des gens satisfaits.

| L'ORGANISME DE CONSTRUCTION ET DE GESTION DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN | | | |
|--|---------------|--------------|--------------|
| | RMR de Québec | Autres zones | Total |
| La Ville de Québec | 45,6% | 53,3% | 47,3% |
| Gouvernement du Québec | 4,1% | 5,2% | 4,4% |
| Gouv. Canada-plaines | 3,0% | 2,2% | 2,9% |
| CCNQ | 22,8% | 9,6% | 19,8% |
| CMQ | 0,2% | | 0,2% |
| Nsp | 22,6% | 28,1% | 23,8% |

LES AMÉLIORATIONS SOUHAITÉES

Nous demandions aux répondants: "Si vous étiez (le)(la) responsable de la Promenade, qu'est-ce que vous feriez en premier pour l'améliorer ?" Aucun choix n'était suggéré et on pouvait en citer jusqu'à trois. De fait, les gens en ont nommé près de 900, ce qui démontre leur intérêt pour le lieu.

L'allongement de la Promenade Samuel-De Champlain est nettement l'élément le plus cité, avec le tiers des mentions. On spécifie souvent un allongement vers la plage Jacques-Cartier, vers Cap-Rouge, vers le Vieux-Québec, etc. En second, on souhaite plus de toilettes (11% des mentions) et plusieurs personnes spécifient "du coté de la Cote de Sillery." Le tableau suivant présente la liste des autres sujets cités.

La catégorie "autres" réfère à divers éléments autres que ceux cités et sont reproduits au verbatim dans l'annexe 4 de ce rapport. En lisant cette annexe, on retiendra en particulier:

- la présence gênante des chiens et leurs excréments;
- le manque de supports à vélos;
- le manque d'équipements près de la Cote de Sillery (toilettes, resto, etc.);
- la question de la sécurité sur le quai des Cageux (garde-fou trop bas pour les enfants);
- le souhait de voir plus de fleurs;
- la vitesse des vélos.

LES SUGGESTIONS D'AMÉLIORATIONS

| En ordre décroissant des mentions | N | % |
|--|-----|--------|
| Allonger | 279 | 31,0% |
| Autres | 131 | 14,6% |
| Plus de toilettes, salles de bains | 96 | 10,7% |
| Plus tables, bancs | 74 | 8,2% |
| Plus de stationnement | 62 | 6,9% |
| Conflit des usages - élargir trottoirs | 61 | 6,8% |
| Plus abreuvoirs | 38 | 4,2% |
| Restos à prix abordables, + casse-croute | 32 | 3,6% |
| De la baignade | 17 | 1,9% |
| Plus de sécurité | 17 | 1,9% |
| Plus d'arbres (général) | 15 | 1,7% |
| Plus activités pour les enfants | 14 | 1,6% |
| Plus arbres, zones ombragées | 12 | 1,3% |
| Mettre animation | 10 | 1,1% |
| Plus de publicité | 9 | 1,0% |
| Plus de poubelles | 9 | 1,0% |
| Entretiens hiver | 9 | 1,0% |
| Meilleure signalisation | 8 | 0,9% |
| Bruit des autos trop fort | 6 | 0,7% |
| Total | 899 | 100,0% |

Q7 Comment avez-vous entendu parler de la PSC ? Est-ce... (lire les choix au besoin)

1. par des amis ou des connaissances
2. par des dépliants
3. par hasard, je l'ai vue
4. par internet -site web
5. par des médias
6. je ne sais pas

Q8 Aujourd'hui, comment vous êtes-vous rendu jusqu'à la PSC (le moyen de transport?).
Est-ce... (combinaison de réponses possibles)

1. en auto-moto
2. en autobus (RTC)
3. à pied
4. en vélo

Q9 (si en auto) Quel stationnement avez-vous utilisé?

1. Stationnements aménagés
2. Stationnements en rive du boulevard
3. Les rues avoisinantes

Q10 Cette année, **combien de fois**, AU TOTAL, avez-vous utilisé la Promenade, en incluant aujourd'hui ? (Prendre une réponse, même approximative. Lire les choix au besoin.)

1. 1-2 fois
2. 3-5 fois
3. 6-10 fois
4. 11-20 fois
5. Plus de 20 fois

Q11 En général, comme utilisateur(trice), est-ce que vous êtes très satisfait-e, assez satisfait-e, peu satisfait-en ou très peu satisfait-e de la PSC ?

1. très satisfait-e
2. assez satisfait-e
3. peu satisfait-e
4. très peu satisfait-e

Q12 Selon vous, quel organisme a construit et s'occupe de la PSC ? (ne pas lire les choix)

1. la Ville de Québec
2. le gouvernement du Québec (en général)
3. le gouvernement du Canada - les Plaines
4. la Commission de la Capitale nationale
5. autre réponses
6. je ne sais pas
7. la Communauté métropolitaine de Québec

Q13 Votre plus haut niveau de scolarité complété?

1. primaire
2. secondaire
3. collégial
4. universitaire
5. refus

Q14 Dans groupe d'âge êtes-vous ? (Lire les choix au besoin)

1. Moins de 15 ans
2. 15 à 24 ans
3. 25 à 34 ans
4. 35 à 44 ans
5. 45 à 54 ans
6. 55 à 64 ans
7. 65 ans et plus

Q15 Si vous étiez (le)(la) responsable de la Promenade, qu'est-ce que vous feriez en premier pour l'améliorer ? (ne pas lire les choix)

1. l'allonger
2. de la baignade
3. plus d'arbres
4. plus de bancs
5. plus de sécurité
6. plus de publicité
7. plus de stationnement
8. autres (détaillez) _____

Q16 Sexe 1 Un homme 2 femme

annexe deux: les activités pratiquées selon les âges

(en % des mentions pour une catégorie d'âge)

| | Groupe d'âges | | | | | |
|------------------------------|---------------|---------|---------|---------|---------|-------------|
| | 15 à 24 | 25 à 34 | 35 à 44 | 45 à 54 | 55 à 64 | 65 ans et + |
| marche | 28,6% | 30,9% | 36,5% | 41,4% | 44,4% | 51,7% |
| vélo | 14,3% | 16,4% | 31,7% | 36,1% | 28,7% | 23,4% |
| pique-nique | 10,7% | 7,3% | 6,3% | 4,5% | 3,2% | 2,1% |
| skate | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,0% |
| regarder le paysage, asseoir | 16,1% | 10,9% | 9,5% | 9,8% | 16,7% | 20,0% |
| Pêche | 3,6% | 1,8% | 4,8% | 3,0% | 0,9% | 0,7% |
| course-jogging | 3,6% | 14,5% | 7,9% | 0,8% | 0,9% | 0,0% |
| lire | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,5% | 0,0% |
| patins à roues alignées | 10,7% | 5,5% | 1,6% | 1,5% | 0,5% | 0,0% |
| aller au resto-manger | 1,8% | 3,6% | 0,0% | 0,0% | 1,4% | 0,7% |

annexe trois: liste des codes postaux

| | |
|-----|----|
| | N |
| G1W | 53 |
| G1V | 41 |
| G1S | 31 |
| G1T | 28 |
| G1X | 25 |
| G1C | 17 |
| G1L | 17 |
| G1Y | 15 |
| G7A | 15 |
| G1R | 14 |
| G0S | 13 |
| G1H | 13 |
| G1G | 11 |
| G1M | 11 |
| G2B | 11 |
| G0A | 10 |
| G2E | 10 |
| G2G | 10 |
| G6V | 10 |
| G1E | 9 |
| G1K | 9 |
| G3A | 9 |
| G1P | 8 |
| G1J | 7 |
| G2A | 7 |
| G2C | 7 |
| G1B | 6 |
| G2K | 5 |
| G6Z | 5 |
| G0L | 4 |
| G0R | 4 |
| G2L | 4 |
| G3B | 4 |
| G6W | 4 |
| G3E | 3 |
| G5V | 3 |
| G6G | 3 |
| G6X | 3 |
| G0N | 2 |

| | |
|------|---|
| G0W | 2 |
| G15 | 2 |
| G1A | 2 |
| G1I | 2 |
| G1N | 2 |
| G1O | 2 |
| G1Z | 2 |
| G2J | 2 |
| G2M | 2 |
| G3C | 2 |
| G3G | 2 |
| G3H | 2 |
| G3J | 2 |
| G3K | 2 |
| G3L | 2 |
| G5X | 2 |
| G5Y | 2 |
| G6J | 2 |
| G6K | 2 |
| G7H | 2 |
| G8B | 2 |
| G8Y | 2 |
| H2S | 2 |
| H9W | 2 |
| J0B | 2 |
| J0E | 2 |
| J0K | 2 |
| J1K | 2 |
| J2B | 2 |
| J2C | 2 |
| J2S | 2 |
| J3L | 2 |
| G05 | 1 |
| G09A | 1 |
| G0G | 1 |
| G2O | 1 |
| G2Y | 1 |
| G2Z | 1 |
| G6B | 1 |
| G6C | 1 |

| | |
|-----|---|
| G6P | 1 |
| G6Y | 1 |
| G7R | 1 |
| G7S | 1 |
| G8K | 1 |
| G8L | 1 |
| G8Z | 1 |
| G9A | 1 |
| G9B | 1 |
| G9T | 1 |
| GAW | 1 |
| GEN | 1 |
| H1M | 1 |
| H1T | 1 |
| H1V | 1 |
| H2V | 1 |
| H3J | 1 |
| H3T | 1 |
| H4G | 1 |
| H6J | 1 |
| H7A | 1 |
| H7N | 1 |
| H7P | 1 |
| J0A | 1 |
| J0G | 1 |
| J0L | 1 |
| J0P | 1 |
| J1N | 1 |
| J2A | 1 |
| J2L | 1 |
| J2T | 1 |
| J3B | 1 |
| J3F | 1 |
| J3G | 1 |
| J3M | 1 |
| J3V | 1 |
| J4B | 1 |
| J4L | 1 |
| J4R | 1 |
| J5C | 1 |

| | |
|-----|---|
| J5I | 1 |
| J6K | 1 |
| J6S | 1 |
| J6V | 1 |
| J7H | 1 |

| | |
|-----|---|
| J8K | 1 |
| J8Z | 1 |
| J9P | 1 |
| J9T | 1 |
| K2G | 1 |

| | |
|-------|-----|
| K2M | 1 |
| L9L | 1 |
| S4P | 1 |
| TOTAL | 600 |

annexe quatre: la liste des suggestions "autres"

Lorsque des suggestions recourent les catégories de classement utilisées dans le tableau de la page xx, elles y ont été répertoriées. Souvent, les suggestions précisent ces éléments.

Nous avons regroupé en fin de liste la plupart des considérations qui portent sur les problèmes et les conflits entre les différents usages de la piste (piétons, vélos, etc.).

Lorsque le même élément a été cité plusieurs fois, il est suivi de X qui en indiquent le nombre.

- des fleurs, plus de fleurs xxxx
- Des fleurs jaunes, des arbres
- Bancs dans les zones d'ombre xx
- Manque d'ombres xxx
- Dalles de bois pour les patins à roues
- Vendre du bon café xx
- Mettre une barrière (garde-fou) au quai des Cageux xx
- En hiver, un passage pour les piétons
- couper le vent
- laisser la pavillon des Cageux ouvert à l'année
- un patio lors de la pluie
- Plus de plans d'eau, des amuseurs, ballades de voiliers
- Support à vélos près des Cageux pour laisser plus de place aux pêcheurs
- Plus de chiens...
- Une crèmerie
- Propreté des salles de bain est mauvaise
- Un U-turn
- Des stands d'art
- Au printemps, dégager le sable plus rapidement près de la piste cyclable
- Plus de propreté près des escaliers du quai
- Chaises plus confortables
- Des palmiers, de la place pour marcher plus près de l'eau
- Maintenir la navette du boul. Champlain
- Plus de stationnements non payants
- Plus de restauration, la qualité de la restauration XX
- Plus d'espace
- Manque d'espaces verts dans le secteur de la cote de Sillery, manque de toilettes et de restos.
- Allonger vers la plage Jacques-Cartier XX
- Élargissement du trottoir, la construction des trottoirs est inadéquate
- Merci pour le stationnement gratuit xxx
- C'est propre, bravo. Tout le monde arrive en même temps, vélos, piétons, améliorer marquage au sol
- Doit prendre de la bière
- Pas satisfait du restaurant : heures, pas là quand il pleut.
- Rack à vélos sur le quai, supports à cannes à pêches sur le quai
- Il faut des trottoirs de marche plus larges
- Tellement de chiens, pas de place pour marcher. Plus de lumières le soir; fournir pédalos
- Parfait!
- marquer tirer sur la poignée sur la toilette au parc d'enfants.
- Plus de stationnement la fin de semaine
- Allonger jusqu'à la gare de triage de Ste-Foy
- Plus d'arbres, plus d'ombre
- Des bancs à l'ombre xx
- Les autobus l'hiver

- Toilette manque d'entretien
- Améliorer la cote à Gignac; conditions de pavage près de la marina
- Mettre des stationnements en diagonales
- Musique disco en semaine pour l'animer
- Couper les branches où on s'assoit avec vue sur le fleuve; stationnement gratuit : bravo. Sacs à chien : bravos. Pas de graffitis observés. Plus de billets pour l'observatoire...
- Eau de l'abreuvoir de la cote à Gignac n'est pas bonne
- Pas de vignes dans les rochers pour ne pas étouffer les arbres
- Surveiller les cacas de chiens
- Des bancs près de l'église de Sillery
- Faire la jonction avec la plage
- Améliorer entretien la fin de semaine
- Maintenir la promenade telle quelle, plus de stationnement surtout le fin de semaine
- Animation avec des exercices physiques
- Enlever les branches des arbres qui débordent sur la piste
- Chiens sur la promenade (trop!)
- Toilettes en haut de la course de Sillery; abreuvoirs plus tôt au printemps et plus tard à l'automne.
- Allonger vers l'est seulement; poubelles pour recyclage
- Restauration rapide; kiosques; entretiens à améliorer l'hiver
- Ralentir la circulation automobile
- Faire plus de publicité
- Améliorer le balisage des chemins; mettre des modules de jeux; indications pour les vélos aux cageux; bancs de neige empêchent de demander passages aux piétons.
- Problèmes de drainage au printemps (cote à Gignac)
- Arrêts de circulation pour les vélos à contresens
- Activités de contact avec le Fleuve (kayak, etc.)
- Améliorer l'accès aux Cageux pour les vélos
- Paliers de bois près des Cageux; partage roues-piétons-vélos pas toujours respecté
- Plus de surveillance, régler la vitesse, course;
- Un resto avec des prix abordables
- Le café n'est pas ouvert en fin de semaine
- Plus d'abris avec bancs, la pelouse est négligée
- Les vélos vont trop vite
- Ne pas faire trop de publicité
- Toilettes en bas de la cote de Sillery
- Interdire les personnes en boisson
- Sécurité des jeunes enfants, manque de sécurité par les parents
- Un quai à Sillery pour se reposer
- Interdire les bedaines
- Des accès plus directs au Fleuve
- Élargir l'espace
- Couper les plantes sur la PC
- Piste en bois plus facile en roller
- Plus de parasols, des abris pour les pêcheurs
- Marcher sur le bord du fleuve
- Des abreuvoirs à chiens
- Entretien des végétaux sur la piste cyclable
- Haute vitesse sur la piste cyclable
- Rampe pas assez haute au quai des Cageux (enfants)
- Tour d'enfant car plus bruyant
- Saison démarre tard : toilette, etc.
- Plus de distributrices de sacs à chiens
- Le Panache : positif, chaises roulantes aménagées
- Enlever les chiens !
- Services en bas de la cote de Sillery; toilette, casse-croute. Crottes de chiens; sacs aux extrémités seulement; des toilettes au parc pour les enfants
- Crottes de chiens xxx

- Obliger les hommes à mettre le T-shirt
- Donner accès à la grève
- Les vélos accotés sur le quai empêchent la pêche
- Faire des stationnements sur la rue en diagonale
- Un Bureau d'information touristique xx
- Plus de transport en commun
- Section des patins pas toujours pratique
- Rallonger le quai
- Manque de transport en commun
- Installer des portes-vélos xxxx
- Location de vélos
- Entretien de la végétation
- Un remonte-vélos... laisses de chiens trop longues...
- Pas assez d'ombre
- Horloge face au quai serait pratique
- Piscine à l'eau salée
- Agrandir le quai, tables de pique-nique à l'ombre
- Un bar rencontre
- Vélo secours n'est plus là, dommage
- Faut que ca reste naturel...
- Des abris coupe-vent, c'est une belle réalisation
- Des abris à l'ombre
- C'est bon de pouvoir manger à l'intérieur; convivial; abreuvoirs pour les chiens;
- Cinéma de plein air, musique, etc.
- Ouverture plus tôt
- Entretien de la piste cyclable de l'aquarium
- Stationnement pour personnes handicapées le long du fleuve
- Des lieux de rencontre
- Petites boutiques, petit train le long de la promenade
- Plus de propreté dans les toilettes
- Crème glacée moins chère
- Plus de toilettes au milieu de la promenade
- Mieux aménager les coureurs
- Relier avec la plage JC, entretien des plantes, sont trop hautes
- Ville pas assez accessible pour les piétons dans le quotidien
- Plus difficile à se promener pour les rollers
- Nettoyer le gazon, plus d'ambiance
- Arrivée au quai des Cageux plutôt ordinaire (blocs)
- Une piscine
- Plus de parasols, plus de séparation des usages
- plus de points pour avoir des sacs pour caca de chien
- les vélos ont leur poste et les piétons aussi, c'est positif
- Plus d'ombre pour les tables à pique-nique
- Stationnement à retravailler, campeur qui prennent deux espaces
- Stationnements horizontaux en rive devraient être diagonaux
- Espace plus grand à l'aquarium
- Plus d'infos sur la navette
- Plus de publicité pour annoncer le boisé
- L'allonger des deux cotés
- Allonger jusqu'à Beauport;
- Pas de restaurants, que cela reste naturel, pas commercial
- Sacs de poubelle le long de la piste cyclable.
- Plus d'indications pour la piste cyclables pour le pont de Québec
- Améliorations des cacas de chiens à ramasser ou à surveiller
- Cacas de chiens sur le trottoir, règlement à faire respecter
- Avoir un restaurant vers le Bassin Brown
- Animation sur les quais (chantons en cœur)
- Gazon en mauvais état

- Rendre la traversée de Lévis plus sécuritaire pour les cyclistes (viaduc ? voies de contournement ?)
- Plus de restos
- Plus de zones couvertes
- Groupe musical invité
- La prolonger vers l'ouest
- Relier au sentier des Grèves
- Faire une plage xxx
- Relié à la plage Jacques-Cartier
- Végétaliser les berges
- Plus de fleurs, plus d'animation
- Faire une piste de ski de fond l'hiver
- Un resto abordable
- On manque d'indications
- Accès à la plage Jacques-Cartier,
- Inaccessible aux chaises roulantes, plus de toilettes.
- Plus d'animation, d'activités pour les enfants; mettre une boîte d'objets perdus oubliés
- Plus large pour les patins à roues alignées, élargir pour plus de sécurité
- Allonger la PSC des deux bords du fleuve, séparer les piétons et les cyclistes, plus de toilettes
- Allonger des 2 cotés jusqu'au sentier des Grèves et vers les villes
- Bancs en bas du boisé ou passerelle de bois
- Restaurant pour souper, toilettes cote de Sillery.
- Allonger jusqu'au pont
- Les vélos doivent arrêter lorsque mauvaises signalisation pour piéton; doivent marcher dans le sens des vélos
- Des patins avec des vélos : problèmes...
- Traverser avec Lévis
- Plus de belles filles qui se promènent.
- Il faut continuer à s'en occuper.
- Restaurants aménagés le long de la PSC; terrasses (bières, etc.).
- Ne pas de promener à 4 sur le trottoir
- Allonger jusqu'à la plage Jacques-Cartier pour se promener en vélo; activités de soir
- Améliorer les heures d'ouverture du resto; plus de passages
- Plus de fleurs (aménagement paysagers)
- Plus de variété de restos
- Plus de stationnement gratuit
- Plus de fontaines et de vestiaires et de points d'eau
- Bravo pour le stationnement; exporter cela en Estrie...
- Plus de marches pour descendre
- Accès aux chaises roulantes
- Plus de kleenex
- Plus de poubelles recyclables
- Radio poubelle dans la halte
- plus de restos avec bière
- amuseurs publics
- restaurer le quai de Sillery
- rack à vélos, plus d'espaces pour les pêcheurs
- défaire l'usine de pétrole
- interdire les chiens
- trop de chiens
- passage de piétons
- accès à la plage
- moins de monde
- plus de surveillance pour la propreté
- Plus d'arbres, installer des points à vélo (pompes, etc.)
- Traverse Québec-Lévis, billet gratuit pour les piétons ou vélos
- Vitesse ralentie des cyclistes près des abris; besoin des chiens sur le trottoir.
- Élargir trottoir xx

- Réglementer les chiens
- Accroître la sécurité au bout du quai
- Roulottes resto haut de gamme
- Allonger avec Cap-Rouge.
- Un autre casse-croute ou toilette avec distributrice
- Une plage familiale
- Plus de bancs coté fleuve
- Bien nettoyer les débris au printemps
- Prolonger jusqu'à Cap-Rouge
- Plus de places d'ombre
- Plus de nettoyages, plus de plans d'eau
- Rendre la promenade plus attrayante, plus d'agents de sécurité pour l'information
- Plus d'agents de sécurité

ÉLÉMENTS RELATIFS À LA GESTION DES DIFFÉRENTS USAGES

- Pas de piétons sur la piste cyclables
- Faire respecter les limites de vitesse sur le bord.
- Ne pas empiéter sur la PC, respecter les lignes
- Élargir le trottoir, règlements les joggeurs-vélos-marcheurs
- Plus de séparation piétons-cycliste
- Mettre des indications pour les coureurs à vitesse moyenne : quelle piste ?
- Plus de sécurité concernant les piétons et les cyclistes xx
- Mieux délimiter la zone vélo
- Il faut séparer les piétons de la PC
- Mettre une limite à la vitesse des vélos
- Élargir pour la promenade, pour la marche
- Vitesse excessive des cyclistes la fin de semaine
- Pas de chiens, même en laisse
- Sentiers plus larges
- Avoir un couloir pour la course (éviter les accidents) xx
- Trop de piétons sur la piste cyclable xx
- Limiter la vitesse sur la piste cyclable
- Moins de pistes de vélos pas larges pour enfants
- Quai des flots : clôture pour séparer la piste cyclable;
- division entre vélos et passage piétons, pas assez sécuritaire
- mieux indiquer la zone des cyclistes
- Trafic de vélos et roues alignées trop mélangé xx
- Ajouts de passages de piétons xx
- Traverse piétonnière dangereuse sur la piste cyclable pour prendre la lumière par ex. au sortir des abris parce que les cyclistes ne ralentissent jamais...
- Aux Cageux, il faut séparer les piétons. C'est dangereux.
- Départager les vélos et les piétons, roller et piste pas assez large
- Limiter la vitesse des cyclistes partout; couloir multifonctionnel : meilleure signalisation pour qui peut l'utiliser. Pour coureurs non indiqués, signalisation insuffisante.
- Trop de vitesse des vélos non contrôlée
- Trop de cycliste considèrent comme une piste de course, trop de vitesse, pas de limites
- Vélos à haute vitesse
- Élargir la piste cycliste, les roues alignées prennent le $\frac{3}{4}$ de la piste
- Plus de place aux piétons pour faciliter la piste cyclable
- Pas de piétons sur les pistes cyclables

annexe cinq : liste des villes, provinces et pays d'origine (hors Québec et Lévis)

Si plusieurs occurrences d'un lieu, le nombre est indiqué à sa droite.

| | | | |
|----------------|---|---------------------|---|
| Alma | | Laurier Station | |
| Amos | | Lotbinière | |
| Beauceville | 2 | Lyster | |
| Beaupré | 4 | Montmagny | 3 |
| Belgique | | New-york | |
| Beloil | | Ontario | 3 |
| Boisbriand | | Pennsylvanie | |
| Boischatel | | Pierreville | |
| Boucherville | | Pont-rouge | |
| Breakeyville | | Richelieu | |
| Bromont | | Riv. Du Loup | 2 |
| Cap santé | | Saskatchewan | |
| Chambly | 2 | Sherbrooke | 2 |
| Charlevoix | | St Jean Chrysostome | |
| Chateauguay | | St-Augustin | 6 |
| Coteau du lac | | St-Bruno | |
| Dolbeau | | Ste-Brigide | 2 |
| Drummondville | 5 | Ste-Catherine | |
| Dunthaw | | St-Étienne | 2 |
| East Broughon | | St-Ferdinand | |
| Fermont | | St-Georges | |
| France | 4 | St-Hyacinthe | 3 |
| Gatineau | 3 | St-Jean Port-Joli | |
| Grand-Mère | | Stoneham | |
| Inverness | | St-Raymond | |
| Joliette | 2 | Thetford | 3 |
| Kamouraska | 2 | Val d'or | |
| La Pocatière | | Valleyfield | 2 |
| Lac Beauport | 5 | Victoriaville | 2 |
| Lac Saint-Jean | | Warwick | |
| Lac St-Jean | | Waterloo | |
| Lac Strossler | | | |

Québec, le 6 novembre 2013

ESTIMATION DE L'ACHALANDAGE DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN

Rapport de recherche

Michel Lemieux recherche

Conseil stratégique- expertise en recherche

Sondage - groupes de discussion - formation

885 rue Cardinal-Rouleau, Québec, G1S 3k8

Téléphones (581) 982-7828 ou 652-9689

Courriel mlemieux12@videotron.ca

L'ACHALANDAGE DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN

Rapport de recherche

ESTIMATION DE L'ACHALANDAGE DE LA PROMENADE

Pour compléter le sondage en face à face auprès des usagers de la Promenade Samuel-De Champlain, nous avons également procédé à une estimation de la population totale de ces usagers; ce genre d'estimation se pratique généralement par triangulation, de la façon suivante:

1) Une question est posée en sondage¹ universel pour obtenir la proportion de la population qui a fréquenté la Promenade Samuel-De Champlain. Dans le cas présent, nous avons procédé par l'insertion de la question de fréquentation dans le sondage omnibus de la firme SOM pour la région de Québec, sur trois vagues de sondage, soit auprès de 903 personnes². Ce sondage a été tenu en octobre, soit pratiquement à la fin de la saison centrale d'achalandage de la Promenade Samuel-De Champlain. On retient que ce sondage ne couvre pas les moins de 18 ans, ni les visiteurs étrangers.

2) Sachant cette proportion d'usagers, nous la projetons sur la proportion de gens de la région de Québec retrouvée dans notre échantillon de sondage en face à face. Ce qui permet de retrouver par triangulation le nombre estimé de visiteurs hors région et donc, le nombre total estimé d'usagers de la Promenade Samuel-De Champlain durant l'été.

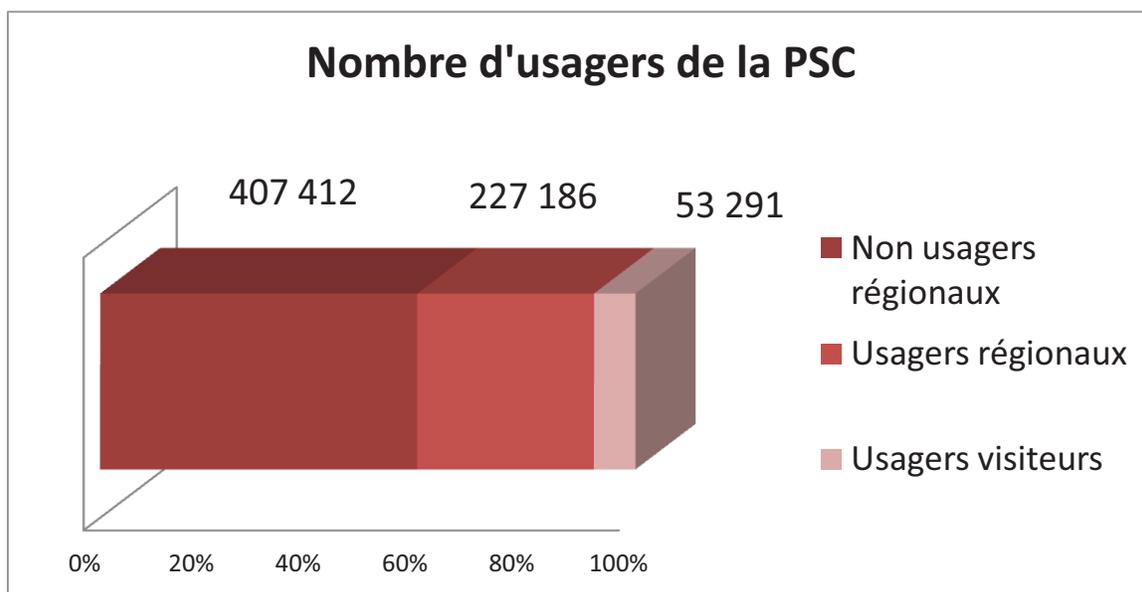
3) Nous utilisons comme base de calcul la population de la RMR de Québec en 2012, âgée de 18 ans et plus, telle qu'établie par la Communauté métropolitaine de Québec dans son dernier Bulletin démographique. Ce nombre est de 634 598 personnes.

¹ Dans d'autres recherches, on peut procéder par un décompte précis de fréquentation, par exemple par un tourniquet, par des photos de scènes, etc. Cela n'était évidemment pas possible dans le cas de la Promenade.

² Le sondage de SOM s'est déroulé du 2 octobre au 3 novembre. La marge d'erreur statistique est de $\pm 3,3\%$, 19 fois sur 20. Les détails méthodologiques sont disponibles sur demande.

| | | |
|---|---|---------|
| Population de la RMR de 18 et plus | = | 634 598 |
| Proportion des usagers régionaux de la Promenade | = | 35,8% |
| Nombre d'usagers locaux estimé | = | 227 186 |
| Proportion ³ des usagers régionaux dans le total des usagers | = | 81% |
| Nombre de visiteurs estimé | = | 53 291 |
| Nombre total d'usagers (locaux et visiteurs) | = | 280477 |

La Promenade aurait accueilli cet été environ 280 000 usagers différents.



LE NOMBRE DE VISITES

Le sondage en face à face nous permet d'aller plus loin et de déterminer le nombre de visites des usagers. En moyenne, nous savons que les usagers locaux (RMR) ont fréquenté la Promenade Samuel-De Champlain 10,5 fois et les visiteurs l'ont fréquenté 3,4 fois. En projetant ces données sur le nombre d'usagers, on peut estimer le nombre de visites:

- usagers de la RMR 227 186 X 10,5 fois = 2 385 453 visites
- usagers visiteurs 53 291 X 3,4 fois = 181 189 visites

³ Nous avons utilisé ici les codes postaux donnés par les répondants au sondage sur place.

TOTAL des visites de la Promenade = environ 2, 6 millions de visites.

TAUX D'UTILISATION DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN

La question posée en omnibus était: "Depuis le mois de mai dernier, avez-vous fréquenté la Promenade Samuel-De Champlain, le long du Fleuve, en bas de la Falaise et si oui, combien de fois environ ?" 35,8 % de la population de la région a fréquenté la Promenade, ce qui est considérable. 4% l'a fréquenté plus de 10 fois.

| LA FRÉQUENTATION DE LA PROMENADE (en %) | |
|--|-------|
| Non, je n'ai pas fréquenté la PSC | 64,2 |
| Oui, entre 1-2 fois | 16,7 |
| Oui, entre 3-5 fois | 11,1 |
| Oui, entre 6-10 fois | 3,4 |
| Oui, entre 11-20 fois | 1,7 |
| Oui, plus de 20 fois | 2,3 |
| NSP/NRP | 0,7 |
| Total | 100,0 |

Dans le tableau suivant, nous avons disposé les résultats des seuls utilisateurs, en regard du sondage en face en face. On y voit certaines variations dans les réponses: selon les valeurs modales, la moyenne des usagers du sondage en face à face est de 9 fois, contre 5 fois pour les usagers du sondage omnibus. Le sondage en face à face recense bien plus de forts utilisateurs (6 fois et plus). D'où provient cette variation ? Plusieurs hypothèses sont possibles. La principale est sans doute que les répondants à l'omnibus sont moins précis dans leurs souvenirs que les gens interviewés en face à face. En octobre, il fallait se souvenir de ses visites depuis le mois de mai . Mais dans tous les cas, on peut penser que les réponses du sondage sur place sont plus précises que celles du sondage omnibus.

| LA FRÉQUENCE DES VISITES Utilisateurs seulement (en%) | | |
|--|---------|-------------|
| | Omnibus | Face à face |
| 1-2 fois | 46,5 | 37,7 |
| 3-5 fois | 31,0 | 20,8 |
| 6-10 fois | 9,5 | 11,7 |
| 11-20 fois | 4,9 | 9,2 |

| | | |
|-----------------|-----|-------|
| Plus de 20 fois | 6,3 | 20,6 |
| Total | 100 | 100,0 |

LES ACTIVITÉS PRATIQUÉES

Aux personnes ayant fréquenté la Promenade Samuel-De Champlain, nous demandions également: "Pour quelle activité, surtout, êtes-vous venu sur la Promenade Samuel-De Champlain ?" On acceptait jusqu'à trois mentions et les répondants ont cité en moyenne 1,5 activités.

Ces réponses sont difficilement comparables avec celles du sondage sur place, où on demandait "quelle activité êtes-vous venu faire aujourd'hui ?" . Par contre, on remarque que les trois premières activités citées sont les mêmes dans les deux sondages.

| LES ACTIVITÉS PRATIQUÉES En % des mentions et des cas | | |
|--|---------------|-------|
| | % mentions | % cas |
| De la marche | 47,6% | 71,4% |
| Du vélo | 14,2% | 21,2% |
| Regarder le paysage, s'asseoir | 10,3% | 15,4% |
| Patin à roues alignées | 5,2% | 7,8% |
| Course-jogging | 3,3% | 5,0% |
| Profiter des jeux d'eau et modules | 1,6% | 2,5% |
| Aller au resto | 1,5% | 2,3% |
| Se rendre à un autre endroit | 1,5% | 2,3% |
| Un pique-nique | 1,4% | 2,2% |
| Faire une promenade à moto | 1,4% | 2,0% |
| Faire du tourisme | 1,3% | 2,0% |
| Pour une activité culturelle | 1,2% | 1,8% |
| Pratiquer une activité de plein air (général) | 1,2% | 1,8% |
| Du skate | 1,1% | 1,7% |
| Assister à des feux d'artifice | 1,1% | 1,7% |
| Pour regarder une activité sportive | ,9% | 1,4% |
| Pour une rencontre | ,8% | 1,2% |
| Faire une promenade en voiture | ,7% | 1,0% |
| De la photographie | ,6% | ,9% |
| La pêche | ,6% | ,9% |
| Pour le travail | ,6% | ,9% |
| Lire | ,5% | ,7% |

| | | |
|-------------------------|--------|--------|
| Assister à un cours | ,4% | ,6% |
| Faire de la mongolfière | ,3% | ,4% |
| Géocaching | ,2% | ,3% |
| NSP/NRP | ,4% | ,6% |
| TOTAL | 100,0% | 150,1% |

ANNEXE 2

Portrait des usagers de la promenade Samuel-De Champlain, octobre 2015



Portrait des usagers de la Promenade Samuel-De Champlain

Rapport d'analyse d'une étude de
profil, provenance et achalandage réalisée à l'été 2015

Le 28 octobre 2015, version finale

Table des matières

| | |
|---|-----------|
| Contexte et objectifs | 3 |
| Méthodologie | 5 |
| Résultats détaillés | 8 |
| 1. Profil sociodémographique des usagers de la PSC | 9 |
| 2. Habitudes de fréquentation | 11 |
| 2.1 Les activités pratiquées | 12 |
| 2.2 Le type d'accompagnement | 13 |
| 2.3 Les sources de la notoriété | 14 |
| 2.4 Les moyens de transport utilisés | 15 |
| 2.5 La fréquence et la durée des visites | 16 |
| 3. Satisfaction et priorités d'amélioration | 17 |
| 3.1 Satisfaction générale | 18 |
| 3.2 Priorité d'amélioration pour le prolongement | 19 |
| 4. La CCNQ et l'entretien de la Promenade | 20 |
| 4.1 Notoriété de la CCNQ en tant que gestionnaire de la PSC | 21 |
| 5. Mesure d'achalandage | 22 |
| 5.1 Le nombre d'usagers | 23 |
| 5.2 Le nombre de visites | 24 |
| 5.3 Les activités pratiquées | 25 |
| Faits saillants et conclusions stratégiques | 26 |
| Annexe : Provenance détaillée des usagers | 30 |

Contexte et objectifs

Contexte et objectifs

Mesurer le profil et la provenance de la clientèle estivale de la promenade Samuel-De Champlain.

À l'été 2013, la Commission de la capitale nationale du Québec (CCNQ) réalisait une première étude afin d'obtenir un portrait de la clientèle qui fréquente la Promenade Samuel-De Champlain (PSC). Deux ans plus tard, la CCNQ souhaitait reconduire l'étude afin de vérifier si (ou à quel point) le profil de cette clientèle avait évolué. Au-delà du profil et de la provenance des visiteurs, la présente étude permettra aussi à la CCNQ d'en savoir davantage sur le type d'activités pratiquées par les usagers de la PSC, la perception générale que les visiteurs ont de la promenade, etc.

Plus précisément, la présente étude vise à :

- Connaître la provenance des usagers de la promenade Samuel-De Champlain;
- Définir leur profil sociodémographique (âge, sexe, scolarité, etc.);
- Faire le portrait des types de pratiques liées à la PSC (marche, vélo, pique-nique, skate, etc.);
- Mesurer les modalités d'utilisation de la PSC : groupe (seul, en couple, en groupe, etc.);
- Connaître les modes de transport utilisés pour accéder au site;
- Mesurer la notoriété de la CCNQ en tant que maître d'ouvrage;
- Évaluer la satisfaction des clientèles à l'égard de l'utilisation du site...
- ... ainsi que les améliorations souhaitées.

Mais aussi, cette étude présente des données sur l'**achalandage** de la PSC, ou plus précisément :

- l'estimation du nombre de personnes ayant fréquenté la PSC à l'été 2015;
- la fréquence d'utilisation;
- la proportion de fréquentation régionale, incluant les moins de 18 ans;
- et la fréquentation par les visiteurs hors région.

Approche méthodologique

Approche méthodologique

664 entrevues en face à face menées sur la promenade Samuel-De Champlain, du 10 au 23 août 2015.

Les données des sections 1 à 4 du présent rapport sont issues d'entrevues menées en face à face, sur le site de la promenade Samuel-De Champlain (volet 1). Les données d'achalandage (section 5), ont été inférées à partir d'un sondage web mené auprès des résidents de la région de Québec RMR (volet 2). La méthodologie de ces deux volets est détaillée ci-dessous.

VOLET 1 : 664 ENTREVUES EN FACE À FACE

664 entrevues en face à face ont été réalisées sur la promenade Samuel-De Champlain par les intervieweurs professionnels de Léger. La collecte s'est tenue du 10 au 23 août 2015. Tout comme lors de l'étude de 2013, 40% des entrevues ont été menées un jour de semaine et 60% les fins de semaine. Une répartition proportionnelle a aussi été assurée entre les différentes plages horaires, soit 19% en avant-midi, 67% en après-midi et 14% après 18 heures.

Pour être admissible à l'étude, la personne sélectionnée devait être âgée de 16 ans ou plus, s'exprimer en français ou en anglais et ne pas travailler pour la CCNQ.

Les répondants ont été sélectionnés de façon aléatoire au moyen de la méthode du pas échantillonnal. Le questionnaire d'interception prenait en moyenne 7 minutes à compléter.

La marge d'erreur maximale pour un échantillon de 664 répondants s'établit à +/- 4 % dans un intervalle de confiance de 95% (19 fois sur 20).

VOLET 2 : SONDAGE OMNIBUS AUPRÈS DES RÉSIDENTS DE LA RÉGION DE QUÉBEC RMR

Le sondage omnibus a été réalisé du 5 au 16 octobre 2015, auprès de 1 006 résidents de la région de Québec RMR. Les répondants ont été tirés du panel de Légerweb, soit un panel représentatif de la population. Puis, les données ont été pondérées en fonction des données réelles de population (Statistique Canada, recensement de 2011).

Approche méthodologique

Comment lire le rapport?

La lecture du rapport

Dans les tableaux et les graphiques, le « n » représente le nombre réel de personnes interrogées. Les résultats des sous-groupes composés de moins de 30 répondants sont présentés à titre informatif seulement, étant donné le faible nombre d'individus que cela représente.

Le cas échéant, les totaux différents de 100% sont dus à la non-réponse ou à l'arrondissement à l'entier. Dans certains cas, les répondants pouvaient fournir plus d'une réponse. Les totaux présentés à ces questions sont par conséquent supérieurs à 100%.

Les différences entre les sous-groupes sociodémographiques (âge, sexe, provenance, etc.) sont signalées dans le présent rapport toutes les fois qu'elles existent. Si aucune mention d'un sous-groupe n'est faite, il faut en déduire que le résultat est statistiquement similaire à la moyenne globale. Afin de faire ressortir les écarts **entre les sous-groupes**, les proportions significativement supérieures sont présentées en **rouge** dans les tableaux et graphiques, alors que celles qui sont significativement inférieures sont présentées en **bleu**.

Lorsqu'applicables, des comparaisons avec l'étude de 2013* ont été menées. Les flèches (↑ et ↓) indiquent des variations statistiquement significatives **par rapport aux résultats de l'étude de 2013**.

La forme masculine utilisée dans le texte désigne aussi bien les femmes que les hommes. Elle n'est utilisée qu'à la seule fin d'alléger le texte et d'en faciliter la compréhension.

Glossaire

Usager : Désigne toute personne ayant fréquenté au moins une fois la PSC entre le 10 et le 23 août 2015 et ayant été intercepté pour cette étude (comprend à la fois les usagers locaux et les visiteurs).

Locaux : Les usagers « locaux » résident dans la région de Québec RMR.

Visiteurs : Est considéré comme « visiteur » tout usager qui réside à l'extérieur de la région de Québec RMR, que ce soit ailleurs au Québec, au Canada ou dans le monde.

Résultats détaillés

1. Profil sociodémographique des usagers de la PSC

1. Profil sociodémographique des usagers

Comme en 2013, près des trois quarts (72%) des usagers estivaux de la Promenade Samuel-De Champlain résident dans la ville de Québec.

D'abord, nous avons demandé aux 664 personnes interceptées sur la promenade Samuel-De Champlain (du 10 au 23 août 2015) de nous fournir quelques données sociodémographiques (sexe, âge, lieu de résidence et niveau de scolarité).

Comme le montre le tableau ci-dessous, le profil des usagers a quelque peu évolué depuis 2013. Parmi les changements principaux, notons un certain rajeunissement de la clientèle : la proportion d'usagers de 55 à 64 ans a diminué au profit d'une augmentation des 25-44 ans. Puis, concernant la provenance, la proportion de résidents de Lévis a augmenté (passant de 8% à 12%), mais le nombre de touristes des autres villes du Québec a quelque peu diminué. Finalement, probablement dû au rajeunissement de la clientèle, le niveau de scolarité a nettement augmenté (les universitaires sont passés de 19% à 49%).

Notons que le profil des usagers estivaux de la promenade en 2015 est similaire à ce qu'on note dans l'ensemble de la population de la région de Québec (en termes de sexe et d'âge), si ce n'est que le taux de diplômés universitaires y est plus élevé (49% parmi les usagers contre 38% dans la population générale).

| Profil des usagers | 2013 (n=600) | 2015 (n=664) |
|--------------------|-----------------|-----------------|
| Sexe | | |
| Homme | 49% | 54% |
| Femme | 51% | 46% |
| Âge | | |
| 15-24 ans | 8% | 8% |
| 25-34 ans | 8% | 12% ↑ |
| 35-44 ans | 10% | 16% ↑ |
| 45-54 ans | 21% | 21% |
| 55-64 ans | 32% | 22% ↓ |
| 65 ans et plus | 22% | 21% |

| (suite) | 2013 (n=600) | 2015 (n=664) |
|--------------------------|-----------------|-----------------|
| Provenance* | | |
| Ville de Québec | 70% | 72% |
| Lévis | 8% | 12% ↑ |
| Autres villes du Québec* | 20% | 13% ↓ |
| Hors-Québec* | 2% | 3% |
| Scolarité | | |
| Primaire/secondaire | 37% | 18% ↓ |
| Collégial | 44% | 33% ↓ |
| Universitaire | 19% | 49% ↑ |

2. Habitudes de fréquentation

2. Habitudes de fréquentation

La majorité des usagers viennent sur la Promenade avant tout pour y marcher (58%).

L'aspect contemplatif est aussi très important : 28% y viennent tout simplement pour s'asseoir et regarder le paysage.

2.1 Les activités pratiquées

À l'été 2015, 58% des usagers qui se trouvaient sur la PSC y étaient pour faire de la marche, 28% pour regarder le paysage et s'asseoir et 19% pour faire du vélo. Les autres activités pratiquées sont listées ci-dessous.

Évidemment, les activités pratiquées varient selon l'âge des usagers : les 15-34 ans sont un peu plus nombreux à faire du jogging, du patin à roues alignées et de la lecture. De plus, plus on est âgés, plus on fait de la marche.

Notons qu'en 2013, le vélo arrivait au deuxième rang des activités les plus pratiquées, alors qu'il est un peu moins populaire cette année : ce constat semble être le résultat d'une diversification des activités pratiquées sur la PSC depuis deux ans.

Aujourd'hui, vous êtes sur la PSC pour faire...

| Plusieurs mentions possibles | 2013 (n=600) | TOTAL 2015 (n=664) | 15-34 ans (n=129) | 35-44 ans (n=109) | 45-54 ans (n=140) | 55-64 ans (n=148) | 65 ans et plus (n=138) |
|--------------------------------|-----------------|--------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|
| de la marche | 42% | 58% ↑ | 47% | 54% | 59% | 60% | 69% |
| regarder le paysage, s'asseoir | 15% | 28% ↑ | 26% | 26% | 28% | 30% | 28% |
| du vélo | 27% | 19% ↓ | 15% | 21% | 19% | 25% | 14% |
| un pique-nique | 5% | 10% ↑ | 12% | 8% | 12% | 7% | 12% |
| de la course / jogging | 3% | 7% ↑ | 13% | 11% | 9% | 3% | 0% |
| du patin à roues alignées | 2% | 3% | 7% | 4% | 3% | 0% | 1% |
| de la lecture | <1% | 3% | 7% | 1% | 0% | 1% | 4% |
| de la pêche | 0% | 2% | 2% | 4% | 1% | 1% | 1% |
| du skate | <1% | 1% | 3% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Autres | 3% | 3% | 2% | 3% | 1% | 3% | 5% |

2. Habitudes de fréquentation

La plupart des usagers estivaux de la Promenade y vont seuls (40%) ou en couple (40%).

2.2 Le type d'accompagnement

Comme en 2013, nous avons demandé aux répondants qui les accompagnaient pour leur sortie sur la promenade Samuel-De Champlain. Ainsi, on apprend que 80% des usagers viennent soit seuls (40%) ou en couple (40%). 12% viennent avec des amis, et 13% en famille ; soit avec (8%) ou sans (5%) jeunes enfants. Finalement, 2% sont venus en groupe de plus de cinq personnes.

Lorsqu'on fait la moyenne du nombre de personnes comprises dans chaque groupe, y compris les personnes seules et en couple, on compte 2,5 personnes. Cette moyenne était de 2,0 en 2013, soit une moyenne statistiquement similaire. D'ailleurs, l'ensemble des résultats sur le type d'accompagnement a peu évolué depuis deux ans.

Notons aussi que :

- Les 15-24 ans viennent davantage entre amis (24%), alors que les 35-44 ans viennent avec leurs jeunes enfants (23%) et que les 55-64 ans sont plus nombreux à ne pas être accompagnés.
- Les visiteurs sont plus nombreux à venir en couple (60%) et peu viennent seuls (19%). Par conséquent, la moyenne de personnes par groupe pour les visiteurs est de 3,1, alors qu'elle est de 2,5 parmi les locaux.

Aujourd'hui, vous êtes...

| Plusieurs mentions possibles | 2013 (n=600) | TOTAL 2015 (n=664) | 15-34 ans (n=129) | 35-44 ans (n=109) | 45-54 ans (n=140) | 55-64 ans (n=148) | 65 ans et plus (n=138) |
|----------------------------------|-----------------|--------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|
| seul(e) | 30% | 40% | 35% | 30% | 39% | 49% | 43% |
| en couple | 41% | 40% | 33% | 44% | 45% | 35% | 43% |
| avec des amis | N/A | 12% | 24% | 13% | 7% | 6% | 9% |
| avec de jeunes enfants | 9% | 8% | 9% | 23% | 9% | 1% | 3% |
| en famille sans enfants | N/A | 5% | 4% | 4% | 6% | 7% | 3% |
| en groupe (plus de 5 personnes) | N/A | 2% | 4% | 2% | 0% | 5% | 1% |
| Moyenne de personnes par groupe* | 2,0 | 2,5 | | | | | |

2. Habitudes de fréquentation

La Promenade est peu publicisée dans les médias destinés aux touristes : les visiteurs qui s'y sont rendus cet été en ont surtout entendu parler par du bouche-à-oreille, ou encore s'y sont rendus « par hasard ».

2.3 Les sources de la notoriété

La question ci-dessous s'adressait seulement aux visiteurs (usagers résidant à l'extérieur de la région de Québec). Plus précisément, on voulait savoir comment les gens de l'extérieur avaient entendu parler de la Promenade. À cette question, près de la moitié des visiteurs (48%) répondent qu'ils y ont vu la promenade par hasard, et 43% disent que ce sont des amis ou des connaissances qui leur en ont parlé.

Comme on le remarque, la Promenade Samuel-De Champlain est encore un endroit très peu publicisé dans les institutions touristiques (5%) ou dans les guides de voyages (1%).

Les comparaisons avec l'étude de 2013 ne sont pas possibles pour cette question, la base de l'échantillon et les choix de réponse n'étant pas les mêmes.

Comment avez-vous entendu parler de la PSC ? Est-ce...

| <i>Plusieurs mentions possibles</i> <i>Base : les visiteurs (résidant à l'extérieur de la région de Québec)</i> | Total (n=63) |
|--|-----------------|
| Par hasard, je l'ai vue | 48% |
| Par des amis ou des connaissances | 43% |
| Par l'office du tourisme / promotion touristique / info-tourisme | 5% |
| Je la connais depuis longtemps | 5% |
| Par quelqu'un à l'hôtel où je loge | 3% |
| Par le site web de la Commission de la capitale nationale du Québec | 1% |
| Par un guide de voyage (papier ou web) | 1% |

2. Habitudes de fréquentation

La voiture est encore le mode de transport privilégié par les usagers pour se rendre sur la Promenade (80%).

2.4 Les moyens de transport utilisés

Maintenant, nous nous sommes intéressés aux moyens de transport utilisés pour se rendre sur la Promenade. Cette année, les répondants pouvaient sélectionner plus d'un choix de réponse, ce qui permet d'inclure le transport multimodal. Ceci étant, on apprend que 80% des usagers ont utilisé, à un moment ou un autre, la voiture ou la moto pour se rendre sur la Promenade. 15% y sont allés en vélo, 5% à pied et très peu (2%) sont venus en autobus (que ce soit par le RTC ou la nouvelle navette partant de l'avenue Maguire en haute ville).

Encore cette année, la majorité (63%) des automobilistes se sont stationnés dans les stationnements aménagés de la Promenade. Parmi les autres qui sont venus avec leur véhicule motorisé, 33% se sont garés en rive du boulevard Champlain et 4% dans les rues avoisinantes.

Notons que tous ces résultats sont similaires, peu importe l'âge et la provenance des répondants. Une seule exception : 89% des résidents de Lévis sont venus en voiture.

Aujourd'hui, comment vous êtes-vous rendu jusqu'à la PSC ?

| Plusieurs mentions possibles | 2013* (n=600) | 2015 (n=664) |
|--|------------------|-----------------|
| en auto - moto | 69% | 80% |
| en vélo | 21% | 15% |
| à pied | 7% | 5% |
| en autobus (RTC) | 2% | 1% |
| avec la navette (autobus) qui part de l'avenue Maguire | N/A | 1% |

Quel stationnement avez-vous utilisé?

| Base : les répondants qui sont venus en auto ou en moto | 2013 (n=415) | 2015 (n=529) |
|---|-----------------|-----------------|
| Stationnements aménagés | 50% | 63% |
| Stationnements en rive du boulevard Champlain | 37% | 33% |
| Les rues avoisinantes | 13% | 4% |

2. Habitudes de fréquentation

À l'été 2015, la durée moyenne d'une visite sur la Promenade était de 1 heure 50 minutes.

2.5 La fréquence et la durée des visites

Parmi l'ensemble des usagers interceptés sur le Promenade cet été, 53% s'y sont rendus de 1 à 5 fois entre le 1er janvier et le 23 août 2015 : 28% en étaient à leur première ou leur deuxième visite depuis janvier, et 25% y étaient déjà allés de 3 à 5 fois. En revanche, 47% étaient des habitués qui en étaient à plus de 5 visites.

- Parmi les visiteurs (de l'extérieur de la région), 83% en étaient à leur première ou deuxième visite en 2015.
- Parmi les locaux, ce sont évidemment les résidents de l'arrondissement Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge qui sont les plus assidus : 32% d'entre eux étaient déjà venus plus de 20 fois au moment de leur interception.

Par ailleurs, nous avons demandé aux usagers d'évaluer la durée approximative de leur promenade cette journée-là. En moyenne, les usagers y restent 1 heure 50 minutes : 34% environ une heure, 44% environ deux heures et 18% trois heures ou plus. Ces résultats sont similaires, peu importe la provenance ou le profil des usagers.

Cette année, combien de fois, au total, avez-vous utilisé la Promenade, en incluant aujourd'hui ?

| | 2013 (n=600) | 2015 (n=664) |
|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1-2 fois | 37% | 28% |
| 3-5 fois | 21% | 25% |
| 6-10 fois | 12% | 15% |
| 11-20 fois | 9% | 11% |
| Plus de 20 fois | 21% | 21% |
| Moyenne estimée | N/A | 9,5 |

Aujourd'hui, combien de temps pensez-vous passer sur la Promenade ?*

| | (n=664) |
|-----------------------------|------------|
| Environ 30 minutes ou moins | 4% |
| Environ 1 heure | 34% |
| Environ 2 heures | 44% |
| Environ 3 heures | 12% |
| Environ 4 heures | 4% |
| Environ 5 heures | 2% |
| 6 heures ou plus | 0% |
| Moyenne | 1 h 50 min |

3. Satisfaction et priorités d'amélioration

3. Satisfaction et priorité d'amélioration

La présente section portera sur la satisfaction à l'égard de la Promenade (3.1) et sur les améliorations souhaitées par les usagers pour l'éventuel prolongement de celle-ci (3.2).

3.1 Satisfaction générale

Comme en 2013, les usagers se montrent très satisfaits de la Promenade Samuel-De Champlain. Plus précisément, tous ceux que nous avons interceptés à l'été 2015 se sont dits très (82%) ou assez (18%) satisfaits. Si cette grande satisfaction est partagée par tous les usagers, les sous-groupes suivants sont encore plus nombreux à se dire très satisfaits (82% dans l'ensemble) :

- Les 55 ans et plus (90%) ;
- Ceux qui ont été interceptés le soir après 18h (89%);
- Les visiteurs (87%, contre 81% pour les locaux).

Encore cette année, le taux de satisfaction des usagers de la Promenade Samuel-De Champlain est exceptionnel.

En général, comme utilisateur(trice), est-ce que vous êtes très satisfait(e), assez satisfait(e), peu satisfait(e) ou très peu satisfait(e) de la PSC ?

| | 2013 (n=600) | 2015 (n=664) |
|------------------------|-----------------|-----------------|
| TOTAL SATISFAIT | 99% | 100% |
| Très satisfait(e) | 87% | 82% |
| Assez satisfait(e) | 12% | 18% |
| Peu satisfait(e) | 1% | 0% |
| Très peu satisfait(e) | 0% | 0% |

3. Satisfaction et priorité d'amélioration

L'idée d'une plage avec un bassin de baignade et d'ajouter de la restauration sont les plus populaires pour le prolongement de la Promenade.

3.2 Priorité d'amélioration pour le prolongement

En toute transparence, nous avons expliqué aux répondants que la Commission de la capitale nationale du Québec, qui gère la PSC, prévoyait prolonger la Promenade au cours des prochaines années. Puis, nous leur avons demandé quelles infrastructures devraient, selon eux, être ajoutées de façon prioritaire lors de ce prolongement.

D'une part, nous soumettions quatre propositions aux répondants, soit une plage avec un bassin de baignade, de la restauration, un miroir d'eau avec des jeux d'eau et de l'animation. Les deux premières propositions intéressent 48% des usagers. Le miroir d'eau et les jeux d'eau (33%) est la troisième plus intéressante à leurs yeux, suivie de l'animation, à 23%.

- Mentionnons que, parmi les usagers qui sont venus avec de jeunes enfants, 67% souhaitent qu'on ajoute un miroir et des jeux d'eau. Parmi les 15-34 ans, c'est de loin la plage et le bassin de baignade qui attire le plus (59%).

D'autre part, les répondants étaient aussi invités à fournir d'autres suggestions que celles mentionnées. La moitié (49%) d'entre eux se sont prévalus de cette invitation, surtout pour rappeler aux concepteurs de ne pas oublier d'ajouter des toilettes (20%). Les autres suggestions spontanées sont listées dans le tableau de droite.

La Commission de la capitale nationale du Québec, qui gère la PSC, prévoit prolonger la Promenade au cours des prochaines années. Lors de ce prolongement, lesquelles des infrastructures suivantes devrait-on ajouter selon vous?

| Plusieurs mentions possibles | (n=664) |
|--------------------------------------|---------|
| Une plage avec un bassin de baignade | 48% |
| De la restauration | 48% |
| Un miroir d'eau et des jeux d'eau | 33% |
| De l'animation | 23% |
| Autres suggestions (spontanées) | 49% |

| Autres suggestions spontanées* (49%) | |
|--|-----|
| Des toilettes | 20% |
| Des fontaines d'eau | 7% |
| Des aires familiales / des modules / terrains de jeux | 5% |
| Des bancs / des aires de repos / de pique-nique | 5% |
| Plus de végétation (arbres, fleurs, etc.) | 3% |
| Des abris contre le soleil / la pluie | 3% |
| Des chemins / passages piétonniers | 2% |
| De la restauration à prix abordable | 1% |
| Des pistes de béton pour le skatebord / patin | 1% |
| Divers services pour vélos (racks à vélos, pompe à air, réparateurs, location, etc.) | 1% |

4. La CCNQ et l'entretien de la Promenade

4. La CCNQ et l'entretien de la Promenade

La majorité des usagers (locaux comme visiteurs) sont convaincus que c'est la Ville de Québec qui est responsable de gérer et d'entretenir la Promenade Samuel-De Champlain.

4.1 Notoriété de la CCNQ en tant que gestionnaire de la PSC

Parmi l'ensemble des usagers de la PSC interrogés cet été, 21% ont pu nommer correctement et spontanément (sans choix de réponse) la CCNQ en tant que gestionnaire de la Promenade. Il s'agit d'une proportion statistiquement similaire à ce qu'on obtenait en 2013 pour la même question.

Parmi les usagers de la région (locaux), la notoriété de la CCNQ en tant que gestionnaire de la PSC est de 23%.

Depuis 2013, la confusion avec la Ville de Québec s'est intensifiée, alors que 59% pensent maintenant qu'il s'agit du gestionnaire (ils étaient 47% en 2013).

Selon vous, quel organisme gère et entretient la PSC ?*

| Mentions spontanées | 2013 (n=600) | TOTAL 2015 (n=664) | Locaux (n=601) | Visiteurs (n=63) |
|--|-----------------|--------------------------|-------------------|---------------------|
| La Ville de Québec | 47% | 59% | 58% | 67% |
| La Commission de la capitale nationale du Québec | 20% | 21% | 23% | 8% |
| Le gouvernement du Canada - les Plaines | 3% | 4% | 4% | 0% |
| Le gouvernement du Québec (en général) | 4% | 2% | 2% | 2% |
| La Communauté métropolitaine de Québec | 0% | 0% | 0% | 3% |
| Autres réponses | 0% | 2% | 2% | 2% |
| Je ne sais pas | 24% | 12% | 12% | 19% |

*Cette question était posée avant la question illustrée à la section 3.2, de sorte que la CCNQ n'avait pas encore été nommée.

5. Mesure d'achalandage

5. Mesure d'achalandage

Entre les mois de mai et octobre 2015, 45% de la population adulte de la région de Québec RMR ont fréquenté la Promenade Samuel-De Champlain.

Ils étaient 36% en 2013.

Méthode de calcul

La présente section du rapport servira à établir une estimation de la population totale des usagers de la Promenade Samuel-De Champlain à l'été 2015, ainsi que du nombre de visites correspondant. Pour établir cette mesure, nous avons procédé par triangulation, en combinant les résultats du sondage en face à face avec ceux provenant d'un sondage Web mené auprès des résidents de la région de Québec RMR.

Plus précisément, deux questions ont été insérées dans les sondages omnibus de Léger, mené auprès d'un échantillon de 1006 résidents de la région de Québec RMR. Ce sondage a été tenu du 5 au 16 octobre, soit à la fin de la saison centrale d'achalandage de la Promenade Samuel-De Champlain. À titre comparatif, mentionnons qu'un échantillon de 1006 répondants correspond à une marge d'erreur de +/- 3%, 19 fois sur 20.

Le tableau ci-dessous illustre les résultats de la première question omnibus. Ces résultats permettront d'estimer le nombre d'usagers (5.1) ainsi que le nombre de visites (5.2). Ces estimations sont détaillées à la page suivante.

Depuis le mois de mai dernier, avez-vous fréquenté la Promenade Samuel-De Champlain, le long du fleuve, en bas de la falaise et si oui, combien de fois environ ?

| | TOTAL (n=1006) | La Cité- Limoilou (n=149) | Ste-Foy- Sillery-Cap- Rouge (n=141) | Les Rivières (n=83) | Beauport (n=103) | Charles- bourg (n=101) | Haute-St- Charles (n=102) | Hors-ville (n=327) |
|-----------------------------------|-------------------|---------------------------------|--|------------------------|---------------------|------------------------------|---------------------------------|-----------------------|
| Non, je n'ai pas fréquenté la PSC | 54% | 48% | 36% | 61% | 65% | 68% | 55% | 56% |
| TOTAL OUI | 45% | 51% | 64% | 39% | 35% | 32% | 45% | 44% |
| Oui entre 1-2 fois | 30% | 30% | 38% | 28% | 30% | 25% | 37% | 27% |
| Oui entre 3-5 fois | 10% | 12% | 16% | 6% | 5% | 7% | 8% | 10% |
| Oui entre 6-10 fois | 3% | 3% | 4% | 3% | 1% | 1% | 0% | 4% |
| Oui entre 11-20 fois | 2% | 2% | 4% | 1% | 0% | 1% | 0% | 2% |
| Oui plus de 20 fois | 1% | 4% | 2% | 0% | 0% | 0% | 0% | 1% |

5. Mesure d'achalandage

Au total, plus de 300 000 personnes ont fréquenté la promenade entre les mois de mai et d'octobre 2015, ce qui équivaut à près de 3 millions de visites.

5.1 Le nombre d'utilisateurs

Le tableau ci-dessous illustre le calcul du nombre d'utilisateurs de la Promenade entre les mois de mai et d'octobre 2015.

| Variables du calcul | Source / Calcul | Population / Proportion |
|--|--|-------------------------|
| Population adulte de la région de Québec RMR | Communauté métropolitaine de Québec, Bulletin démographique, 2012. | 634 598 |
| Proportion des résidents de la région qui ont fréquenté la Promenade | Sondage omnibus | 45% |
| Nombre d'utilisateurs locaux estimé | 634 598 X 45% | 285 569 |
| Proportion des utilisateurs régionaux dans le total des utilisateurs | Sondage face à face | 91% |
| Nombre de visiteurs estimé | 285 569 X 9% / 91% | 23 243 |
| Nombre total d'utilisateurs | Locaux + visiteurs | 313 812 |

La Promenade aurait accueilli cet été environ 313 812 utilisateurs différents, soit plus de 30 000 personnes de plus qu'en 2013 (280 477).

5.2 Le nombre de visites

Le sondage en face à face nous permet d'aller plus loin et de déterminer le nombre de visites des utilisateurs. En moyenne, nous savons que les utilisateurs ont fréquenté la Promenade Samuel-De Champlain 9,5 fois. En projetant ces données sur le nombre d'utilisateurs, on peut estimer le nombre de visites:

| Nombre total d'utilisateurs | | Nombre moyen de visites par utilisateur | | Nombre total de visites (estimé) |
|-----------------------------|---|---|---|----------------------------------|
| 313 812 | × | 9,5 | = | 2 981 214 |

Au total, à l'été 2015, la Promenade aurait accueilli environ 3 millions de visites. En 2013, on comptabilisait environ 2,6 millions de visites.

5. Mesure d'achalandage

Parmi les résidents de la région qui se sont rendu sur la Promenade cet été, 74% y allaient pour marcher.

5.3 Les activités pratiquées

La section 2.1 du présent rapport nous a permis d'apprendre que, à l'été 2015, 58% des usagers qui se trouvaient sur la PSC y étaient pour faire de la marche, 28% pour regarder le paysage et s'asseoir et 19% pour faire du vélo. Ces données issues du sondage face à face regroupent tous les usagers interceptés (locaux et visiteurs). Maintenant, les données ci-dessous montrent les activités pratiquées par les usagers locaux (de la région de Québec RMR), qui ont répondu au sondage omnibus.

Lorsqu'on leur demande « Pour quelle activité, surtout, êtes-vous venu sur la Promenade Samuel-De Champlain ? », les usagers locaux fournissent les trois mêmes réponses que les usagers rencontrés cet été : la marche (74%), regarder le paysage (30%), puis le vélo (23%). Les autres activités sont listées dans le tableau ci-dessous.

Pour quelle activité, surtout, êtes-vous venu sur la Promenade Samuel-De Champlain ?

| Base : les répondants qui ont fréquenté la Promenade à l'été 2015 Plusieurs mentions possibles | TOTAL (n=457) | Hommes | Femmes | 18-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-64 | 65 + |
|---|------------------|--------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| De la marche | 74% | 69% | 80% | 76% | 77% | 78% | 71% | 74% | 70% |
| Regarder le paysage, s'asseoir | 30% | 31% | 29% | 29% | 31% | 26% | 24% | 26% | 41% |
| Du vélo | 23% | 28% | 18% | 14% | 28% | 22% | 24% | 34% | 16% |
| Un pique-nique | 9% | 7% | 11% | 14% | 5% | 15% | 9% | 7% | 6% |
| Aller au resto | 8% | 8% | 8% | 8% | 13% | 5% | 7% | 2% | 10% |
| Course-jogging | 7% | 8% | 7% | 5% | 13% | 11% | 11% | 4% | 1% |
| Autres choix | 5% | 5% | 5% | 8% | 7% | 3% | 5% | 2% | 3% |
| Patins à roues alignées | 4% | 5% | 2% | 3% | 7% | 9% | 2% | 1% | 1% |
| Lire | 2% | 2% | 2% | 1% | 0% | 2% | 2% | 8% | 1% |
| Du skate | 1% | 0% | 2% | 7% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| La pêche | 1% | 2% | 1% | 3% | 1% | 1% | 2% | 0% | 2% |

Faits saillants et Conclusions stratégiques

Faits saillants et conclusions stratégiques

Fréquentation et usage

Entre le 1^{er} mai et le 16 octobre 2015, on établit que plus de 300 000 usagers différents ont fréquenté la Promenade Samuel-De Champlain. Comme plusieurs usagers y sont allés plus d'une fois, ce nombre correspond à près de 3 millions de visites.

Il s'agit d'une hausse significative depuis 2013, alors qu'on parlait de 280 000 visiteurs et 2,6 millions de visites.

Pourtant, comme en 2013, près des trois quarts (72%) des usagers estivaux de la Promenade Samuel-De Champlain résident dans la ville de Québec, et 91% dans la grande région de Québec RMR (9% de visiteurs de l'extérieur).

Le profil des usagers a quelque peu évolué depuis 2013. Parmi les changements principaux, notons un certain rajeunissement de la clientèle : la proportion d'usagers de 55 à 64 ans a diminué au profit d'une augmentation des 25-44 ans. Autrement, le profil est assez similaire à celui de la population générale de la région de Québec, si ce n'est que le taux de diplômés universitaires y est plus élevé.

La majorité des usagers viennent sur la Promenade avant tout pour y marcher (58%). L'aspect contemplatif est aussi très important, puisque 28% y viennent tout simplement pour s'asseoir et regarder le paysage.

- Notons qu'en 2013, le vélo arrivait au deuxième rang des activités les plus pratiquées, alors qu'il est un peu moins populaire cette année : ce constat semble être le résultat d'une diversification des activités pratiquées sur la PSC depuis deux ans.

Aussi, comme en 2013 :

- La plupart des usagers estivaux de la Promenade y vont seuls (40%) ou en couple (40%).
- La voiture est encore le mode de transport privilégié par les usagers pour se rendre sur la Promenade (80%).

À l'été 2015, la durée moyenne d'une visite sur la Promenade était de 1 heure 50 minutes.

Faits saillants et conclusions stratégiques

Une satisfaction toujours à son comble...

Comme en 2013, les usagers se montrent très satisfaits de la Promenade Samuel-De Champlain. Plus précisément, la totalité des répondants interceptés à l'été 2015 se sont dits très (82%) ou assez (18%) satisfaits.

- Les sous-groupes suivants sont encore plus nombreux à se dire très satisfaits (82% dans l'ensemble) : les 55 ans et plus (90%) ; ceux qui ont été interceptés le soir après 18h (89%) et les visiteurs (87%, contre 81% pour les locaux).

... mais un gestionnaire méconnu.

La majorité (59%) des usagers (locaux comme visiteurs) sont convaincus que c'est la Ville de Québec qui est responsable de gérer et d'entretenir la Promenade Samuel-De Champlain. En 2013, ils étaient 47% à faire cette erreur.

- Au global, la notoriété de la CCNQ en tant que gestionnaire de la Promenade est de 21% parmi ses usagers, soit une proportion stable depuis deux ans.

Les souhaits des citoyens pour l'avenir de la Promenade : de l'eau et de la baignade.

Comme le montrent les résultats de cette étude, il ne fait aucun doute que les usagers sont satisfaits de la Promenade telle qu'elle est. Toutefois, lorsque nous demandons aux usagers quelles infrastructures devrait-on prioriser pour son éventuel prolongement, l'idée d'une plage avec un bassin de baignade et d'ajouter de la restauration sont les plus populaires (48% dans les deux cas). Ils insistent par ailleurs sur l'importance de ne pas oublier d'ajouter des toilettes.

- Mentionnons que, parmi les usagers qui sont venus avec de jeunes enfants, 67% souhaitent qu'on ajoute un miroir et des jeux d'eau. Parmi les 15-34 ans, c'est de loin la plage et le bassin de baignade qui attirent le plus (59%).

Annexes

Annexe 1 : Provenance détaillée

| Provenance des usagers | 2015 (n=664) |
|---|-----------------|
| LOCAUX | 91% |
| Ville de Québec | 72% |
| Sainte-Foy-Sillery-Cap-Rouge | 30% |
| La Cité-Limoilou | 14% |
| Beauport | 8% |
| Les Rivières | 8% |
| Charlesbourg | 8% |
| La Haute-Saint-Charles | 3% |
| Dans la région de Québec, mais à l'extérieur de la ville de Québec | 19% |
| Lévis | 12% |
| Autres ville (Couronne Nord) | 7% |

| Provenance des usagers | 2015 (n=664) |
|--|-----------------|
| VISITEURS | 9% |
| Ailleurs dans la province de Québec | 6% |
| Montréal RMR | 3% |
| Autres régions | 3% |
| Dans une autre province canadienne | 1% |
| Ontario | <1% |
| Nouveau-Brunswick | <1% |
| À l'extérieur du Canada | 2% |
| États-Unis | <1% |
| France | <1% |

Liste des codes postaux (résidents du Québec seulement)

| | | | | | | | | | |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| G0A | G1G | G1V | G2K | G3J | G6E | G6Z | H1B | J0N | J5Y |
| G0C | G1H | G1W | G2L | G3K | G6G | G7A | H1M | J0P | J6X |
| G0L | G1J | G1X | G2M | G3L | G6J | G7H | H2E | J0W | J6Y |
| G0M | G1K | G1Y | G2N | G4R | G6K | G7X | H2R | J2G | J7C |
| G0N | G1L | G2A | G2V | G5A | G6L | G8B | H2S | J3H | J7E |
| G0R | G1M | G2B | G3A | G5C | G6P | G8L | H2Z | J3V | J8E |
| G0S | G1N | G2C | G3B | G5L | G6T | G8T | H3S | J3Y | |
| G0X | G1P | G2E | G3C | G5V | G6V | G8Y | H7N | J4B | |
| G1B | G1R | G2G | G3E | G5Y | G6W | G9A | J0B | J4G | |
| G1C | G1S | G2H | G3G | G6B | G6X | G9B | J0E | J4V | |
| G1E | G1T | G2J | G3H | G6C | G6Y | G9P | J0K | J5A | |

www.leger360.com

Pour plus d'information sur cette étude :

Cynthia Darisse

Chargée de projet

 cdarisse@leger360.com

Léger | Recherche • Stratégie • Conseil
580-580, Grande Allée Est Québec (Québec) G1R 2K2

 418 522-7467

Léger

RECHERCHE • STRATÉGIE • CONSEIL

ANNEXE 3

Étude sur la station du Foulon de la promenade Samuel-De Champlain, décembre 2014



ÉTUDE SUR LA STATION DU FOULON DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN

Présentée à

la Commission de la capitale nationale du Québec

Avec la participation financière de



RAPPORT FINAL

4 décembre 2014

Par :

Monsieur Laurent Bourdeau, Ph.D.
Université Laval

Madame Pascale Marcotte, Ph.D.
Université du Québec à Trois-Rivières

Monsieur Guy Mercier, Ph.D.
Université Laval

Avec la collaboration de :
Madame Michelle Bélanger
Candidate au doctorat en sciences géographiques à l'Université Laval

Madame Isabelle Falardeau
Candidate à la maîtrise en sciences géographiques à l'Université Laval

Table des matières

| | |
|---|----|
| RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE..... | 4 |
| Un projet qui pourrait accroître l'attractivité touristique de Québec..... | 4 |
| Les destinations utilisent les piscines ou les bassins pour se distinguer au niveau touristique..... | 4 |
| Un site multifonctionnel qui peut accroître le positionnement touristique de Québec | 5 |
| Un projet qui s'inscrit dans le développement de l'offre touristique de Québec..... | 6 |
| Un projet novateur | 6 |
| Un site sur lequel peut se développer une offre touristique diversifiée | 7 |
| Un projet bénéfique pour la communauté d'affaires et les résidents | 8 |
| Des retombées économiques et des dépenses touristiques directes positives..... | 8 |
| INTRODUCTION..... | 10 |
| MÉTHODOLOGIE | 11 |
| ÉTAT DE LA SITUATION..... | 12 |
| OBJECTIF SPÉCIFIQUE 1 : Des exemples d'équipements littoraux structurants et remarquables..... | 15 |
| OBJECTIF SPÉCIFIQUE 2 : Les caractéristiques du projet et la comparaison avec d'autres sites | 23 |
| Caractéristiques du site | 23 |
| Attributs récréatifs | 25 |
| Positionnement touristique..... | 26 |
| OBJECTIF SPÉCIFIQUE 3 : La station du Foulon, un équipement cohérent avec la stratégie de commercialisation touristique et à la mesure d'une destination de calibre internationale..... | 28 |
| OBJECTIF SPÉCIFIQUE 4 : Innovations touristiques et attractivité du littoral..... | 32 |
| Innovations touristiques..... | 32 |
| L'attractivité et le produit d'appel | 33 |
| La promenade comme extension du tourisme urbain..... | 33 |
| Touristes urbains, touristes nationaux et résidents | 34 |
| Aménagement et attractivité..... | 35 |
| Paysage et attractivité touristique | 37 |
| L'attractivité du littoral | 37 |
| L'impact du projet de la promenade Samuel-De Champlain sur le paysage..... | 38 |
| Le paysage touristique | 41 |
| Les attributs de la destination | 42 |
| OBJECTIF SPÉCIFIQUE 5 : Images de la promenade et attractivité | 44 |
| Attractivité et image : le rôle des représentations photographiques | 44 |
| L'analyse comparative des images disponibles sur les réseaux sociaux | 45 |
| Promenade Samuel de Champlain | 47 |

| | |
|--|----|
| Popularité touristique | 47 |
| Images en circulation | 47 |
| OBJECTIF SPÉCIFIQUE 6 : Des produits touristiques sur la scène de la station du Foulon | 49 |
| L'hiver | 49 |
| L'automne et le printemps | 51 |
| Les croisières-excursions et croisières fluviales | 51 |
| Animations nocturnes | 52 |
| Événements sportifs et activités contemplatives..... | 53 |
| Un remonte-vélo | 55 |
| Activités d'interprétation ou de visites | 55 |
| Services et produits complémentaires | 56 |
| OBJECTIF SPÉCIFIQUE 7 : « Le produit fleuve » | 57 |
| La promenade : une « route touristique » | 57 |
| Une « route touristique » pour créer des partenariats..... | 57 |
| La promenade associée au tourisme industriel..... | 58 |
| Le tourisme industriel | 58 |
| Le patrimoine industriel dans les projets de revitalisation de littoraux | 59 |
| Pourquoi et comment intégrer la mise en valeur du patrimoine industriel ? | 59 |
| OBJECTIF SPÉCIFIQUE 8 : Les bénéfices pour les résidents et les touristes | 61 |
| La promenade, un site bénéfique pour les résidents..... | 61 |
| Les bénéfices liés au bassin | 62 |
| OBJECTIF SPÉCIFIQUE 9 : Estimations des dépenses touristiques..... | 63 |
| Les retombées ou les impacts économiques des projets à travers le monde..... | 63 |
| Le rôle de l'animation et des événements | 63 |
| Des retombées et des impacts touristiques directs et positifs | 64 |
| Des impacts provenant de projets immobiliers ou d'investissements privés..... | 65 |
| Les retombées économiques associées à la construction du projet | 67 |
| Les dépenses touristiques estimées pour la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain..... | 69 |
| La durée de la présence des utilisateurs | 69 |
| Les dépenses de 2013 et de 2014..... | 70 |
| La proportion de visiteurs et de touristes pour 2013 et 2014..... | 70 |
| Les dépenses suite à la réalisation de la phase 3 | 71 |
| RÉFÉRENCES..... | 74 |

Liste des figures

| | |
|---|----|
| Figure 1 : Un chapelet de projets sur le littoral | 13 |
| Figure 2 : Un pôle touristique | 14 |
| Figure 3 : Quai des Cageux, selon la perspective du navigateur/croisiériste | 24 |
| Figure 4 : Fonctionnalité des aménagements (Promenade de front de mer, Barcelone) | 36 |
| Figure 5 : La socialisation dans les aménagements (Dieppe, France) | 37 |
| Figure 6 : Le projet de miroir d'eau de la Promenade Samuel-De Champlain | 39 |
| Figure 7 : Paysage du fleuve à partir du point d'observation du pont de Québec | 39 |
| Figure 8 : Paysage du fleuve à partir du point d'observation de la promenade Samuel de Champlain (quai des Cageux) | 40 |
| Figure 9 : Sites de la phase 3 | 40 |
| Figure 10 : Capture d'écran d'une recherche Flickr sur la Promenade | 48 |
| Figure 11 : Capture d'écran d'une recherche Instagram sur la Promenade | 48 |
| Figure 12 : Rotary Centennial Pond (Burlington) | 50 |
| Figure 13 : Badeschiff (Berlin) | 50 |
| Figure 14 : La Promenade, l'automne | 51 |
| Figure 15 : La promenade Samuel-De Champlain, de nuit | 53 |
| Figure 16 : Espace de location (Dieppe, France) | 54 |
| Figure 17 : Quais sur les berges de Verdun | 54 |
| Figure 18 : The Trampe Cyclocable, Trondheim, Norvège | 55 |

Liste des tableaux

| | |
|---|----|
| Tableau 1: Synthèse des attraits et caractéristiques de destinations touristiques ayant mis en valeur leur littoral | 18 |
| Tableau 2 : La promenade Samuel-De Champlain et les axes de développement touristique du Québec | 30 |
| Tableau 3 : Regard paysager et attractivité touristique | 42 |
| Tableau 4 : Les attributs de l'attractivité de la promenade Samuel-De Champlain | 43 |
| Tableau 5 : Synthèse des études de retombées pour des projets et des parcs urbains littoraux | 66 |
| Tableau 6 : Dépenses estimées des utilisateurs de la promenade Samuel-De Champlain pour 2013 et 2014 | 71 |
| Tableau 7 : Dépenses liées à la réalisation de la phase 3 | 73 |

RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE

L'objectif de l'étude consiste à évaluer le pouvoir d'attractivité touristique de la station du Foulon de la promenade Samuel-De Champlain. De façon spécifique, cette étude vise à évaluer la capacité de ce projet à générer un développement d'activités nouvelles et à évaluer les impacts touristiques de la promenade. Ce résumé présente les principaux constats et résultats de l'étude.

La méthodologie de l'étude a été élaborée par les membres de l'équipe de recherche. Plus de 40 sites urbains aménagés le long d'un littoral en Amérique et à l'étranger ont été répertoriés et analysés. Une analyse comparative a été réalisée en tenant compte; a) des caractéristiques et des équipements des sites étudiés, b) des activités touristiques offertes sur ces sites, c) de la commercialisation de ces sites ou des activités par les offices de tourisme, d) des images transmises sur les réseaux sociaux par les visiteurs et e) des études de retombées économiques disponibles pour ces sites. Finalement, les dépenses touristiques directes ont été estimées pour la réalisation de la phase 3 du projet de la station du Foulon de la promenade Samuel-De Champlain.

Un projet qui pourrait accroître l'attractivité touristique de Québec

Les sites du littoral déjà aménagés et les secteurs qui seront réaménagés, notamment la station du Foulon, s'ils sont bonifiés et mis en valeur par le biais d'une offre d'activités d'animation, de produits et de services divers, pourraient représenter un pôle touristique majeur pour la ville et la région de Québec.

La réalisation de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain permettra un arrimage avec l'offre touristique du Vieux-Québec, la consolidation du « produit fleuve » et la création d'une offre significative au plan récréatif et touristique. L'attractivité touristique est en effet tributaire de l'atteinte d'un niveau d'offre significatif permettant de déclencher le désir de visiter ou de fréquenter un site.

L'attractivité touristique de la promenade Samuel-De Champlain pourrait être accrue par; a) l'ajout d'un équipement iconique, soit l'aménagement d'une plage protégée, d'un miroir d'eau et d'un bassin de baignade, et b) par les activités et événements qui seront réalisés sur le site par les entreprises touristiques et les partenaires de la région.

Les destinations utilisent les piscines ou les bassins pour se distinguer au niveau touristique

L'analyse de sites comparables à celui du projet de la promenade Samuel-De Champlain, nous permet d'affirmer que :

- le plus souvent, les sites offrant des miroirs d'eau (ou des jeux d'eau) n'offrent pas de piscine (offre exclusive);
- les piscines tentent de se distinguer les unes des autres par des caractéristiques spécifiques (ex. la plus longue piscine au pays, la plus grande piscine à l'eau salée).

Parmi la quarantaine de sites étudiés, une dizaine positionne son aménagement comme étant un produit d'appel. Il s'agit pour la plupart de « petites » destinations, où l'impact du parc urbain est majeur. A contrario, pour une destination comme Paris, les espaces littoraux se présentent comme des produits touristiques complémentaires. Les destinations définissant clairement leur image touristique à partir de leur situation littorale utiliseront largement les bassins urbains dans leurs outils promotionnels (ex. Sydney). Elles misent alors sur un effet de congruence entre l'image principale qui les définit et les produits ou services développés.

En considérant les particularités de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain, les sites documentés partageant le plus de points en commun sont :

- Brooklyn Bridge Park (New York, États-Unis) : avec qui Québec partage un climat comparable et des équipements semblables ;
- Parc Jean-Drapeau (Montréal) : du fait qu'il est excentré du centre-ville, ce qui entraîne la nécessité d'emprunter le pont ou le métro; et qu'il partage le même climat et des équipements semblables (piscine) ;
- Burlington (Ontario): qui possède un climat et des équipements semblables, la présence d'un miroir d'eau et la prise en compte de la saison hivernale ;
- Minneapolis (Minnesota, États-Unis) : qui présente un climat et des équipements semblables, ainsi qu'une contrainte de saisonnalité.

Un site multifonctionnel qui peut accroître le positionnement touristique de Québec

Le projet de la promenade Samuel-De Champlain peut être qualifié de parc urbain littoral. Ce projet s'inscrit ainsi dans une tendance mondiale de réappropriation et de réaménagement des berges fluviales. Au niveau international, la multifonctionnalité des sites apparaît comme une condition de réussite et de rentabilité de l'espace aménagé. Par son caractère multifonctionnel, le projet de la promenade Samuel-De Champlain rencontre cette dimension.

Le patrimoine esthétique, historique et portuaire représente l'une des caractéristiques distinctives de la promenade Samuel-De Champlain. Le projet de prolongement de la phase 3 comporte en effet un grand potentiel de mise en valeur patrimoniale. L'accent porté sur l'unicité du fleuve Saint-Laurent et de Québec dans la réalisation du projet représente un des aspects positifs attribuables au projet d'expansion de la promenade Samuel-De Champlain.

Sur le plan touristique, le projet est confronté à deux défis : la saisonnalité marquée du climat québécois et l'emplacement relativement excentré par rapport aux attraits principaux du Vieux-Québec. Ces défis peuvent et doivent être surmontés afin d'accroître la fréquentation du site.

L'analyse des sites répertoriés nous permet d'affirmer que certaines considérations de mise en valeur du bassin et du miroir d'eau proposés à la promenade Samuel-De Champlain pourraient favoriser son adoption et sa reconnaissance par les utilisateurs. On peut notamment mentionner l'importance; a) d'animer ces équipements par des activités et des événements (ex : manifestations culturelles ou sportives) et b) d'utiliser l'image de ces équipements dans la promotion du site et de la ville de Québec.

La réalisation du projet permettra le développement d'un site multifonctionnel sur lequel pourrait se dérouler une grande diversité d'activités. Cet élément apparaît fondamental au niveau de la rentabilité. C'est en effet par la bonification d'activités disponibles et l'établissement de partenariat avec les organisations et les commerces situés à proximité de la promenade, que les touristes pourraient allonger la durée de leur visite du site, de la région de Québec, et augmenter le montant des dépenses qu'ils consacrent à leur divertissement.

Dans sa forme actuelle, le site de la promenade Samuel-De Champlain se positionne comme un site touristique complémentaire aux sites touristiques forts et phares de la destination de Québec.

Un projet qui s'inscrit dans le développement de l'offre touristique de Québec

Le projet de la promenade Samuel-De Champlain s'inscrit dans la stratégie de commercialisation touristique québécoise. Il trouve sa place dans les grands axes de positionnement du rapport du Comité de performance de l'industrie touristique (2011), et répond également à 3 des 4 grands axes du Plan de développement touristique 2012-2020 du ministère du Tourisme (Gouvernement du Québec, 2012). Finalement, il s'inscrit dans le Plan de développement de l'offre et de la mise en marché 2014-2016 de la destination touristique de Québec (Office de tourisme de Québec [OTQ], 2013).

Ainsi, le projet apparaît pertinent selon l'axe stratégique « Québec, branchée sur le fleuve » et selon l'axe « Québec, nature à proximité » (OTQ, 2014). Les investissements dans le projet de la promenade Samuel-De Champlain apparaissent non seulement conformes à la vision touristique de l'industrie touristique, mais ils sont également identifiés comme des projets prioritaires de l'OTQ (OTQ, 2013). Soulignons que ce projet intègre des éléments des axes de développement et de mise en valeur du fleuve Saint-Laurent, et ce, tel que présenté dans le cadre de « Québec destination 2020 » de l'Office de tourisme de Québec (OTQ, 2013).

Un projet novateur

L'aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain s'inscrit comme une forme d'innovation pouvant accroître l'attractivité de la destination. Les équipements et les aménagements projetés (miroir d'eau, bassin et plage) offrent la possibilité de créer de nouveaux produits touristiques qui pourraient ouvrir de nouveaux marchés. La mise en place de la promenade comme forme de « route touristique » permettrait de relier, d'est en ouest, différents attraits. Elle se présente ainsi à la fois comme un soutien aux autres attraits touristiques, par l'accessibilité qu'elle met en place, mais également comme un « produit » ou un attrait en elle-même.

Le projet de la promenade Samuel-De Champlain possède les caractéristiques pour attirer des touristes ou pour inciter les touristes à visiter Québec. Ce projet pourrait contribuer à l'attractivité de la destination touristique de Québec, car le site peut être qualifié de fonctionnel. Il est en effet accessible et branché sur le produit d'appel qu'est le quartier historique du Vieux-Québec. Le projet pourrait également contribuer à l'attractivité touristique par sa dimension esthétique. L'ensemble du projet d'aménagement prend en compte le décor et le paysage de la destination, deux éléments qui incitent les touristes à visiter une destination, ce qui pourrait augmenter la dimension spectaculaire du cours d'eau. Finalement, le projet offre une mixité des usages (ex. marche, vélo) et des usagers. Il offre la possibilité de répondre aux besoins de différents segments de clientèles.

L'attractivité d'une destination se traduit également par la capacité d'une destination à susciter l'intérêt des touristes, notamment par les outils de communications et de promotion sur Internet. L'analyse des images sur Internet démontre que les bassins les plus populaires sur le plan touristique sont tous situés dans des environnements distinctifs et donnent vue sur un paysage aux qualités esthétiques et identitaires marquées (ex. piscines de Kitsilano [Vancouver], de North Sydney [Sydney, Australie]). Le bassin de la phase 3 possède quelques similarités avec ces derniers : il va lui aussi s'inscrire dans un environnement assez distinctif donnant vue sur le fleuve Saint-Laurent et sur le pont de Québec. Cependant, afin que le bassin de la promenade obtienne une popularité semblable aux bassins les plus populaires et devienne une icône sur le plan touristique, le développement d'activités ou d'animation sur le lieu apparaît primordial.

Le paysage environnant joue un rôle majeur dans l'attractivité des miroirs d'eau. Pour que le miroir d'eau de la phase 3 ait la possibilité de devenir un attrait remarquable, il est essentiel que les éléments reflétés caractérisent le site (ex. un bâtiment patrimonial ou une sculpture).

L'analyse des images sur Internet démontre que le paysage dans lequel s'inscrit une activité a autant d'importance que l'activité elle-même. Ces sites ne sont pas simplement populaires pour ce qu'ils offrent comme activités; ils sont d'autant plus populaires parce qu'ils offrent une activité se produisant dans un lieu exceptionnel, qui vaut le déplacement.

Un site sur lequel peut se développer une offre touristique diversifiée

Le site de la promenade Samuel-De Champlain pourrait permettre l'offre d'activités ou de produits touristiques pendant toute l'année. En effet, l'analyse comparative des sites urbains aménagés le long d'un littoral démontre que des activités ou des produits touristiques peuvent être offerts pendant la saison hivernale. Québec pourrait s'inspirer de ces réalisations internationales afin de rentabiliser les investissements du projet de la promenade Samuel-De Champlain. Le bassin pourrait également jouer un rôle majeur pendant la saison hivernale et être associé à des activités contrastantes ou complémentaires avec l'hiver. En plus des activités touristiques hivernales, les paysages d'automne et de printemps pourraient être utilisés afin d'accroître l'attractivité du site. Pour les clientèles internationales, les coloris d'automne sont spectaculaires.

L'analyse comparative des sites urbains aménagés le long d'un littoral démontre que l'offre touristique est associée à des activités nautiques et cherche à favoriser la mobilité par transport fluvial. L'offre touristique de la promenade Samuel-De Champlain pourrait également inclure des activités nautiques. Les croisières-excursions et les croisières fluviales représentent des produits permettant d'accroître le nombre de touristes vers la destination et présentent un potentiel important pour le développement de nouveaux produits touristiques (ex. excursions sur le fleuve). Finalement, certains emplacements pourraient être aménagés de façon à faciliter la mobilité par transport fluvial, élément qui pourrait augmenter l'attractivité touristique (ex. bateau-taxi).

À l'instar de certains sites en Amérique ou à l'étranger, l'offre touristique de la promenade Samuel-De Champlain pourrait être associée à des activités nocturnes. Ces activités sont propices à la prolongation du séjour, les touristes y participant choisissant souvent de s'héberger sur place. Compte tenu de son expertise en matière de mise en lumière, la Commission de la capitale nationale du Québec pourrait poursuivre ses interventions en matière d'éclairage et créer un paysage nocturne sur la promenade et le bassin.

Le site de la promenade Samuel-De Champlain pourrait être utilisé comme espace événementiel, notamment pour la tenue d'événements sportifs, de prestations culturelles ou d'activités contemplatives, comme un lieu où les visiteurs peuvent se détendre, louer des équipements ou un espace de rangement temporaire, y trouver des services (ex. de restauration) ou des produits complémentaires (ex. vente de maillots de bain ou location de parasols).

Un projet bénéfique pour la communauté d'affaires et les résidents

La promenade Samuel-De Champlain peut se développer comme une « route touristique » offrant des services et où se dérouleront diverses activités. Pour les organisations touristiques qui s'y associent, le projet pourrait alors représenter l'occasion de créer des partenariats d'affaires, notamment par l'offre de services complémentaires permettant d'animer la promenade.

En plus des bénéfices que pourront retirer les partenaires de l'industrie touristique, la réalisation de ce projet pourra accroître la qualité de vie des résidents. Ces nouveaux aménagements pourraient en effet se traduire par des bénéfices sur le plan social, environnemental, esthétique et économique. Les résidents retireront notamment des bénéfices du bassin et du miroir d'eau, équipements pouvant accroître la mise en forme et le bien-être, physique et psychologique, des utilisateurs.

Des retombées économiques et des dépenses touristiques directes positives

Le projet peut apporter deux types de retombées économiques, celles associées à la construction (dépenses directes et indirectes de l'aménagement) et celles générées suite à la réalisation du projet, notamment par les activités touristiques qui s'y dérouleront (dépenses touristiques directes).

L'analyse comparative des sites étudiés permet d'affirmer que la réalisation de sites aménagés le long d'un littoral en milieu urbain - comportant un bassin, une piscine ou un miroir d'eau - ont des retombées économiques positives ou génère de nouvelles dépenses touristiques directes. Nous pouvons mentionner les retombées économiques du Baltimore Inner Harbour (Maryland, États-Unis), qui se chiffrent à 2,3 milliards de dollars en 2012, dont 1,5 milliard de dollars de retombées directes et 102 millions de dollars en revenus fiscaux. Dans le cas du Parc Jean-Drapeau (Montréal), les retombées économiques sont estimées à 120 millions de dollars (Société du Parc Jean-Drapeau, 2011). Dans le cas de la ville de Nantes (France), le développement d'un parcours culturel et événementiel du Canal Saint-Félix, a permis une augmentation de la fréquentation touristique pour l'année 2012 de 24 % par rapport à l'année précédente et des retombées directes de 48,5 millions d'euros. Si l'analyse comparative des sites fait ressortir de façon générale des impacts économiques positifs, il faut prendre bonne note que la nature et les caractéristiques des projets diffèrent. Certains projets ont été développés autour de projets immobiliers ou commerciaux, offrent des activités touristiques, sportives ou culturelles en grands nombres ou sont situés près - ou excentrés - d'un centre-ville.

Dans le cadre de cette étude, nous avons estimé les dépenses directes que pourrait apporter la réalisation du projet sur le plan de l'attractivité touristique. Cette estimation représente une hypothèse dont la réalisation est tributaire des activités offertes et de la réalisation de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain. L'intérêt des dépenses touristiques se trouve dans l'apport « d'argent frais » provenant des touristes, notamment des touristes étrangers, qui n'aurait pas été injecté dans l'économie par les résidents. Il est estimé qu'en prolongeant la visite des utilisateurs sur la promenade Samuel-De Champlain à une demi-journée par l'offre d'activités et de services complémentaires, les dépenses annuelles générées seraient au moins de 29 millions de dollars (voir tableau 7).

INTRODUCTION

La Commission de la capitale nationale du Québec (CCNQ), en collaboration avec le ministère des Transports du Québec et la Ville de Québec planifient la troisième phase du projet d'aménagement de la promenade Samuel-De Champlain. Si les deux premières phases ont été des succès, tant de foule que d'estime, la troisième phase engage des investissements importants¹, dont il importe d'évaluer les impacts et retombées, notamment d'un point de vue touristique.

Cette recherche vise à documenter les impacts touristiques de la troisième phase d'aménagement. De façon particulière, cette recherche vise à saisir comment ces investissements contribueront à accroître l'attractivité touristique de la Capitale-Nationale et à favoriser le développement de nouveaux produits touristiques qui prendraient forme grâce au développement du projet.

Cette troisième phase comporte plusieurs aménagements, dont la construction d'un bassin de baignade et d'un miroir d'eau. Cette recherche s'attarde spécifiquement à ces équipements, afin d'évaluer leur effet d'amplitude sur l'attractivité de la destination touristique, non seulement à cause de leur caractère spectaculaire, mais aussi par la mise en valeur du fleuve qu'ils offrent. En d'autres mots, il s'agira de s'assurer que, à titre d'icônes visuelles, leur construction apportera une réelle valeur ajoutée en contribuant à l'attraction, la promotion et la commercialisation de la destination.

Afin de répondre à ces questions, neuf objectifs ont été établis, objectifs qui serviront de structure au rapport. Après un bref état de la situation, le lecteur trouvera donc 1) une analyse et 2) un positionnement de la promenade par rapport à des sites comparables, 3) une mise en lien du projet avec les objectifs touristiques de la région et du Québec, 4) un examen de l'attractivité touristique du projet, 5) une analyse des images diffusées sur les réseaux sociaux, 6) l'identification de produits touristiques complémentaires et notamment 7) d'un « produit-fleuve ». Les deux dernières sections font état 8) des bénéfices pour les touristes et les résidents et 9) d'une estimation des dépenses touristiques du projet.

1. Rappelons que cette phase du projet inclut le réaménagement du boulevard Champlain et le déplacement de la voie ferrée, un aménagement paysager et des stationnements sur les terrains municipaux en bas de la côte de Sillery, la consolidation du quai Frontenac et la mise en valeur des secteurs de l'anse Saint-Michel et de la plage du Foulon.

MÉTHODOLOGIE

La démarche méthodologique de l'étude a été élaborée par les membres de l'équipe de recherche et vise à répondre aux objectifs de la recherche.

Dans un premier temps, une revue de la littérature fut réalisée à partir de bases de données contenant des documents scientifiques ou professionnels. Par la suite, plus de 40 sites urbains aménagés le long d'un littoral en Amérique ou à l'étranger ont été répertoriés et analysés à l'aide d'une analyse de contenu (Voir Annexe A). Les sites étudiés ont été choisis selon les critères suivants : a) s'ils se trouvent en milieu urbain, b) le long d'un cours d'eau, c) offrent une piscine, un miroir d'eau, ou un accès à une plage ou à un plan d'eau et d) selon le climat. L'analyse de contenu a permis d'identifier les caractéristiques, les équipements et les activités offertes sur chacun des sites.

Dans un troisième temps, les sites web des offices de tourisme des villes où se trouvent ces sites urbains ont été analysés. Cette analyse de contenu visait à identifier a) les sites ou les équipements de ces sites (ex. piscine, un miroir d'eau) qui sont utilisés comme produit d'appel ou b) dont les activités sportives, culturelles ou patrimoniales, qui se déroulent sur ces sites, sont utilisées à des fins promotionnelles par les offices de tourisme pour l'attractivité de la ville.

Dans un quatrième temps, une analyse des photos disponibles sur les réseaux sociaux en lien avec les sites urbains aménagés le long d'un littoral en Amérique ou à l'étranger, fut réalisée. Cette analyse a permis d'évaluer le degré de partage des photos par les touristes. Un des objectifs de cette démarche consiste à évaluer l'intérêt « populaire » de ces sites dans l'attractivité du territoire sans tenir compte d'une démarche de commercialisation orchestrée par les offices de tourisme.

Une analyse comparative a par la suite été réalisée en tenant compte a) des caractéristiques et des équipements des sites étudiés, b) des activités touristiques offertes sur ces sites, c) de la commercialisation de ces sites ou des activités par les offices de tourisme et d) des images transmises sur les réseaux sociaux par des touristes. Cette analyse visait notamment à comparer le projet d'aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain avec les autres sites. La collecte de données et leurs analyses, comme des entretiens avec des experts internationaux, furent réalisées entre le 22 juin et le 15 septembre 2014.

Pour chacun des sites urbains aménagés le long d'un littoral en Amérique ou à l'étranger, une analyse de données secondaires a été réalisée afin de répertorier les études de retombées économiques ou des dépenses touristiques. Finalement, les dépenses touristiques directes ont été estimées à partir d'une hypothèse pour les activités touristiques de la promenade Samuel-De Champlain.

ÉTAT DE LA SITUATION

Débuté depuis quelques années, le réaménagement du littoral sur les pourtours de la ville de Québec a permis la reconquête des berges du fleuve Saint-Laurent. La poursuite de ce projet de réaménagement pourrait, à terme, relier le Parc de la Chute-Montmorency à l'est, au Parc nautique de Cap-Rouge à l'ouest, voire même s'étendre à la Rive-Sud (CCNQ, 2005).

Certains espaces de cet itinéraire ont déjà été mis en valeur par des aménagements ou des réaménagements. À l'ouest, l'aménagement du parc linéaire de la Plage-Jacques-Cartier en 1991 transformait déjà le littoral de la région de Québec de manière à favoriser sa fréquentation à des fins récréatives. Il en va de même pour le secteur de l'Anse Brown (Port de Québec, s.d.[a]) et celui de la baie de Beauport, mis en valeur par des réaménagements effectués à l'occasion du 400^e anniversaire de la ville en 2008. On peut également souligner les projets d'embellissement et de requalification réalisés à l'agora du Port (Ville de Québec, 2013).

Concernant l'aménagement de la promenade Samuel-De Champlain, et en raison de l'ampleur du projet, la réalisation a été scindée en plusieurs phases de mise en œuvre (CCNQ, 2005). La phase 1, qui s'étend du Quai des Cageux au pied de la côte de Sillery a été complétée comme legs pour la prospérité à l'occasion du 400^e anniversaire de la ville de Québec (CCNQ, 2005). La phase 2, le sentier des Grèves, relie depuis juin 2012 le parc de la Plage-Jacques-Cartier et le domaine des Retraités du CN par un réseau de sentiers nature et d'escaliers aménagés de promontoires surplombant la falaise. Le second tronçon du Sentier des Grèves entre le domaine des Retraités du CN et le quai des Cageux s'amorce au moment de rédiger ce rapport². « Les 800 mètres restants, qui correspondent à la section en forte pente, seront réaménagés et dotés d'un mur antiéboulis. (...) Le sentier des Grèves, qui part de la plage Jacques-Cartier, sera connecté à la promenade actuelle » (Morin, 2014). C'est dans la continuité de ces aménagements que la phase 3 du projet, qui couvre le littoral de la côte de Sillery à la côte Gilmour, trouvera leur place.

D'autres projets sont également au stade de conception et de planification. Ils seront vraisemblablement réalisés selon un échéancier similaire à celui de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain. C'est le cas du projet de la Promenade portuaire du Foulon, mené par le Port de Québec, qui se veut le trait d'union entre la ville, le fleuve et le port. Ce projet apparaît comme le « prolongement de la promenade Samuel-De Champlain » à titre de « nouvel espace urbain prisé » (Port de Québec, s.d.[b].) jusqu'au Vieux-Québec, revitalisant ainsi la section allant de la côte Gilmore à l'Anse Brown. Le début des travaux de la Promenade portuaire est prévu pour 2016 (Port de Québec, s.d.[b]), concomitamment à ceux de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain, mais aussi aux projets de réaménagement complet du secteur de la rue Dalhousie et des quais de croisière. Ajoutons finalement le plan de mise en valeur de la Société des établissements de plein air du Québec (Sépaq) au

2. Fin août 2014.

Parc de la Chute-Montmorency, un plan échelonné jusqu'en 2017, et qui prévoit entre autres la construction d'un hôtel (Genois Gagnon, 2014).

Au-delà du parcours linéaire sur le littoral nord du fleuve Saint-Laurent, on peut également considérer certains prolongements qui peuvent rayonner dans les espaces connexes du projet. C'est par exemple le cas de l'Aquarium de Québec, attraction touristique majeure de la région, facilement associable par sa proximité et des thématiques communes. On peut aussi mentionner l'arrondissement historique de Sillery et sa rue commerçante Maguire, qui deviendront facilement accessibles grâce à la reconstruction de la côte de Sillery et l'ajout d'un escalier. C'est également le cas pour le parc des Champs-de-Bataille dont l'accessibilité sera améliorée par la reconstruction de la chaussée et les ajouts d'accès piétons et cyclistes en cours. Finalement, la rive sud constitue une extension naturelle du parcours de la rive nord puisqu'elle est reliée par le traversier de Québec à Lévis et que son littoral est déjà aménagé d'une piste et d'une voie cycliste et piétonne jusqu'au pont de Québec (voir figure 1).

Figure 1: Un chapelet de projets sur le littoral



Source : Inspiré de CCNQ (2005).

La combinaison des sites du littoral déjà aménagés et des secteurs qui seront réaménagés selon les projets en préparation, notamment la Station du Foulon, pourraient représenter un pôle touristique majeur pour la ville et la région de Québec (voir figure 2).

Figure 2 : Un pôle touristique



OBJECTIF SPÉCIFIQUE 1 : DES EXEMPLES D'ÉQUIPEMENTS LITTORAUX STRUCTURANTS ET REMARQUABLES

Identifier des sites aménagés le long d'un littoral en milieu urbain, comprenant un bassin de baignade ou un miroir d'eau qui sont devenus des attraits ou des icônes touristiques. Ces sites peuvent se situer sur le continent américain ou à l'étranger.

Afin d'identifier des sites comparables à celui de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain, une approche en deux étapes a été suivie.

Dans un premier temps, une recherche de sites aménagés a été réalisée en recourant à des données primaires et secondaires :

- Une recherche documentaire a été réalisée sur les sites pertinents mentionnés ou utilisés comme exemples dans des documents fournis par la CCNQ, mais aussi dans les documents professionnels (ex: Garbaye, 2013, République française, 2006, Agence d'urbanisme pour le développement de l'agglomération lyonnaise, 2010) et la littérature scientifique consultés.
- Une recherche sur Internet a été réalisée afin de repérer les sites apparaissant sur les trois premières pages du moteur de recherche Google lors d'une requête utilisant des mots – en anglais et en français – tels que « parc urbain », « plan d'eau », « miroir d'eau », « piscine à débordement », « plage urbaine » (« waterfront », « riverfront », « infinity pool », « splash pads », etc.
- Le recours à des listes de palmarès des « meilleurs plages » et autres « top 10 » des plus intéressantes piscines, littoraux et aménagements urbains proposés par des journaux spécialisés et des sites de recommandations de voyages (ex. TripAdvisor).

Dans un deuxième temps, une sélection a été opérée afin d'identifier et de documenter des sites soit 1) comparables au projet québécois (quant à leur accessibilité, à leur distance du centre-ville ou à leur adaptation à la saisonnalité), ou 2) dont l'aménagement ou l'offre d'activités paraissaient exemplaires et pouvaient ainsi servir de modèle pour le projet de la Station du Foulon.

Une quarantaine de sites aménagés ont été choisis pour l'étude en se basant sur une approche qualitative dite de saturation. La taille de l'échantillon a donc été déterminée lorsque le nombre de sites répertoriés nous a permis d'atteindre un point de saturation. Par la suite, les sites ont été analysés selon leurs caractéristiques et classés dans l'une des catégories suivantes : projets urbains, promenades et parcs, équipements. Les caractéristiques du projet et les activités offertes ont été répertoriées. Puis, afin d'évaluer l'impact touristique des projets, les sites touristiques officiels respectifs ont été consultés pour évaluer leur utilisation pour promouvoir la destination et déterminer s'il s'agit d'un produit d'appel ou majeur de la destination. Le site TripAdvisor a également été consulté afin de déterminer dans quelle mesure les projets sont référencés comme attractions par les touristes. C'est ainsi qu'ont pu être identifiés les sites qui sont les plus similaires au projet de la phase 3.

L'ensemble des informations relatives à ces sites sont colligées en annexe A, mais le tableau 1 en résume les principaux éléments. Dans ce tableau, le lecteur y trouvera trois principales sections :

1. La première section présente les caractéristiques du site, à savoir s'il s'agit : d'un parc urbain, d'un site principalement nautique, s'il est inséré dans un projet de réhabilitation beaucoup plus vaste, intégrant notamment des sections résidentielles et commerciales, s'il est influencé par un contexte patrimonial déterminant (historique ou portuaire), s'il présente des activités hivernales et finalement, s'il est excentré par rapport au centre-ville.
2. La deuxième section a trait aux attributs récréatifs du site (ex. présence d'une piscine, d'une plage) ainsi qu'à l'offre de certains services. On indique également si une icône particulière symbolise et représente le site.
3. La dernière section a trait au positionnement touristique du site. S'agit-il d'un produit d'appel pour la destination (soit la raison principale du choix de cette destination pour le touriste), ou d'un espace de soutien à d'autres activités et animations (ex. lieu où se produisent des spectacles) ? S'agit-il d'un lieu qui sert à relier plusieurs sites (circuit) ? Possède-t-il ses propres outils de mise en tourisme ? Est-il reconnu par un organisme de certification ou de labellisation (ex. tourisme durable) ? Les deux dernières colonnes présentent le positionnement du site par rapport à l'ensemble des activités touristiques de la ville tel qu'indiqué sur le site internet de TripAdvisor, et finalement la cote attribuée par les internautes. Ces éléments nous permettent de connaître l'appréciation des promeneurs.

Compte tenu des critères de sélection utilisés, les sites retenus sont quasiment tous des parcs urbains ayant un accès à l'eau (par la mer, une rivière ou un bassin naturel ou artificiel). L'homogénéité des sites sélectionnés s'estompe par la suite. En effet, certains projets s'inscrivent dans des projets de réhabilitation ou de reconversion résidentielle et commerciale de grande envergure alors que d'autres sont des parcs plus modestes. Certains aménagements sont donc spectaculaires (ex. avec la construction d'équipements culturels majeurs) alors que d'autres sont davantage des espaces verts aménagés. Les impacts touristiques et économiques seront donc très différents selon les cas étudiés.

La comparaison des sites sélectionnés nous permet d'affirmer que :

- le plus souvent, les sites offrant des miroirs d'eau (ou des jeux d'eau) n'offrent pas de piscine (offre exclusive);
- les piscines tentent de se distinguer les unes des autres par des caractéristiques spécifiques, telles que : la plus longue piscine au pays, la plus grande piscine à l'eau salée, remplie par les vagues de la mer, de style Art déco, sur des barges, hivernées, avec une ambiance « lounge »...

Parmi la quarantaine de sites étudiés, une dizaine positionne son aménagement comme étant un produit d'appel. Il s'agit pour la plupart de « petites » destinations, où l'impact du parc urbain est majeur. A contrario, pour une destination comme Paris, les espaces littoraux se présentent comme des produits touristiques complémentaires. Les destinations définissant clairement leur image touristique à partir de leur situation littorale utiliseront largement les bassins urbains dans leurs outils promotionnels (ex. Sydney). Elles misent alors sur un effet de congruence entre l'image principale qui les définit et les produits ou services développés.

L'étude des cotes attribuées par les internautes sur le site de conseil TripAdvisor fait ressortir que les sites obtenant les meilleurs scores sont ceux particulièrement spectaculaires ou présentant une offre de services très variée, à proximité de la ville.

En considérant les particularités de l'aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain, les sites documentés partageant le plus de points en commun sont :

- Brooklyn Bridge Park (New York, États-Unis) : avec qui Québec partage un climat comparable et des équipements semblables ;
- Parc Jean-Drapeau, Montréal : du fait qu'il est excentré du centre-ville, ce qui entraîne la nécessité d'emprunter le pont ou le métro; et qu'il partage le même climat et des équipements semblables (piscine) ;
- Burlington, Ontario: possède un climat et des équipements semblables, la présence d'un miroir d'eau et la prise en compte de la saison hivernale ;
- Minneapolis (Minnesota, États-Unis) : présente un climat et des équipements semblables, ainsi qu'une contrainte de saisonnalité.

Tableau 1: Synthèse des attraits et caractéristiques de destinations touristiques ayant mis en valeur leur littoral (voir Annexe A pour le détail des données)

| | Badeschiff, Berlin | Cairns Esplanade, Cairns | Pirrama Park, Sydney | Piscine Olympique, North Sydney | Bondi Icebergs Club, Sydney | Toronto | Burlington, Ontario | Parc Jean-Drapeau, Montréal | Piscine de Kitsilano, Vancouver |
|-------------------------------------|--------------------|--------------------------|----------------------|---------------------------------|-----------------------------|---------|---------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| | Allemagne | Australie | | | | Canada | | | |
| CARACTÉRISTIQUES DU SITE | | | | | | | | | |
| Parc urbain | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Préséance nautisme | | | ✓ | | | ✓ | ✓ | | |
| Dev. résidentiel et commercial | | | | | | ✓ | | | |
| Patrimoine historique / portuaire | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | | | | |
| Hiver | ✓ | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Excentré | | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | |
| ATTRIBUTS RÉCRÉATIFS DU SITE | | | | | | | | | |
| Piscine | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| Plages baignades | ✓ | ✓ | | | | | | ✓ | |
| Miroir ou jeux d'eau | | | | | | | ✓ | | |
| Port de croisières | | | | | | ✓ | | | |
| Locations embarcations | | | | | | ✓ | | ✓ | |
| Location vélo | | | | | | ✓ | | | |
| Jeux d'enfants | | | ✓ | | | | | ✓ | |
| Terrains sportifs | | ✓ | | | | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Piste cyclable | | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Taxi navette nautique | | | | | | ✓ | | | |
| Pêche | | | | | | | | | |
| Activités d'interprétation | | | | | | | | | |
| Icône spécifique | Sauna lounge | | | Art déco | | | Waterfront trail | | Plus longue au Canada |
| POSITIONNEMENT TOURISTIQUE | | | | | | | | | |
| Produit appel | | | | | ✓ | | ✓ | | ✓ |
| Espace de soutien aux événements | ✓ | | | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | |
| Route ou accès autres sites | | | | | | | | ✓ | |
| A son propre site d'informatique | | | | | | | | | |
| Labellisation | | | | | | | | | |
| Position Trip Advisor | 9/468 | 4/36 | 222/294 | 89/293 | nd | 37/311 | 2/27 | 137/241 | 20/184 |
| Cote TripAdvisor | 4/5 | 4,5/5 | 05-avr | 4/5 | | 4/5 | 4,5/5 | 3,5/5 | 4,5/5 |

| | Marina St-Roch | Islands Brygge, Copenhague | Parc Del Littoral, Barcelone | Pinar del Perrouquet | Burlington Waterfront & Island Line Trail, Vermont | Chicago Lakefront Trail | Savannah, Géorgie | Baltimore Inner Harbour | Floyd Bennett Field N. Y. |
|-------------------------------------|----------------|----------------------------|------------------------------|----------------------|--|-------------------------|-------------------|-------------------------|---------------------------|
| | Canada | Danemark | Espagne | | États-Unis | | | | |
| CARACTÉRISTIQUES DU SITE | | | | | | | | | |
| Parc urbain | √ | √ | √ | | √ | √ | √ | | |
| Préséance nautisme | √ | | √ | | | | √ | | √ |
| Dev. résidentiel et commercial | | | √ | | | | | √ | |
| Patrimoine historique / portuaire | √ | | √ | | | | √ | √ | |
| Hiver | | | | | √ | √ | | √ | √ |
| Excentré | | | | √ | | √ | | | √ |
| ATTRIBUTS RÉCRÉATIFS DU SITE | | | | | | | | | |
| Piscine | √ | √ | √ | | | √ | | √ | |
| Plages baignades | | | √ | √ | | √ | | √ | |
| Miroir ou jeux d'eau | | | | √ | | | | √ | |
| Port de croisières | | | | | | √ | √ | | |
| Locations embarcations | | | | | | | | | |
| Location vélo | | | | | | | | √ | |
| Jeux d'enfants | | | | | | | | √ | |
| Terrains sportifs | √ | | | | √ | √ | √ | √ | √ |
| Piste cyclable | √ | | √ | √ | √ | | | √ | |
| Taxi navette nautique | | | | | | √ | | √ | |
| Pêche | | | | | | | √ | | √ |
| Activités d'interprétation | | | | | | | √ | √ | √ |
| Icone spécifique | | Piscine | | Sculpture | | Sculpture | | | |
| POSITIONNEMENT TOURISTIQUE | | | | | | | | | |
| Produit appel | | √ | | √√ | √√ | | √ | √√ | |
| Espace de soutien aux événements | √ | | √ | | | √ | √ | | √ |
| Route ou accès autres sites | | | √ | | | √ | √ | | |
| A son propre site d'informatique | | | | | | √ | √ | | |
| Labellisation | | | | | √ | | | | |
| Position Trip Advisor | 3/8 | 31/206 | 176/327 | 1/6 | 1/26 | 37/367 | 24/120 | 4/35 | 96/144 |
| Cote TripAdvisor | | 4,5/5 | 3,5/5 | 4/5 | 4,5/5 | 4,5/5 | 4/5 | 4,5/5 | 2/5 |

| | Minneapolis | Crown Fountain, Chicago | Brooklyn Bridge Park, NY | Louisville Waterfront Park, Kentucky | Piscine Astoria Park, NY | Piscine flottante, NY | Miroir d'eau, Nantes (2015) | Rives de la Loire et Ile de Nantes | Quartier Confluence, Lyon |
|-------------------------------------|-------------|----------------------------|-----------------------------|---|-----------------------------|-----------------------|-----------------------------|---------------------------------------|---------------------------|
| | États-Unis | | | | | | France | | |
| CARACTÉRISTIQUES DU SITE | | | | | | | | | |
| Parc urbain | √ | √ | √ | | √ | √ | √ | √ | √ |
| Préséance nautisme | √ | | √ | | | | | √ | |
| Dev. résidentiel et commercial | √ | | | | | | | √ | √ |
| Patrimoine historique / portuaire | √ | √ | √ | √ | | | √ | √ | |
| Hiver | √ | | | | | | | | |
| Excentré | | | | | | | | √ | √ |
| ATTRIBUTS RÉCRÉATIFS DU SITE | | | | | | | | | |
| Piscine | | √ | | | √ | √ | | | |
| Plages baignades | √ | | √ | | | | | | |
| Miroir ou jeux d'eau | | √ | | √ | | | | | √ |
| Port de croisières | | | | | | | | √ | |
| Locations embarcations | √ | | √ | | | | | √ | |
| Location vélo | | | √ | | | | | | |
| Jeux d'enfants | √ | | √ | √ | | | √ | | |
| Terrains sportifs | √ | | √ | √ | | | | √ | √ |
| Piste cyclable | √ | | √ | √ | | | √ | √ | √ |
| Taxi navette nautique | | | √ | | | | | | |
| Pêche | | | √ | | | | | | |
| Activités d'interprétation | √ | | √ | √ | | | | √ | |
| Icone spécifique | | Art | | | Plus grande piscine de NY | Vue ville | | | Musée |
| POSITIONNEMENT TOURISTIQUE | | | | | | | | | |
| Produit appel | | | | | | | | | |
| Espace de soutien aux événements | √ | √ | √ | √ | | | | | √ |
| Route ou accès autres sites | √ | √ | | | | | | √ | √ |
| A son propre site d'informatique | | | | | | | | | √ |
| Labellisation | | | | | | | | | |
| Position Trip Advisor | 37/115 | 24/367 | 3/144 | 23/78 | 2/4 | nd | prévu 2015 | en cours | trop éléments |
| Cote TripAdvisor | 4,5/5 | 4,5/5 | 4,5/5 | 4/5 | 4,5/5 | | | | nd |

| | Vieux Port, Marseille | Ile Séguin, Paris | Boul. du Rhône, Vienne | Bordeaux | Via Rhona, (650 Km) | Rives du Rhône, Valence | Coulée Verte, Nice | Quais de Rouen |
|-------------------------------------|-----------------------|---------------------|------------------------|------------|---------------------|-------------------------|--------------------|----------------|
| | France | | | | | | | |
| CARACTÉRISTIQUES DU SITE | | | | | | | | |
| Parc urbain | √ | √ | √ | √ | | | √ | √ |
| Préséance nautisme | | | | | √ | √ | | |
| Dev. résidentiel et commercial | | √ | | | | √ | | |
| Patrimoine historique / portuaire | √ | √ | √ | √ | √ | | √ | |
| Hiver | | | | | | | | |
| Excentré | | √ | | | | | | |
| ATTRIBUTS RÉCRÉATIFS DU SITE | | | | | | | | |
| Piscine | | | | | | | | |
| Plages baignades | | | | | | | | √ |
| Miroir ou jeux d'eau | | √ | | √ | | | √ | |
| Port de croisières | | | √ | | | √ | | |
| Locations embarcations | | | | | | | | √ |
| Location vélo | | | | | | | | |
| Jeux d'enfants | | √ | √ | √ | | | √ | |
| Terrains sportifs | | | | | | | | √ |
| Piste cyclable | | √ | | | √ | √ | | √ |
| Taxi navette nautique | √ | | | √ | | | | |
| Pêche | | | | | | | | |
| Activités d'interprétation | √ | | | | √ | √ | | |
| Icone spécifique | ombrière +musées | art contemporain | | *** Miroir | Route | | | |
| POSITIONNEMENT TOURISTIQUE | | | | | | | | |
| Produit appel | | | | √√ | | | √ | |
| Espace de soutien aux événements | √ | | | √ | √ | | | √ |
| Route ou accès autres sites | √ | | | √ | √ | | √ | √ |
| A son propre site d'informatique | | | | | | | | |
| Labellisation | √ | √ | | √ | | | | |
| Position Trip Advisor | 10/105 | 177/736 | en cours | 3/79 | nd | en cours | 2/120 | nd |
| Cote TripAdvisor | 4/5 | 4,5/5 | | 4,5/5 | | | 4,5/5 | |

| | Paris Plage | Miroir d'eau, Montpellier | Le Carré, Dieppe | Centre nautique, Lyon | Drift Park Rhyl | Quai Thessalonique | Plages barges recyclées, Budapest | Piscinas das Marés | Promenade piétonne IBA Bâle |
|-------------------------------------|-------------|---------------------------|------------------|-----------------------|-----------------|--------------------|-----------------------------------|--------------------|-----------------------------|
| | France | | | | G-B | Grèce | Hongrie | Portugal | Suisse |
| CARACTÉRISTIQUES DU SITE | | | | | | | | | |
| Parc urbain | | √ | √ | √ | √ | √ | √ | | |
| Préséance natisme | | | √ | √ | | | | | |
| Dev. résidentiel et commercial | | | | | | | | | |
| Patrimoine historique / portuaire | √ | | √ | | | | | √ | √ |
| Hiver | | | √ | √ | | | | | |
| Excentré | | | | | | | | | |
| ATTRIBUTS RÉCRÉATIFS DU SITE | | | | | | | | | |
| Piscine | | | √ | √ | √ | √ | √ | √ | |
| Plages baignades | √ | | √ | | | √ | | | |
| Miroir ou jeux d'eau | √ | √ | | √ | √ | | | | |
| Port de croisières | | | | | | | | | |
| Locations embarcations | | | | | | | | | |
| Location vélo | | | | | | | | | |
| Jeux d'enfants | | | | | | | | | |
| Terrains sportifs | | | √ | √ | | | | | |
| Piste cyclable | | | √ | | | | | | √ |
| Taxi navette nautique | | | | | | | | | |
| Pêche | | | | | | | | | |
| Activités d'interprétation | √ | | | | √ | | | | |
| Icone spécifique | | | | «Pylone» | | | Eau | | Chemin des poètes |
| POSITIONNEMENT TOURISTIQUE | | | | | | | | | |
| Produit appel | √ | | | | | | | | |
| Espace de soutien aux événements | | | √ | | | √ | | | |
| Route ou accès autres sites | | | | | | | | | |
| A son propre site d'informatique | | | | | | | | | |
| Labellisation | | | √ | | | | | | |
| Position Trip Advisor | 251/736 | nd | 10/13 | 72/80 | nd | nd | nd | nd | en cours |
| Cote TripAdvisor | 3,5/5 | | 3,5/5 | 2,5/5 | | | | | |

OBJECTIF SPÉCIFIQUE 2 : LES CARACTÉRISTIQUES DU PROJET ET LA COMPARAISON AVEC D'AUTRES SITES

Comparer le projet de la promenade Samuel-De Champlain avec les sites répertoriés.

La comparaison du projet de la promenade Samuel-De Champlain avec les sites répertoriés, fut réalisée selon les trois catégories d'éléments présentés dans la section précédente et contenus au tableau 1 : les caractéristiques du site, les attributs récréatifs et le positionnement touristique.

Caractéristiques du site

Comme la majorité des sites présentés au tableau 1, la promenade Samuel-De Champlain peut être qualifiée de *parc urbain littoral*. Ce projet s'inscrit ainsi dans une tendance mondiale de réappropriation et de réaménagement des berges fluviales. Ces parcs qualifiés de *parc urbain littoral* peuvent être classés en deux sous-catégories : a) les sites aménagés en tant que *parcs avec espaces verts et promenade linéaire multifonctionnelle* et b) les sites aménagés autour d'un grand projet de développement résidentiel et commercial. Le projet de la promenade Samuel-De Champlain peut être classé dans la première sous-catégorie. L'emphasis sur l'unicité du fleuve Saint-Laurent et de Québec dans la réalisation du projet représente un des aspects positifs attribuables au projet d'expansion de la promenade Samuel-De Champlain.

Les sites étudiés offrent une dimension multifonctionnelle afin d'offrir aux résidents ou aux touristes différentes activités ou événements. La multifonctionnalité des sites apparaît comme une condition de réussite et de rentabilité des espaces aménagés. Le projet de la promenade Samuel-De Champlain apparaît rencontrer cette dimension. Toutefois, dans la version actuelle du projet, la présence du nautisme est plutôt limitée, notamment en raison des conditions de navigation assez difficiles pour les embarcations qui ne sont pas équipées de moteurs. Le projet prend en compte une rampe de mise à l'eau existante au pied de la côte Gilmour. L'accessibilité nautique pourrait également être renforcée par l'intégration de l'offre de certaines installations nautiques existantes (ex : Yacht Club de Québec et Marina de la Chaudière) afin de bonifier les activités nautiques de manière sécuritaire. De plus, la promenade représente un élément intéressant à contempler pour les navigateurs et croisiéristes à partir du fleuve (voir la figure 3).

Le patrimoine esthétique, historique et portuaire représente l'une des caractéristiques distinctives de la promenade Samuel-De Champlain. Plusieurs éléments de la phase 1 en témoignent déjà (ex : œuvres d'art intégrés à l'aménagement, panneaux d'interprétation, etc.). De plus, son inauguration à l'occasion des célébrations du 400^e anniversaire de la ville de Québec met en valeur le patrimoine historique de la ville, d'ailleurs l'une de ses principales forces en matière d'attractivité touristique.

Figure 3 : Quai des Cageux, selon la perspective du navigateur/croisiériste



Source : Isabelle Falardeau

Le projet de prolongement de la phase 3 comporte également un grand potentiel pour la mise en valeur patrimoniale. Certains éléments, comme le quai Frontenac ou la plage du Foulon, étaient historiquement très fréquentés par les promeneurs et les baigneurs, mais leur accès est aujourd'hui quasi impossible. Ces espaces comportent une signification patrimoniale forte qui mérite d'être mise de l'avant pour permettre au site de se démarquer et de mettre en exergue son identité particulière. La portion aménagée est d'ailleurs voisine d'un des sites industriels du Port de Québec dont le réaménagement est également prévu durant la même période que celle de la phase 3. Cette proximité et la concordance des aménagements pourraient créer une synergie intéressante pour l'exploitation du patrimoine industriel et portuaire.

La saisonnalité marquée du climat québécois représente une autre des caractéristiques distinctives de la destination. La portion existante de la promenade ne tire pas, pour l'instant, profit du potentiel que cette caractéristique représente puisqu'elle n'est pas aménagée, ni totalement entretenue pour en permettre l'utilisation lorsque les berges sont enneigées. De plus, le projet de réaménagement de la phase 3 est peu ou pas représenté en dehors de la saison estivale. L'inclusion d'aménagements et d'activités saisonnières (ex : patinoire sur le miroir d'eau à l'exemple de Burlington, événements sportifs hivernaux, hôtel de glace, entretien hivernal de la promenade, cabane à sucre, observation des oiseaux migratoires, etc.) apparaît comme une opportunité à exploiter, notamment considérant l'accès aux bâtiments qui permettra d'offrir confort et chaleur aux promeneurs.

Finalement, le site de la promenade Samuel-De Champlain est excentré par rapport aux attraits principaux du Vieux-Québec. Ceci pourrait représenter l'un des défis à prévoir en ce qui concerne l'attractivité des aménagements. En effet, pour la majorité des sites analysés, le caractère central du site était fortement lié à sa popularité ou sa fréquentation. Il est à noter que la distance « perçue » par les touristes pourrait être amenuisée par l'ajout d'installations et d'aménagements. L'animation et les activités offertes permettront alors de former une offre suffisamment attirante. De plus, une tendance touristique émergente favorise les produits et attractions excentrés permettant notamment de diversifier l'offre pour certaines clientèles, pensons aux touristes qui en sont à leur deuxième ou troisième visite, ou à ceux qui cherchent à sortir des sentiers battus. La mise en tourisme de la promenade Samuel-De Champlain pourrait représenter une manière novatrice pour Québec de séduire ces segments de clientèle (pour plus de détails, consultez la section 4, page 44).

Attributs récréatifs

Le projet de la promenade Samuel-De Champlain propose l'aménagement d'une piscine à bord infini, qui s'ajoute à la présence de la piscine municipale Notre-Dame-de-la-Garde située un peu plus à l'est, et la présence d'un miroir d'eau. L'analyse des sites répertoriés nous permet d'affirmer qu'au niveau international le miroir d'eau ne représente pas une offre exclusive. Le miroir d'eau de Bordeaux est sans conteste le modèle exemplaire pour ce type d'équipement. Sa très grande popularité a inspiré de nombreuses destinations, qui en ont repris l'idée (ex : Nantes, Montpellier, Lyon, Burlington). Ce type d'équipement apparaît comme une tendance internationale en matière d'aménagement³. L'analyse des sites répertoriés nous permet d'affirmer que certaines considérations de mise en valeur du bassin et du miroir d'eau proposés à la promenade Samuel-De Champlain pourraient favoriser son adoption et sa reconnaissance par les utilisateurs. On peut notamment mentionner l'importance; a) d'animer ces équipements par des activités et des événements (ex : manifestations culturelles tels les arts de la rue ou de la danse, illuminations, etc.) et b) d'utiliser l'image de ces équipements dans la promotion du site et de la ville de Québec.

Dans le même ordre d'idées, les espaces prévus au pied de la côte de Sillery pour l'installation de structures événementielles représentent l'un des points forts de l'aménagement puisque l'analyse de sites comparables fait ressortir l'importance de l'animation et de la valorisation par l'événementiel dans la fréquentation et la popularité des promenades littorales. Ces équipements complèteront les espaces présentement offerts en location au pavillon du quai des Cageux.

En ce qui concerne les activités nautiques, l'offre actuelle est somme toute limitée. Mentionnons les activités du Yacht Club de Québec, les excursions en zodiac, la possibilité de pratiquer le kayak ou encore, la pêche au quai des Cageux. Afin de développer le potentiel nautique du site, le projet pourrait dans un premier temps miser sur la présence des installations de plaisance à proximité (Yacht Club de Québec, Marina de la Chaudière, Centre nautique de Cap-Rouge, etc.). C'est par exemple le cas pour

3. Quelques sites répertoriés ne peuvent prétendre au succès. C'est notamment le cas du bassin inauguré à Montpellier qui a subi moult difficultés techniques.

l'ajout de taxis ou de navettes fluviales, qui ne figurent pas pour le moment dans l'offre de la promenade, mais pour lesquels les marinas voisines pourraient être sollicitées à titre de partenaires. Les activités de pêche pratiquées de manière assez informelle dans l'état actuel du projet ont elles aussi le potentiel de devenir des activités plus encadrées par l'implication de partenaires (ex : Aquarium du Québec) et l'offre d'équipement en location ou de services de guides.

L'offre d'activités d'interprétation est présente sur la portion établie du projet. Des panneaux interprétatifs, notamment au pavillon du quai des Cageux et dans sa tour d'observation, des circuits guidés pour les groupes et un parcours en baladodiffusion sont offerts (CCNQ, s.d.). Ces activités d'interprétation méritent d'être davantage exploitées et peuvent accroître l'attractivité du site pour les clientèles de tourisme culturel. Une diversification des langues utilisées et l'intégration de matériels multimédias pour les activités d'interprétation (ex : visites guidées en anglais) pourraient également permettre de rejoindre un plus grand nombre de touristes.

Positionnement touristique

Dans sa forme actuelle, le site de la promenade Samuel-De Champlain se positionne comme un attrait complémentaire aux sites touristiques forts et phares de la destination de Québec.

Le site est déjà l'hôte d'évènements tels que le Grand défi Pierre Lavoie, le Grand Prix Cycliste de Québec ou les Visit'Arts-Québec pendant l'été 2014. Tel que mentionné précédemment, à l'exemple des sites semblables, c'est notamment par l'animation et la tenue d'évènements que le site de la promenade Samuel-De Champlain pourra être davantage intégré dans le circuit touristique et que sa fréquentation pourra être augmentée.

La piste multifonctionnelle relie, en tout ou en partie, le Vieux-Québec à sa périphérie littorale, de Cap-Rouge au Parc de la Chute-Montmorency, vers la rive sud, la rue Maguire, et plusieurs autres espaces au potentiel touristique encore inexploité (voir la section intitulée « État de la situation » à ce sujet). Il s'agit donc en quelque sorte d'une route permettant l'accès à plusieurs sites. Son réaménagement et l'ajout d'équipements pourraient permettre de renforcer cette fonction. De plus, c'est par la bonification d'activités disponibles et l'établissement de partenariat avec les organisations et les commerces situés à proximité de la Promenade (ex : Aquarium, Musée national des beaux-arts, rues Cartier et Maguire, quartier historique de Sillery, etc.) que les utilisateurs pourraient allonger la durée de leur visite et augmenter le montant des dépenses qu'ils consacrent à leur divertissement.

L'analyse des sites répertoriés permet d'identifier que la labellisation de certains sites touristiques peut accroître la renommée et le positionnement du site sur le plan touristique. D'ailleurs, l'obtention du label du Patrimoine de l'UNESCO par la ville de Bordeaux est identifiée comme l'un des facteurs de succès touristiques les plus importants de son miroir d'eau (Garbaye, 2013). Si la promenade Samuel-De Champlain n'est pas, en ce moment, reconnue par un organisme de labellisation, le lien avec le Vieux-Québec (reconnu par le label de l'UNESCO) constitue un attribut positif pour la renommée touristique de son bassin et son miroir d'eau.

L'analyse des sites répertoriés nous permet d'affirmer que les sites fréquentés sont également présents sur les réseaux sociaux. Dans son état actuel, la promenade Samuel-De Champlain est notée par les internautes sur TripAdvisor comme étant la 10^e attraction sur les 140 évaluées de la région de Québec. Elle obtient d'ailleurs une moyenne de satisfaction de 4,5/5 ⁴. On peut émettre l'hypothèse que les améliorations prévues par l'aménagement de la phase 3 permettront au site d'obtenir de meilleures recommandations et accroître sa place au classement dans le palmarès TripAdvisor.

4. Ce classement apparaît honorable compte tenu de la faible présence et représentation de la promenade sur Internet. Il est à noter que le projet ne possède pas son site Internet propre. Il est plutôt présenté sur le site de la Commission de la capitale nationale du Québec.

OBJECTIF SPÉCIFIQUE 3 : LA STATION DU FOULON, UN ÉQUIPEMENT COHÉRENT AVEC LA STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION TOURISTIQUE ET À LA MESURE D'UNE DESTINATION DE CALIBRE INTERNATIONALE.

Démontrer comment le projet s'inscrit dans la stratégie de commercialisation touristique de Québec, et pourrait contribuer à faire de Québec une destination de calibre internationale.

Le projet de la promenade Samuel-De Champlain s'inscrit dans la stratégie de commercialisation touristique québécoise. Il trouve sa place dans les grands axes de positionnement du rapport du Comité performance de l'industrie touristique remis à la ministre du tourisme en mai 2011 (voir le tableau 2). Ces axes sont :

1. Renforcer et consolider les deux portes d'entrée que sont Montréal et Québec ;
2. Organiser, protéger et mettre en valeur l'icône qu'est le fleuve Saint-Laurent ;
3. Structurer, densifier, diversifier les pôles touristiques forts disposant des atouts ou du potentiel requis pour attirer une clientèle hors Québec.

Le projet répond également à 3 des 4 grands axes de développement du *Plan de développement touristique 2012-2020* du ministère du Tourisme (Gouvernement du Québec, 2012)⁵. Ces axes de développement concernent les actions à prioriser, ont pour but de renforcer l'attractivité de l'offre touristique et visent à positionner le Québec comme une destination originale et incontournable de calibre mondial.

Ces axes sont :

1. Renforcer les portes d'entrée ;
2. Mettre en valeur le Saint-Laurent ;
3. Enrichir le produit touristique québécois ;
4. Développer le potentiel des régions touristiques.

De plus, le projet s'inscrit dans le *Plan de développement de l'offre et de la mise en marché 2014-2016 de la destination touristique de Québec* publié par l'Office de tourisme de Québec. La vision stratégique de ce plan vise à augmenter la part de Québec sur le circuit touristique mondial d'ici 2020 par un développement intégré et une mise en valeur novatrice consolidant son attractivité en misant sur ses atouts distinctifs. Le projet de la promenade Samuel-De Champlain possède le potentiel pour combler plusieurs des orientations stratégiques, notamment pour :

5. Ces axes sont d'ailleurs inspirés de ceux du rapport du Comité performance de l'industrie touristique (2011).

1. Mettre en valeur l'hiver ;
2. Développer l'offre et la mise en marché des atouts distinctifs, toute l'année, grâce à des attraits touristiques majeurs. Parmi ces atouts distinctifs, soulignons l'offre touristique reliée au fleuve (croisières internationales, croisières fluviales ; offre « nature, aventure et plein air » à proximité du centre-ville, richesse patrimoniale) ;
3. Orienter les investissements dans le développement de l'offre et la mise en marché vers les marchés et les clientèles à haut retour sur l'investissement (États-Unis, France et Europe francophone, marchés d'affaires) ;
4. Maintenir la fréquence des visites et l'attractivité du produit auprès des clientèles de proximité afin de protéger les parts de marché de la région de Québec (multiplications des courts séjours, toutes les saisons).

L'analyse du *Plan de développement* publié par l'Office de tourisme de Québec (2014), permet d'affirmer que le projet s'insère dans le développement de l'offre touristique.

Le projet apparaît pertinent selon l'axe stratégique « Québec, branchée sur le fleuve ». Les berges revitalisées dans l'agglomération urbaine y sont identifiées comme l'un des principaux actifs. Le plan suggère de favoriser la réalisation de projets majeurs (aménagement, activités, événements) afin de bonifier l'expérience offerte au visiteur, notamment par l'aménagement du littoral dans une perspective touristique. Le projet est également pertinent selon l'axe « Québec, nature à proximité ». Le plein air à proximité est notamment proposé comme l'un des produits à promouvoir auprès des clientèles étrangères d'agrément (ex : France).

Le projet de la promenade est aussi identifié comme l'un des 18 projets prioritaires. Il intègre en effet des éléments des axes de développement et de mise en valeur du fleuve Saint-Laurent, et ce, tel que présenté dans le cadre de « Québec destination 2020 » de l'Office de tourisme de Québec (OTQ, 2013). La stratégie de développement est déclinée selon 3 axes :

1. Développer de façon intégrée les croisières internationales, fluviales, excursions. Se donner un plan de match 2013-2016. Consolider une expérience touristique de qualité ;
2. Contribuer à la réalisation de projets touristiques prioritaires mettant en valeur le Saint-Laurent. Aménager des lieux emblématiques comportant des fonctions touristiques bien affirmées. Supporter les événements majeurs ;
3. Orienter la mise en valeur du Saint-Laurent en faveur d'un développement touristique concerté. Émettre des avis sectoriels aux promoteurs privés et aux acteurs publics. S'assurer que les actions d'aménagement le long du fleuve intègrent la dimension touristique et prévoient l'intermodalité » (OTQ, 2013 ; 7-9).

De plus, le projet de la promenade portuaire du Foulon, mené par le Port de Québec, se veut le trait d'union entre la ville, le fleuve et le port. Il est le « prolongement de la promenade Samuel-De Champlain » « nouvel espace urbain prisé » (Port de Québec, s.d. ; 10), jusqu'au Vieux-Québec, revitalisant la section allant de la côte Gilmore à l'Anse Brown.

Tableau 2 : La promenade Samuel-De Champlain et les axes de développement touristique du Québec

| RAPPORT DU COMITÉ PERFORMANCE DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE (2011) | |
|--|--|
| Grands axes de positionnement | Promenade Samuel-De Champlain |
| 1. Renforcer et consolider les deux portes d'entrée que sont Montréal et Québec. | <ul style="list-style-type: none"> • Située à Québec, près du Vieux-Québec. • Augmente l'offre touristique de la porte qu'est Québec. • Augmente la visibilité de la ville de Québec. |
| 2. Organiser, protéger et mettre en valeur l'icône qu'est le fleuve Saint-Laurent. | <ul style="list-style-type: none"> • Répond à l'objectif même de la promenade « Célébration du fleuve, redonner le fleuve aux Québécois » – et aux touristes -, conservation et mise en valeur du fleuve (CCNQ, 2012). • Répond à l'axe stratégique « Québec, branchée sur le fleuve » : les berges revitalisées dans l'agglomération urbaine étant identifiées comme l'un des principaux actifs. • Favorise la réalisation de projets majeurs (aménagements, activités, événements) et bonifie l'expérience offerte au visiteur, notamment par l'aménagement du littoral dans une perspective touristique (OTQ, s.d.). |
| 3. Structurer, densifier, diversifier les pôles touristiques forts disposant des atouts ou du potentiel requis pour attirer une clientèle hors Québec. | <ul style="list-style-type: none"> • Potentiel de créer un pôle touristique : la promenade Samuel-De Champlain reliant le Vieux-Québec à Cap-Rouge avec des axes reliant l'Aquarium, la rue Maguire, les Plaines, etc. • Attrait particulier: miroir d'eau. • Potentiel pour le développement d'activités, en toute saison (voir objectif 5). |
| PLAN DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2012-2020 (OTQ, 2013) | |
| Axes de développement | Promenade Samuel-De Champlain |
| 1. Renforcer les portes d'entrée. | <ul style="list-style-type: none"> • Située à Québec, près du Vieux-Québec. |
| 2. Mettre en valeur le Saint-Laurent. | <ul style="list-style-type: none"> • Répond à l'objectif même de la Promenade « Célébration du fleuve, redonner le fleuve aux Québécois » – et aux touristes -, conservation et mise en valeur du fleuve (CCNQ, 2012). • Répond à l'axe stratégique « Québec, branchée sur le fleuve » : les berges revitalisées dans l'agglomération urbaine étant identifiées comme l'un des principaux actifs. • Favorise la réalisation de projets majeurs (aménagements, activités, événements) et bonifie l'expérience offerte au visiteur, notamment par l'aménagement du littoral dans une perspective touristique (OTQ, s.d.). |
| 3. Enrichir le produit touristique québécois. | <ul style="list-style-type: none"> • Potentiel de créer un pôle touristique : la promenade Samuel-De Champlain reliant le Vieux-Québec à Cap-Rouge avec des axes reliant l'Aquarium, la rue Maguire, les Plaines, etc. • Attrait particulier: miroir d'eau. • Potentiel pour développement d'activités (ex. sportives, contemplatives, d'interprétation). |
| 4. Développer le potentiel des régions touristiques. | n/a. |

PLAN DE DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE ET DE LA MISE EN MARCHÉ 2014-2016 DE LA DESTINATION TOURISTIQUE DE QUÉBEC (OTQ, 2014)

| Orientations stratégiques | Promenade Samuel-De Champlain |
|--|---|
| 1. Mettre l'hiver au cœur des stratégies de développement de l'offre et de mise en marché de la région touristique de Québec. | <ul style="list-style-type: none"> Potential de développement d'activités hivernales : patinage sur le miroir d'eau, ski de fond, raquette, compétitions sportives d'hiver (voir objectif 5, page 44) |
| 2. Développer l'offre et la mise en marché en mettant en valeur les atouts distinctifs pour faire de Québec une destination culturelle animée toute l'année afin qu'elle puisse atteindre le statut de destination internationale. | <ul style="list-style-type: none"> Optimiser le développement et la mise en marché d'attraits touristiques majeurs (OTQ, s. d.). Exemples : Aquarium à proximité, fleuve Saint-Laurent, miroir d'eau. Ajouter des activités culturelles et d'interprétation à partir de la promenade. |
| 3. Développer l'offre touristique reliée au fleuve. | <ul style="list-style-type: none"> Atout distinctif, consolider les croisières internationales, développer les croisières fluviales ; offre nature, aventure et plein air attractive et distinctive à proximité d'un centre-ville riche en patrimoine (OTQ, s.d.). |
| 4. Orienter les investissements dans le développement de l'offre et la mise en marché vers les marchés et les clientèles à haut retour sur l'investissement (É.-U., France et Europe francophone, marchés affaires). | <ul style="list-style-type: none"> Selon l'axe « Québec, nature à proximité » : le plein air dans la couronne est notamment proposé comme l'un des produits à promouvoir auprès des clientèles étrangères d'agrément. Ex : France. (OTQ, s.d.), mais également la clientèle familiale. |
| 5. Maintenir la fréquence des visites et l'attractivité du produit auprès des clientèles de proximité afin de protéger les parts de marché de la région de Québec (multiplications des courts séjours, toutes les saisons). | <ul style="list-style-type: none"> 21 % des usagers de la phase 1 de la promenade sont des visiteurs québécois provenant d'ailleurs que Québec ou Lévis (Lemieux, 2013). Développer l'image d'une ville historique, dans un écrin de nature. |
| 6. Mettre l'accueil, l'information touristique ainsi que le marketing numérique au cœur des stratégies et de l'expérience des visiteurs, avant, pendant et après leur séjour. | n/a. |

QUÉBEC DESTINATION 2020. FLEUVE SAINT-LAURENT. DÉVELOPPEMENT ET MISE EN VALEUR (GOUVERNEMENT DU QUÉBEC, 2012)

| Axes de développement | Promenade Samuel-De Champlain |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> Développer de façon intégrée les croisières internationales, fluviales, excursions. Se donner un plan de match 2013-2016. Consolider une expérience touristique de qualité. | <ul style="list-style-type: none"> Perspective de la promenade, vue du fleuve et des berges à mettre en valeur auprès des croisiéristes (la vue sur la promenade et de la promenade). Création de paysages remarquables et animés. Phase 3 promenade du Foulon (Port de Québec) et phase 4 complètent l'aménagement du littoral entre Cap-Rouge et le Vieux Québec (voire Beauport) consolidant l'offre touristique littorale. Potential de consolider un nœud touristique (ex : relier la rive-sud, l'Aquarium, Sillery/rue Maguire, le Parc-des-Champs-de-Batailles, la rue Cartier, le Vieux-Québec, Beauport, la chute Montmorency). |
| <ol style="list-style-type: none"> Contribuer à la réalisation de projets touristiques prioritaires mettant en valeur le Saint-Laurent. Aménager des lieux emblématiques comportant des fonctions touristiques bien affirmées. Soutenir les événements majeurs. | <ul style="list-style-type: none"> Projet identifié parmi les 18 projets prioritaires (OTQ, 2013). Miroir d'eau : potential de devenir un lieu touristique emblématique (ex. Bordeaux). Bâtiment de services et structures événementielles au pied de la côte de Sillery peuvent accueillir des événements nouveaux ou existants (soutien aux événements). |
| 6. Orienter la mise en valeur du Saint-Laurent en faveur d'un développement touristique concerté. Émettre des avis sectoriels aux promoteurs privés et aux acteurs publics. S'assurer que les actions d'aménagement le long du fleuve intègrent la dimension touristique et prévoient l'intermodalité (OTQ, 2013). | <ul style="list-style-type: none"> Concertation : consultation publique de la CCNQ « Redonnons le fleuve aux Québécois », novembre 2000 ; études de fréquentation de la phase 1; BAPE : intégration de recommandations. Dimension touristique : potential lié au bassin et au miroir d'eau. |

OBJECTIF SPÉCIFIQUE 4 : INNOVATIONS TOURISTIQUES ET ATTRACTIVITÉ DU LITTORAL

Évaluer comment le caractère novateur du projet et de ses équipements pourrait accroître l'attractivité du littoral.

De vastes opérations de réhabilitation des berges et littoraux sont en cours dans de nombreuses villes du monde. Certaines de ces réhabilitations sont des opérations complexes et de grande envergure, incluant par exemple l'aménagement de quartiers résidentiels, commerciaux et industriels. Malgré la diversité des situations, l'objectif central de toutes ces opérations demeure la promotion d'un espace urbain « citoyen », mais aussi d'un espace compétitif et attractif. Ces aménagements visent à devenir des icônes et des symboles distinctifs des villes (Sepe, 2013).

Innovations touristiques

L'analyse comparative des sites urbains aménagés le long d'un littoral permet de constater qu'à l'étranger, les bassins d'eau (miroir, jeux d'eau ou piscine) sont des équipements de plus en plus utilisés pour réhabiliter des espaces ou des friches. Les gestionnaires de ces sites cherchent ainsi à rendre les cours d'eau accessibles. Au Québec, plusieurs municipalités travaillent aussi à rendre accessible le fleuve ou leur plan d'eau, que ce soit à titre de lieu d'accueil d'événements touristiques ou comme service de loisir pour leurs résidents. Au cours de l'été 2014, sont d'ailleurs apparus le projet d'une barge-piscine à Montréal (Ruel-Manseau, 2014) et l'aménagement d'une plage à Longueuil (Champagne, 2014). Des projets de plus grande envergure visent également à rendre le fleuve accessible en réhabilitant des quartiers entiers. Par exemple, le projet *Trois-Rivières sur Saint-Laurent* (Société de développement économique de Trois-Rivières, 2005) aspire à faciliter l'accès à la baignade dans le fleuve (à l'Île-St-Quentin) et à diversifier l'offre d'activités, tant pour les touristes que les résidents.⁶

Considérant ce contexte, l'aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain n'apparaît pas comme une création unique, mais elle s'inscrit néanmoins comme une forme d'innovation. Rappelons en effet que l'innovation est la réalisation de nouvelles combinaisons productives qui permettent de créer des processus novateurs, de nouveaux produits ou de nouveaux marchés, et non « simplement l'invention » d'une toute nouvelle et unique activité (Schumpeter, dans Uzunidis, 2004).

Dans ce cadre, l'aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain comporte de nombreuses possibilités d'innovations. Tout d'abord, la mise en place de la promenade comme forme de « route touristique » permettant de relier, d'est en ouest, différents attraits. Elle se présente ainsi à la

6. Ce projet comporte une piste cyclable reliant la plage et le parc portuaire dans le quartier historique de Trois-Rivières, la création d'un parc urbain, la construction d'un amphithéâtre pour les spectacles en plein air, l'animation à travers le centre d'interprétation Boréal, l'aménagement d'un port de plaisance et des projets d'habitation.

fois comme un soutien aux autres attraits, par l'accessibilité qu'elle met en place, mais également comme un « produit » ou attrait en elle-même (voir l'objectif 6, page 57).

La promenade peut également être conçue à la fois comme écrin et écran du produit touristique « fleuve ». Un écrin qui accueille les activités touristiques et d'animation, et un écran qui donne à voir les paysages, l'animation, la vie de la ville. La promenade devrait ainsi être un lieu que l'on souhaite fréquenter parce qu'il y a des choses à faire. On veut la voir, y pratiquer des activités, et y être vu.

L'attractivité et le produit d'appel

Le territoire est attractif car il incite les touristes à le fréquenter ou parce que les touristes le visitent. Si les aménagements et les équipements favorisent la mise en scène du paysage, le pouvoir attractif de la destination s'en trouvera augmenté. La présence d'un produit d'appel à proximité, tel que le Vieux-Québec, constitue un élément supplémentaire pouvant accroître l'attractivité du site aménagé et de ses équipements.

La promenade comme extension du tourisme urbain

L'attractivité est dépendante des attributs particuliers de la destination, mais également de l'environnement dans lequel le site se trouve.

Sur le plan touristique, le Vieux-Québec constitue le produit d'appel de Québec. Son caractère historique et urbain constitue un avantage concurrentiel majeur, et fortement positionné auprès des touristes et des partenaires de l'industrie touristique. La région de Québec profite ainsi des retombées du tourisme urbain, forme de tourisme dont la croissance dans le monde a été la plus forte, et qui génère également les plus fortes dépenses touristiques.

La concurrence est toutefois très forte entre les villes qui sont de plus en plus nombreuses à vouloir développer ce secteur. Depuis 20 ans, nombre de villes ciblant les touristes urbains internationaux se sont ainsi dotées d'infrastructures structurantes, pensons aux équipements culturels spectaculaires tels que les musées ou les centres culturels à l'architecture unique (ex. Musée Guggenheim, Bilbao, Espagne). Ces villes ont ainsi choisi de se démarquer par la création d'images fortes et distinctives, par la construction d'icônes.

En Europe, les dessertes aériennes par les compagnies à bas prix ont également eu une influence majeure sur le choix des destinations et la fréquence de voyage (Valls *et al.*, 2014). Le choix d'une destination urbaine tient en effet compte de son accessibilité aérienne, de sa proximité (ou la perception de proximité), de la fréquence des dessertes et des coûts d'accès. Pour le marché européen, Québec doit donc concurrencer des villes qui sont facilement desservies à un coût relativement faible. La mise en valeur des attraits uniques de la ville, dont le fleuve, doit donc être fortement soutenue.

Les bassins d'eau, tout comme les promenades, jouent un rôle essentiel dans la mise en scène de la société. Ce sont des lieux construits pour être regardés, et pour y être vus. Les espaces aquatiques sont également très présents dans les médias. Ils sont porteurs « d'injonctions » non seulement à la mise en

forme, mais aussi à l'hédonisme, la jouissance, au bien-être (Schirrer, 2007), des éléments faisant partie d'un mode de vie recherché par les touristes.

Ces nouvelles combinaisons et surtout cette façon de concevoir la destination de la Capitale nationale dans sa totalité, et non simplement pour sa partie urbaine du Vieux-Québec, peut ainsi s'avérer comme une source d'attractivité touristique.

La principale pratique des touristes urbains est la déambulation (Atout France, 2012). L'offre d'activités et d'équipements sur la promenade représente donc un atout conséquent. La déambulation permet aussi aux touristes de connaître et voir les résidents vivre au quotidien, des pratiques touristiques de plus en plus recherchées, parce que perçues comme « authentiques » (Maitland, 2010). La mise en spectacle des promeneurs, et de la promenade, peuvent aussi s'ajouter à l'attrait des individus qui naviguent sur le fleuve. On peut penser aux croisiéristes dont l'attrait pour Québec miserait non seulement sur l'architecture typique du Vieux-Québec et le caractère grandiose du fleuve, mais aussi sur le mode de vie des Québécois mis en vitrine sur la promenade.

Touristes urbains, touristes nationaux et résidents

Les touristes urbains ont des motivations et des pratiques très variées (Atout France, 2012). Les touristes urbains étrangers sont les plus grands consommateurs de prestations touristiques, que ce soit d'hébergement, de restauration ou d'activités culturelles. Ce sont ces visiteurs qui génèrent le plus de retombées « visibles ». Ces touristes étrangers qui viennent pour une première fois pour un court séjour se concentrent généralement dans les principaux attraits qui sont situés dans le secteur touristique, puis visitent les attraits à proximité de ce secteur. Dans le cas de Québec, l'offre touristique à la promenade Samuel-De Champlain pourrait devenir une offre complémentaire à des attraits hors du Vieux-Québec, tel que le Parc de la Chute-Montmorency. L'augmentation de sites touristiques hors du Vieux-Québec pourrait inciter certains touristes urbains à prolonger leur séjour ou à y revenir afin de visiter les autres attraits de la capitale. Ces touristes urbains qui reviennent visiter une ville pour une deuxième ou troisième fois délaissent en effet les hauts lieux, pour fréquenter les endroits plus excentrés. Ces visiteurs risquent d'être des promeneurs d'autant plus assidus si la promenade offre une expérience différente à chaque visite (ex. profiter des différences saisonnières : les couleurs automnales, la floraison printanière, les rafraichissements estivaux, la « chaleur » des activités hivernales).

Les touristes nationaux en séjour chez des parents et amis pourront aussi choisir d'allonger leur séjour afin de profiter des différents aménagements de la promenade. Si les dépenses de ce type de touristes sont moindres (peu de dépenses d'hébergement et de restauration), ils contribuent néanmoins à la notoriété de la destination.

Actuellement, il y a peu de visiteurs internationaux sur la promenade (moins de 2 %) (Lemieux, 2013a). Une mise en scène et une offre d'activités dynamique, couplée à une accessibilité physique accrue, pourraient cependant accroître ce pourcentage. Selon Lemieux (2013a), 35,8 % de la population de la région a fréquenté la promenade, ce qui est considérable et 4 % l'a fréquentée plus de 10 fois. Cette clientèle de résidents demeurera, et doit demeurer, majoritaire. La promenade sera attrayante pour les touristes, si elle est fréquentée et animée par ses résidents.

Les résidents de la région de Québec sont donc les plus nombreux à fréquenter la promenade. S'ils dépensent moins que les visiteurs extérieurs, leur nombre peut toutefois générer des sommes conséquentes.

La composition d'un groupe et le profil des voyageurs influencent les attentes à l'égard du lieu. Certains touristes souhaiteront profiter du caractère historique du Vieux-Québec, mais aussi de l'immensité du territoire naturel. Les familles regroupent aussi des individus qui peuvent vouloir réaliser des activités différentes, tant culturelles que de plein air. Parce qu'elle permet de satisfaire les attentes de ces différentes clientèles (sur le plan de l'âge, de la constitution du groupe, des motivations) par son offre variée (culturelle, paysagère, naturelle), la promenade peut contribuer à l'allongement du séjour.

Aménagement et attractivité

L'aménagement d'un site touristique doit combler trois grandes dimensions afin d'accroître l'attractivité d'un site touristique : a) la fonctionnalité, b) l'esthétique et c) la sociabilité (Atout France, 2012; Maliene, 2012).

La fonctionnalité d'un espace peut être définie par la facilité de son accès, notamment par rapport au centre-ville et aux différents points d'entrée. Dans ce contexte, le transport en commun, les navettes fluviales, les transports alternatifs, les espaces de stationnement, la signalisation et la mise en place de points de repère apparaissent essentiels. L'accessibilité universelle pour l'ensemble des promeneurs s'inscrit également dans cette dimension de fonctionnalité (voir à titre d'exemple la **Erreur ! Source du renvoi introuvable.**).

Le projet d'aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain apparaît partiellement posséder cette dimension de fonctionnalité notamment par la présence de ses espaces de stationnement. La réalisation du projet devrait idéalement être bonifiée par l'offre de navettes entre le Vieux-Québec et la promenade ou l'offre de navettes fluviales, et ce, afin d'accroître l'attractivité du site pour les touristes qui ne se déplacent pas en voiture, et pour réduire ainsi la perception de distance.

Figure 4 : Fonctionnalité des aménagements (Promenade de front de mer, Barcelone)



Source : Pascale Marcotte

La dimension esthétique a trait au décor au le paysage de la destination. La création d’ambiances, l’animation, la mise en valeur des différents patrimoines - industriel, naturel, culturel – le mobilier urbain (ex. supports à vélo, bancs, réverbères) font partie des éléments qui peuvent contribuer à définir une identité particulière au lieu, et qui pourront être spécifiquement recherchés par les touristes. La propreté des lieux s’inscrit également parmi les critères esthétiques, et qui peuvent notamment renforcer le sentiment de sécurité des promeneurs. Le projet d’aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain apparaît combler cette dimension par la mise en valeur du fleuve, mais également par ses principaux équipements, miroir d’eau et bassin, ainsi que par l’accès au fleuve (ex. plage). L’offre de services complémentaires à l’aide de partenariats pourrait accroître l’importance de cette dimension dans l’attractivité du site.

La sociabilité repose sur l’harmonisation et la mixité des usages (ex. marche, vélo) et des usagers (ex. entre les résidents et les touristes). Cette sociabilité demande également la création d’espaces permettant les échanges ce qui favorisera *in fine*, l’attachement et la fidélité à l’égard du lieu. Favoriser les rencontres dans les cafés, les marchés, les espaces musicaux, les espaces de jeux, créer des pôles nocturnes d’animation, des jardins collectifs, représentent des moyens d’accroître la dimension de sociabilité, de faire en sorte qu’un site aménagé puisse devenir un lieu vivant que l’on souhaite fréquenter. Le projet d’aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain apparaît combler cette dimension par un aménagement permettant d’accroître la qualité de vie des résidents, mais également pour le développement d’un site qui pourrait répondre aux besoins des touristes urbains.

Figure 5 : La socialisation dans les aménagements (Dieppe, France)



Source : Pascale Marcotte

Paysage et attractivité touristique

Le paysage représente un élément constitutif de l'image d'une destination, une image qui influence le choix et les attentes des touristes. En effet, la beauté du paysage naturel, les panoramas exceptionnels et le climat sont largement reconnus comme étant les attributs les plus influents de l'attractivité touristique, et incidemment du choix d'une destination (Coopers et Lybrand 1996; Hu, 1993). Le touriste « rentre dans la société par le paysage et non par l'habitant » (Viard 2004, dans Donadieu, 2007: 17). Parce qu'il incarne les valeurs et les symboles d'un peuple, le paysage en reflète l'identité. Unique et distinctif, le paysage est un avantage concurrentiel majeur pour une région souhaitant se distinguer (Zins et Jacques, 1999). On ne peut donc se surprendre que les paysages, « constituent la matière première de l'industrie touristique » (Tourisme Québec, 2000: 12).

Le paysage peut ainsi constituer en soi un attrait, comme il peut apporter une valeur ajoutée à certaines activités récréotouristiques en servant de « décor » (Zins et Jacques, 1999). Il participe donc non seulement à l'attractivité d'une région, mais fait maintenant partie, au même titre que les autres activités culturelles ou récréatives, de l'offre touristique d'une destination. Possédant une valeur d'attraction, le paysage génère donc lui aussi des retombées touristiques et économiques. Il est une « ressource exploitable et utilisable » (Cazes *et al.*, 1993) et c'est pourquoi l'on hésite plus à le façonner ou même à le produire (Paquet, 2014). Il faut ainsi comprendre la mise en valeur paysagère, qui permet d'agir sur la qualité globale d'un lieu, comme un moyen d'améliorer la qualité de l'offre touristique et de ses retombées (Desvignes, 2008).

L'attractivité du littoral

Que ce soit à la ville ou en pleine forêt, les espaces riverains sont parmi les plus recherchés par les touristes et les résidents. Dans plusieurs endroits du monde, le tourisme est d'ailleurs devenu le premier secteur économique des littoraux. Par exemple, en France maritime, le tourisme représente 15 fois le chiffre d'affaires des ports (Lavaud-Letilleul, 2012).

L'enquête sur les activités et les préférences en matière de voyages des Américains (EAPV, 2006) indique également que les activités de plein air les plus pratiquées lors d'un séjour de vacances sont liées au milieu aquatique, et particulièrement océanique (baignade, bain-de-soleil), ainsi qu'à l'observation de sa faune. Ce sont le plus souvent des activités relativement passives, auxquelles des voyageurs de tout âge peuvent s'adonner. Du côté des voyageurs Canadiens, au début des années 2000, 30,6 % des individus d'âge adulte ont déclaré pratiquer la baignade et la navigation de plaisance durant leur séjour. Ces activités arrivent en troisième position des activités de plein air les plus pratiquées par les Canadiens.

Il n'est donc pas étonnant que les aménagements littoraux se soient multipliés. Dans le cas du miroir d'eau de Bordeaux, la référence pour ce type d'installation, il est devenu en seulement quelques années un élément incontournable, l'une des attractions majeures de la ville (33-bordeaux, s.d.) et l'un des sites les plus fréquentés par les résidents et les touristes (Bordeaux, s.d.). La reproduction du modèle n'est toutefois pas une garantie de réussite, tant s'en faut. Le projet doit s'inscrire dans un contexte particulier. Son authenticité est la qualité qui lui permettra de trouver sa place dans le marché concurrentiel touristique, en créant une vitrine promotionnelle unique, et auprès de la population résidente (Ingallina, 2007 ; Roncayolo, 2007).

L'impact du projet de la promenade Samuel-De Champlain sur le paysage

Les interventions et les aménagements proposés par la phase 3 du projet de la promenade Samuel-De Champlain possèdent une forte composante paysagère. Les équipements projetés : le bassin de baignade, la plage et le miroir d'eau, permettront d'avoir un accès privilégié au paysage du fleuve. En donnant l'impression visuelle de s'établir en continuité avec le fleuve, le bassin et le miroir procureront une mise en contact très particulière avec ce paysage, permettant ainsi une expérience unique de celui-ci (voir la Figure 6).

Le panorama offert aux visiteurs de la promenade est d'ailleurs répertorié parmi ceux composant la signature paysagère de la région métropolitaine de Québec. En effet, près de 30 panoramas d'intérêt ont été identifiés par la Communauté métropolitaine de Québec comme traduisant « les qualités paysagères des bassins visuels du fleuve » (CMO, 2013). Il est également à noter que la vue sur la promenade, celle que l'on peut avoir depuis le pont de Québec, est également répertoriée comme un autre de ces panoramas d'intérêt (voir la Figure 7). Cependant, au niveau du site ciblé par la phase 3, la qualité paysagère semble dégradée (Figure 9). L'aménagement du lieu permettra donc d'améliorer le coup d'œil depuis le fleuve, ou de la rive nord, et d'améliorer l'esthétique paysagère du site. Il est à noter que dans l'optique d'un développement des croisières fluviales ou des croisières internationales, il est primordial d'offrir un point de vue de qualité sur la rive. Ces aménagements participeraient donc non seulement à donner accès à un paysage emblématique de la ville et à expérimenter ce dernier d'une façon singulière, mais permettraient également de doter les croisières d'un environnement distinctif dans lequel circuler.

Figure 6 : Le projet de miroir d'eau de la Promenade Samuel-De Champlain



Source : CCNQ

Figure 7 : Paysage du fleuve à partir du point d'observation du pont de Québec



Source : www.gis.cmquebec.qc.ca/GeoSuite/Viewer.html?Viewer=Geopanorama

Figure 8 : Paysage du fleuve à partir du point d'observation de la promenade Samuel de Champlain (quai des Cageux)



Source : www.gis.cmquebec.qc.ca/GeoSuite/Viewer.html?Viewer=Geopanorama

Figure 9 : Sites de la phase 3



Source : CCNQ.

La CMO (2013 : n.p.) identifie que « les paysages de la région et les nombreux atouts du fleuve Saint-Laurent constituent des actifs qui, parfois, sont insuffisamment valorisés et ne bénéficient d'aucune reconnaissance ou mesure d'aménagement adéquate ». Elle se dote, afin de relever le défi que présente cette situation, d'objectifs tel : « reconnaître les unités de paysage d'intérêt métropolitain et contribuer à leur préservation, à leur valorisation et à leur aménagement » et « protéger et améliorer l'accessibilité aux points de vue permettant de saisir les paysages d'intérêt métropolitain ». Le projet de la phase 3 participe à ces deux objectifs en valorisant et en aménageant le paysage vu depuis l'eau ou la rive et en permettant l'accès à un point de vue d'intérêt sur le fleuve.

La construction de ces nouveaux équipements permettra ainsi de créer un « tableau paysager » distinctif (Mercier, s.d.), c'est-à-dire que ces éléments viendront s'ajouter à ceux naturels déjà présents afin de former un paysage unique. Un « tableau paysager », permettant de mettre en scène l'unicité et l'identité d'un lieu, de composer une image de marque, une « figure, reproductible et voyageuse » qui attire les populations mobiles « de plus en plus friandes de ces représentations » (Paquet 2014). En effet, en créant des lieux distinctifs, ces paysages aménagés se présentent comme des images recherchées, consommables, comme des « marques de commerce ». Attirés sur place, les promeneurs et touristes, pour qui la consommation des lieux visités passe aujourd'hui grandement par la prise de photographies, reproduiront cette image, l'amenant ainsi à circuler davantage (Joliet et Martin, 2007). Les touristes, attirés par l'image vue en ligne ou dans des brochures, se rendent à leur tour sur place afin de reproduire leur version de l'image qui sera par la suite partagée et encouragera à nouveau la mobilité. Un aménagement constitué d'éléments distinctifs peut donc participer à favoriser l'attractivité d'un lieu et les déplacements vers celui-ci en offrant un tableau paysager qui sera facilement capté en image et mis en circulation.

Le paysage touristique

La qualité touristique d'un paysage se définit de différentes façons. Les qualités esthétiques et pittoresques du paysage, associées à la peinture du paysage, auraient pavé la voie aux pratiquants d'activités de nature qui verraient plutôt le paysage comme « un terrain de jeu ». Les protecteurs de la nature viendront ensuite tenter de le conserver, accompagnés peu après de ceux qui verront dans le paysage des principes de durabilité. C'est donc à travers différents filtres, ceux de l'art, de la morale (le bien-être associé à la nature), de la science (l'écologie) et du développement durable que naissent tour à tour ces quatre façons de percevoir le paysage (Donadieu, 2007). Ce serait donc par l'entremise de ces quatre regards du touriste, qui ne sont pas mutuellement exclusifs, que l'on pourrait analyser la qualité touristique d'un paysage.

La phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain, par le paysage auquel elle donne accès et par celui qu'elle propose de composer, semble répondre à ces différents regards du touriste (voir le Tableau 3 :

Regard paysager et attractivité touristique Tableau 3). Donnant accès à une vue privilégiée sur le fleuve et reflétant ces caractéristiques naturelles particulières dans son miroir d'eau, le projet met en valeur un paysage aux qualités esthétiques et pittoresques. Offrant des équipements qui permettront diverses activités telles la promenade et la baignade ayant comme toile de fond ce paysage singulier, cette partie de la promenade pourra également être vue comme un lieu à privilégier pour la pratique de ces activités. Conservant et réhabilitant un espace naturel auquel il donne accès, le projet offrira aussi un élément de conservation paysagère. En requalifiant un site dégradé et en lui procurant un nouvel usage qui pourra perdurer, par l'entremise de ses équipements, il se dote également de qualités durables.

Tableau 3 : Regard paysager et attractivité touristique

| REGARD | PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN, PHASE 3 |
|---------------------------|---|
| Esthétique et pittoresque | Paysage fluvial naturel et miroir d'eau qui le reflète |
| Terrain de jeu | Piscine, plage et miroir d'eau |
| Protection | Conservation des espaces naturels |
| Durabilité | Requalifie un site dégradé et lui donne un nouvel usage |

Ainsi que le souligne Tourisme Québec, « les régions qui ont réussi à développer leur industrie touristique avec bonheur sont celles qui ont su conserver et rehausser, à travers le temps, les charmes de leurs paysages en intégrant judicieusement leurs nouveaux usages aux éléments hérités du passé » (Tourisme Québec 2000 : 12). En conjuguant les différents usages pouvant être faits de la ressource paysagère, le projet assure ainsi une meilleure attractivité touristique du lieu.

Les attributs de la destination

Le Tableau 4 présente une synthèse des principaux attributs d'un territoire qui permet le développement de l'attractivité touristique et ce, tels que définis par l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) et Ritchie et Crouch (2005). L'analyse du projet d'aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain, nous permet d'affirmer que cet espace possède le potentiel nécessaire afin de devenir une destination touristique attractive. Toutefois, certains attributs devront être développés afin de permettre au site de devenir attractif.

Tableau 4 : Les attributs de l'attractivité de la promenade Samuel-De Champlain

| ATTRACTIVITÉ DU TERRITOIRE | |
|---|---|
| Attributs selon l'OMT et Ritchie et Crouch (2005) | Attributs de la promenade Samuel-De Champlain |
| 1. Ressources touristiques naturelles (physiographie et climat) | <ul style="list-style-type: none"> • Fleuve, berges revitalisées, falaises, marais, plage, Rive-Sud, saisonnalité (hiver). |
| 2. Patrimoine culturel et historique | <ul style="list-style-type: none"> • Secteurs historiquement riches (ex : quai Frontenac, plage du Foulon, fleuve, patrimoine portuaire et naval de Québec). • Lien avec le quartier historique de Sillery, le Parc des Champs-de-Bataille et le Vieux-Québec (Patrimoine mondial de l'UNESCO). |
| 3. Conditions climatiques | <ul style="list-style-type: none"> • Saisonnalité permettant de développer différents produits touristiques. • Potentiel hivernal à considérer, malgré le vent. |
| 4. Infrastructures | <ul style="list-style-type: none"> • Boulevard Champlain, stationnements, escaliers, quais, pavillons de service, piste multifonctionnelle. |
| 5. Services et installations touristiques | <ul style="list-style-type: none"> • Pavillons de services, miroir d'eau et bassin, piste cyclable et piétonne. • Hébergement, accessibilité par transports en commun et « doux » (vélo, trottinette...) |
| 6. Activités | <ul style="list-style-type: none"> • Vélo, marche, patin (été et hiver), baignade, pêche, pique-nique, ski de fond, lecture en nature. |
| 7. Évènements spéciaux | <ul style="list-style-type: none"> • Compétitions sportives (marathon, course, voile, triathlon d'hiver, etc.), marchés publics, spectacles, tenue d'événements. |
| 8. Divertissement | <ul style="list-style-type: none"> • Opportunités culturelles (expositions, foires), spectacles, activités d'interprétation, art public, animation de rue. |
| 9. Superstructures | <ul style="list-style-type: none"> • Miroir d'eau, bassin. |
| 10. Relations entre les marchés (récepteurs et émetteurs) | <ul style="list-style-type: none"> • Définir le rôle de CCNQ dans l'établissement de partenariat pour la promotion de la ville et de la promenade. |

OBJECTIF SPÉCIFIQUE 5 : IMAGES DE LA PROMENADE ET ATTRACTIVITÉ

Évaluer l'attractivité de la promenade par la présence des images sur les réseaux sociaux.

L'attractivité peut être suscitée le « bouche-à-oreille », une promotion qui a largement pris la forme aujourd'hui des images que les touristes diffusent sur les réseaux sociaux. Pour comprendre l'attractivité des sites par l'image, une recherche d'images a été effectuée pour les différents équipements (bassins et miroir d'eau) identifiés à l'annexe A. Les données et la méthodologie détaillées sont présentées à l'annexe B.

Attractivité et image : le rôle des représentations photographiques

Attisant le goût pour le voyage, la photographie participe depuis longtemps à l'essor du tourisme. C'est ainsi que les lieux et les paysages qu'elle représente deviennent de vraies destinations. La photographie, à « la fois la motivation et la gratification (ou la preuve) » du voyage, nous permet, en un fragment, de s'approprier le territoire qu'elle représente. Un phénomène qui ne fera que s'accélérer avec l'arrivée du numérique et du web 2.0, facilitant comme jamais auparavant la prise d'images, mais surtout leur diffusion. L'image n'est toutefois pas la seule reproductible, le comportement qu'elle induit l'est également (Paquet, 2011). En effet, l'appareil photographique est aujourd'hui un indicateur de ce qu'est être un touriste (Robinson et Picard, 2009; Markwell, 1997). Pour certains, photographier est même un geste essentiel de *faire* du tourisme, de le performer (Baerenholdt *et al.*, 2004; Larsen, 2004).

Sur les sites web de partage de photographie, tels Flickr ou Instagram, les images des destinations visitées par les touristes, usagers de ces sites, abondent. Sur ces réseaux sociaux, s'organisent des communautés dans le but d'échanger images, conseils et commentaires sur leur pratique photographique. Dans ce « système cohérent de socialisation des images » (Gunthert, 2009 : 189), ont lieu des conversations, autant textuelles que visuelles, dans lesquelles sont exprimées opinions, souvenirs et expériences en rapport aux objets, sujets, lieux et événements représentés. Les conversations et les images qui leur sont associées participent à la construction de la valeur sociale, culturelle et identitaire d'un sujet, d'un objet, d'un groupe (Freeman, 2010). Les images des destinations et des lieux visités par des voyageurs qui sont publiées sur ces sites de partage de photographies – faisant souvent preuve d'une recherche esthétique poussée – participeraient donc à construire la valeur de ces destinations et de ces lieux.

L'attractivité d'une destination sera donc aussi tributaire des images diffusées. Ces images circulant sur Internet, incarnations sensibles de l'« œil du touriste », détiendraient ainsi un certain pouvoir puisqu'elles mettraient en lumière ce qui est vu, le dégageraient de l'invisible et de l'oubli (Lazzarotti, 2009 : 46). Cette mise en lumière a des portées tant symboliques qu'économiques : elle attire l'attention sur certains lieux, les rend attrayants et éveille ainsi le désir de s'y rendre. Pour avoir envie de se déplacer, le touriste doit tout d'abord être capable de s'imaginer le lieu de son désir.

Les images circulant en ligne, résultant de ce regard du touriste et le traduisant même, possèdent donc cette capacité à mettre les gens en mobilité. Elles témoignent de ce fait de l'attrait d'un lieu et de sa popularité. Plus un site génère d'images sur Internet, plus on peut le considérer comme suscitant une forme d'attrait. Mais surtout, correspondant à la vision que peut avoir un touriste ou un visiteur du lieu qu'il découvre, les photographies qu'il en partage permettent d'identifier ce qui rend le lieu unique et intéressant. S'intéresser aux photographies que génèrent les sites identifiés à l'objectif 1, permet donc de révéler l'image que l'on peut avoir de ces sites et les éléments distinctifs qui composent leur attrait.

L'analyse comparative des images disponibles sur les réseaux sociaux ⁷

L'analyse des images trouvées démontre que les bassins qui semblent jouir d'une certaine popularité touristique sont tous situés dans des environnements distinctifs et semblent tous donner vue sur un paysage aux qualités esthétiques et identitaires marquées. La piscine de Kitsilano, par exemple, offre un accès à une vue sur l'horizon de la ville et sur les montagnes, deux éléments caractéristiques des paysages de Vancouver. La piscine de North Sydney donne quant à elle une vue sur le Harbour bridge (une icône de Sydney). Pour le Badeschiff, il s'agit d'une vue sur la Spree (la rivière traversant la ville) et sur la ville. Pour la piscine du Bondi Icebergs, elle se situe sur une des plages mythiques de Sydney.

Le bassin de la phase 3 semble avoir quelques similarités avec ces derniers : il va lui aussi s'inscrire dans un environnement assez distinctif donnant vue sur le fleuve Saint-Laurent (à partir d'un point de vue déjà répertorié comme étant emblématique pour la ville de Québec) et sur le pont de Québec. Cependant, afin que le bassin de la promenade obtienne une popularité semblable aux bassins présentés ici, il semble nécessaire que le lieu dans lequel il se situe soit un peu plus développé au niveau touristique. Si, par exemple, la promenade est rattachée à un ensemble d'activités et de circuits touristiques, il est alors fort probable que le bassin s'établira comme un point d'ancrage de ces différents produits.

Pour les miroirs d'eau, le paysage environnant semble également jouer un rôle dans leur attractivité. Comme en témoignent les images trouvées, ce sont les différentes réflexions qu'ils offrent qu'on représente. Soit une œuvre d'art (pour la Crown Fountain), un bâtiment patrimonial (pour Bordeaux) ou le paysage environnant (pour la Promenade du Paillon) s'y reflètent. La possibilité de faire des images originales semble aussi attirer les visiteurs sur place : plusieurs prennent leur réflexion en photo ou celle des gens avec qui ils sont ou simplement celle des passants. Pour que le miroir d'eau de la phase 3 ait la possibilité de devenir un attrait remarquable, il est essentiel que les éléments reflétés caractérisent le site.

7. Pour cette démarche empirique, deux sites de partage de photographies furent ciblés : Instagram et Flickr. Ces plateformes furent sélectionnées pour effectuer la recherche d'images en ligne puisqu'il s'agit de deux sites de partage de photographies dont le contenu est produit par les usagers. Les usagers de ces sites utilisent ces plateformes afin de publier images et commentaires et d'échanger sur leur pratique photographique. Les données contenues dans ces plateformes de partage permettent de vérifier la popularité photographique d'un site, le type d'images que les visiteurs peuvent avoir en tête avant de se rendre sur le site et les éléments du site qui semblent être les plus photographiés par les touristes, et donc les plus attrayants.

Bien qu'il semble possible pour les équipements projetés pour la phase 3 du projet d'obtenir une popularité au niveau touristique, il est important de noter que les équipements décrits ci-haut sont en majorité situés dans des lieux, ou près de lieux, qui sont déjà des attraits touristiques. Le bassin du Bondi Icebergs par exemple est situé juste à côté de la plage de Bondi (#51/294 sur TripAdvisor et récipiendaire du prix Traveller's choice). La piscine de Kitsilano est à côté de la plage de Kitsilano (#27/185 attractions à Vancouver selon TripAdvisor). La piscine de North Sydney est sous le Harbour bridge (#6/294 des attractions de Sydney selon TripAdvisor et prix Traveller's choice). Le miroir d'eau de Bordeaux est sur la place de la Bourse (#2/86 attractions à Bordeaux selon TripAdvisor). La Crown Fountain est quant à elle dans le Millenium Park (#8/366 attractions de Chicago selon TripAdvisor). Ces bassins et miroirs d'eau viennent donc compléter une offre déjà présente, ou viennent s'y greffer.

On peut ainsi penser les équipements et les paysages dans lesquels ils s'inscrivent comme ayant les uns sur les autres des effets externes positifs. Les bassins et miroirs d'eau sont en effet des externalités positives du lieu où ils se situent dans le sens où ils permettent de retenir les visiteurs sur place et offrent autre chose à faire que la seule contemplation du paysage (comme de la baignade, des jeux d'eau et de la photographie). Ce paysage est quant à lui aussi une externalité positive pour ces équipements puisqu'il attire les touristes et visiteurs sur place.

Ces images viennent également confirmer que le paysage dans lequel s'inscrit une activité a autant d'importance que l'activité en elle-même. Ces sites ne sont pas simplement populaires pour ce qu'ils offrent comme activités (activités qui sont souvent peu variées); ils sont plutôt populaires parce qu'ils offrent une activité qui peut alors se faire dans un lieu exceptionnel, qui vaut le déplacement.

Bien que les résultats présentés à l'annexe B ne soient que des indicateurs du nombre total d'images circulant en ligne, ces images et leur présence sur Internet nous permettent tout de même de corroborer la popularité des sites représentés. Plus il y a de photographies d'un site qui circulent, plus ce site peut être considéré comme populaire, puisque plus de personnes s'y seront rendues pour capter le lieu en image et le partager ensuite. Tous les sites présentés dans l'annexe B, dont un nombre considérable d'images sont diffusées sur seulement deux sites de partage de photographies, semblent en effet connaître une popularité assez importante. Ces images témoignent également du fait que même si un équipement n'est pas utilisé comme produit d'appel par les offices de tourisme de la ville dans laquelle il se situe, celui-ci peut avoir un effet mobilisateur.

Promenade Samuel de Champlain

Popularité touristique

La promenade est classée #10/140 attractions à Québec selon TripAdvisor et on lui accorde une note de 4,5/5 ainsi qu'un certificat d'excellence. Les commentaires laissés sur le site soulignent les vues offertes sur le fleuve (« une vue superbe sur le Saint-Laurent et Lévis », « vue magnifique sur le fleuve et les voiliers », « Une promenade dans un cadre majestueux »⁸), les aménagements (bancs et quais) et la saisonnalité du lieu (agréable de s'y promener en hiver). Sur le site officiel de l'Office de tourisme de la ville de Québec, elle fait partie d'un des incontournables, « Le fleuve Saint-Laurent & le Vieux-Port de Québec », qui regroupe le Vieux-Port de Québec, l'Aquarium de Québec et la promenade. Il est spécifié qu'elle « vaut aussi le détour : le fleuve à vos pieds y est tout simplement spectaculaire! ». Elle apparaît également sur d'autres sites de voyage comme Voilaquebec.com⁹ ou le guide Ulysse en ligne¹⁰ qui la décrit comme « un havre de paix et de tranquillité directement aux abords du Saint-Laurent ».

Images en circulation

Sur Flickr, on trouve 1360 résultats à propos de la promenade. Ils représentent des images des aménagements (quais, quai des Cageux, pavillon, bancs, jets etc.), des œuvres d'art, de la vue sur l'eau ainsi que la promenade enneigée. Plusieurs images semblent toutefois provenir du compte de la CCNQ.

Sur Instagram, les images sont trouvées à l'aide de ces hashtags :

- #promenade champlain: 146 publications
- #promenadesamueldechamplain: 64 publications
- #quaidescageux: 17 publications

On retrouve des images des aménagements (surtout des jets et des quais, du quai des Cageux, des vues sur l'eau et des vues sur l'eau et le pont, des images de personnes se prenant en photo, quelques images de la promenade l'hiver).

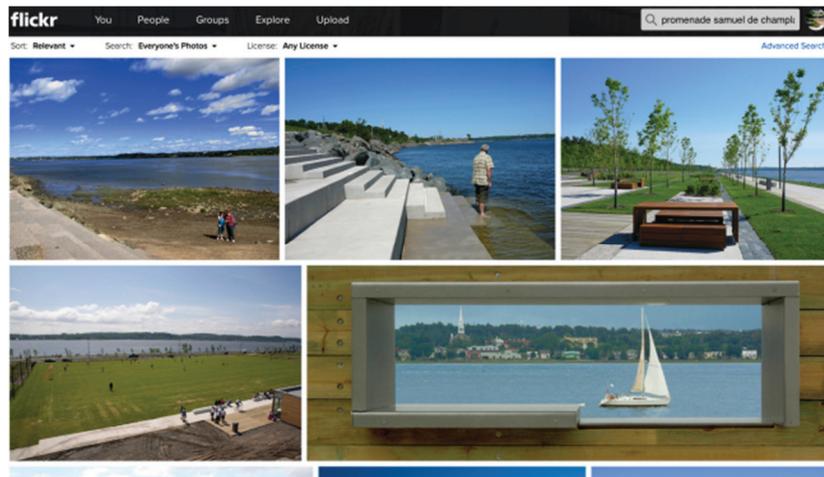
Les aménagements semblent être les éléments qui génèrent le plus d'images et le quai des Cageux revient assez souvent dans les images trouvées. La vue sur le fleuve est également un autre élément récurrent dans ces images.

8. www.tripadvisor.fr/Attraction_Review-g155033-d186680-Reviews-La_Promenade_Samuel_De_Champlain-Quebec_City_Quebec.html

9. www.voilaquebec.com/attraits/plein-air/pistes-cyclables/pistes-cyclables/publication/648/index.html

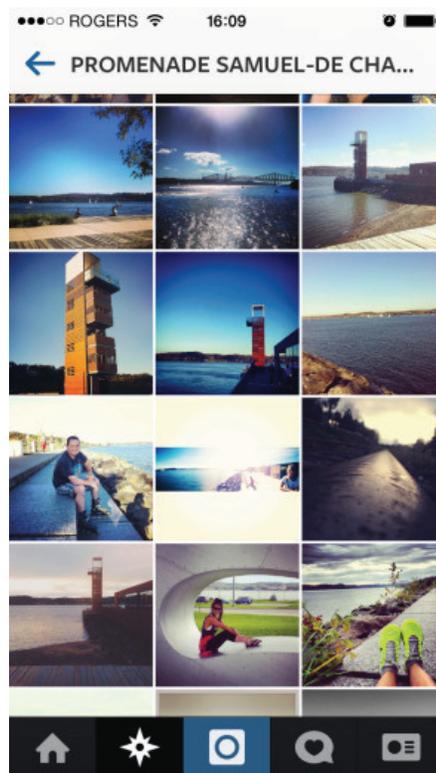
10. www.guidesulyse.com/guides-destinations/Idee-descapade-Balade-sur-la-promenade-Samuel-De-Champlain-avec-vue-sur-le-fleuve/100098/

Figure 10 : Capture d'écran d'une recherche Flickr sur la Promenade



Source : www.flickr.com/search?text=promenade%20samuel%20de%20champlain&sort=relevance

Figure 11 : Capture d'écran d'une recherche Instagram sur la Promenade



Parmi les sites comparables, les éléments qui génèrent le plus des images sont : les activités, les spectacles et événements organisés sur place, les paysages auxquels les lieux donnent accès ainsi que les aménagements distinctifs (architecture, quai). Pour la promenade, ce sont également les paysages et les aménagements qui sont, pour l'instant, les plus photographiés.

OBJECTIF SPÉCIFIQUE 6 : DES PRODUITS TOURISTIQUES SUR LA SCÈNE DE LA STATION DU FOULON

Identifier en Amérique ou à l'étranger des activités ou des produits touristiques associés à des projets d'aménagement mettant en valeur le littoral urbain.

L'analyse des sites urbains aménagés le long d'un littoral permet d'identifier des activités ou des produits touristiques qui pourraient être offerts sur la promenade Samuel-De Champlain.

L'hiver

Plusieurs aménagements des pays du nord offrent des activités ou des produits associés à l'hiver. Ces activités ou produits permettent notamment de rentabiliser les investissements et de permettre une plus grande utilisation des lieux par les résidents et les touristes. Pour la promenade, ce constat apparaît d'autant plus pertinent que l'hiver est identifié comme un axe majeur de développement touristique par le ministère du Tourisme (voir à ce sujet Gouvernement du Québec, 2012).

La promenade apparaît comme un espace adéquat pour l'offre d'activités ou de produits touristiques hivernaux. Comme les autres sites urbains, elle offre différents pavillons d'accueil qui facilitent l'accueil des visiteurs en hiver notamment lorsque le vent balaie les berges. Des circuits de patin, raquette, ski de fond, marche, trottinette des neiges ou des espaces de glissades peuvent être des occasions de séjourner plus longtemps à Québec.

L'analyse comparative des sites urbains aménagés le long d'un littoral démontre que l'offre d'événements ou d'activités culturelles, patrimoniales ou sportives, est tributaire de partenariats entre les gestionnaires des sites et des organisations privées ou publiques. Des partenariats avec les événements hivernaux québécois apparaissent comme une condition de réussite de l'animation et de l'offre touristique hivernale. On peut suggérer la présence de l'Hôtel de Glace, d'activités du Carnaval de Québec ou encore à l'offre de courses de ski. Une patinoire aménagée sur le miroir d'eau à la manière du Rotary Centennial Pond (Burlington) et la patinoire du Vieux-Port de Montréal peuvent être considérées comme des exemples inspirants (voir Figure 12).

L'offre touristique hivernale pourrait également être associée à des activités contrastantes ou complémentaires avec l'hiver. L'offre d'une piscine couverte chauffée, à l'exemple du Badeschiff (Berlin), apparaît comme un équipement permettant le développement de la fréquentation de la promenade en hiver (voir Figure 13). Dans le cas de la piscine berlinoise, la structure couverte en hiver permet au bassin d'être accessible à longueur d'année. Cette structure a d'ailleurs été développée sur mesure, puisque le bassin n'était pas initialement prévu pour être accessible durant les quatre saisons.

Figure 12 : Rotary Centennial Pond (Burlington)



Source : City of Burlington (cms.burlington.ca/Page2537.aspx#.VBLq4Pl5OSo)

Figure 13 : Badeschiff (Berlin)



Source : Morgen Post (www.morgenpost.de/multimedia/archive/00053/111689_jpg_53449b.jpg)

L'automne et le printemps

Aucun des sites urbains aménagés le long d'un littoral en Amérique ou à l'étranger ne met en valeur les paysages d'automne ou de printemps. Bien que des activités se déroulent pendant ces saisons, le paysage de ces saisons n'est pas le centre d'attention.

Pour la promenade, en plus de l'offre d'activités touristiques, les paysages d'automne et de printemps pourraient être valorisés, et ce, compte tenu des essences d'arbres présentes le long du littoral (ex. coloris d'octobre et floraisons de printemps) (Voir Figure 14). Ces périodes de l'année sont souvent moins achalandées et l'offre de produits différents pourrait jouer un rôle positif sur l'attractivité générale de la destination et les retombées économiques. Pour les clientèles internationales, les coloris d'automne sont spectaculaires et très distinctifs.

Figure 14 : La Promenade, l'automne



Source : Pascale Marcotte

Les croisières-excursions et croisières fluviales

Plusieurs aménagements des pays du nord offrent des activités ou des produits associés aux croisières-excursions ou aux croisières fluviales. Ces croisières offrent la possibilité d'accroître le nombre de touristes vers la destination et d'offrir de nouveaux produits touristiques (ex. excursions sur le fleuve). Finalement, certains sites sont aménagés de façon à faciliter la mobilité par transport fluvial (ex. bateau-taxi).

L'aménagement de la promenade, qui embellira le point de vue des croisiéristes sur la rive, pourra contribuer à l'attractivité de la région et pourrait contribuer au développement du marché des croisières. Mentionnons qu'au Québec, les croisières-excursions et croisières fluviales sont des produits en plein développement (Gouvernement du Québec, 2012). Par exemple, en 2011, 900 000 passagers (dont 40 % de visiteurs hors Québec) se sont embarqués pour une croisière-excursion. Ces croisières sont d'une durée de moins de quatre heures avec le même point de départ et d'arrivée. En 2011, les croisières fluviales (d'une durée d'un à plusieurs jours, avec des points d'origine et d'arrivée différents) ont accueilli 52 000 passagers. Ces séjours touristiques, nécessitant des prestations d'hébergement et de restauration, sont particulièrement lucratifs pour l'industrie touristique.

L'aménagement de la promenade pourrait également favoriser la mobilité des résidents et des touristes. Des navettes ou taxis fluviaux pourraient notamment faciliter l'accès, d'est en ouest, aux différents sites de la promenade, diminuant toujours la distance perçue avec le Vieux-Québec.

Animations nocturnes

De nombreux sites aménagés à l'étranger offrent des activités d'animation nocturnes. Ces activités sont propices à la prolongation du séjour, les touristes choisissant plus souvent de s'héberger sur place. Devant ce constat, on peut penser que la promenade pourrait s'animer la nuit (ex. arts de la rue, théâtre ambulant, concerts, marchés nocturnes, défilés en partenariat avec les grands événements québécois tels que les Fêtes de la Nouvelle-France). La CCNQ ayant l'expertise dans ce domaine, elle peut la mettre à profit afin d'éclairer la promenade et de créer un paysage nocturne en continuité avec les éléments de mise en lumière déjà réalisée et qui viendrait s'annexer à la promenade portuaire du Foulon, projet mis de l'avant par le Port de Québec (voir Figure 15).

On note que les plans d'eau dans certaines villes sont utilisés afin de créer de l'animation et d'offrir des activités récréatives. On peut notamment mentionner les activités de bateaux téléguidés répertoriées à New York et Paris. Cette activité populaire auprès des enfants et des familles permet d'animer le site pendant la journée. Le bassin ou la piscine de la promenade pourrait également offrir une activité d'animation sur le plan d'eau en soirée.

Figure 15 : La promenade Samuel-De Champlain, de nuit



Source : www.capitale.gouv.qc.ca/img/multimedia/fonds-ecran/1024/1024-promenade-champlain3.jpg

Événements sportifs et activités contemplatives

L'accueil d'événements sportifs, tels que des courses et des compétitions, dans ce décor spectaculaire, pourrait être une forme d'animation de la promenade. Il apparaît en effet que la popularité d'un événement sportif, tel qu'un marathon, n'est pas uniquement tributaire de son niveau de compétition, mais qu'elle est également liée à la nature festive et ludique de l'événement, et au décor dans lequel il se produit (ex. « Color Me Rad 5K ») (Barthelemy, 2002, Blin, 2012). La promenade offre non seulement le décor spectaculaire, mais elle peut accueillir des événements sportifs en toute saison, même l'hiver (ex. compétition de ski de fond).

Certains sites offrent des activités contemplatives soit pendant une saison spécifique (ex. hiver), soit pour certains segments de clientèles. L'espace est alors utilisé comme lieu de contemplation du paysage ou de relaxation. Des activités contemplatives, telles le yoga, la lecture et la peinture sont notamment offertes. Le site de la promenade Samuel-de Champlain permet l'offre de ce type d'activités. Par exemple, l'aménagement de « bibliothèques en plein air » pourrait être réalisé sur la berge et différentes méthodes de gestion pourraient être proposées. Pensons à un échange spontané de livres entre promeneurs, un service de bibliothèque itinérant ou à la présence de bouquinistes.

Comme le propose le site de Dieppe (France), la CCNQ pourrait également offrir une location d'espaces de détente ou de rangement afin de favoriser ce type d'activités (voir Figure 16). Ces locations pourraient être disponibles pour une journée, une semaine ou une saison.

Figure 16 : Espace de location (Dieppe, France)



Source : Pascale Marcotte

Certains sites offrent des quais pour la mise à l'eau de petites embarcations, mais qui deviennent des lieux de contemplation. C'est notamment le cas de la ville de Verdun qui met à la disposition des citoyens deux quais au Parc du Quai de la tortue (voir Figure 17). Ces quais offrent une façon privilégiée d'expérimenter le paysage du fleuve. À proximité, une entreprise de location de kayak s'y installe en saison estivale.

Figure 17 : Quais sur les berges de Verdun



Source : Michelle Bélanger

Un remonte-vélo

Par rapport à d'autres sites étudiés, certaines sections de la promenade représentent un défi pour les déplacements pédestres ou cyclistes. Si plusieurs escaliers sont prévus pour faciliter l'accès à la promenade, certains cyclistes peuvent ne pas vouloir s'y rendre de crainte d'affronter les côtes pentues. Un remonte-vélo pourrait rendre la circulation plus aisée entre la promenade et les rues situées sur le haut de la falaise (Voir Figure 18).

Figure 18 : The Trampe Cyclocable, Trondheim, Norvège.



Source : www.visitnorway.com/fr/produit/?pid=33874

Activités d'interprétation ou de visites

La dimension patrimoniale est présente dans quelques sites étudiés. La présence de bâtiments historiques, d'un site patrimonial reconnu (ex. par l'UNESCO dans le cas de Bordeaux) ou de patrimoine naturel, favorise le développement d'activités d'interprétation. Ces dernières permettent alors de répondre aux besoins du segment des touristes culturels. On constate que ces activités permettent d'intégrer le site, le paysage, les équipements et les attraits touristiques. Le site devient le lieu de mise en scène pour l'offre d'activités d'interprétation patrimoniale.

Dans le cas de la promenade, l'offre d'activités d'interprétation à caractère patrimonial pourrait compléter celles offertes dans le quartier historique du Vieux-Québec. En bonifiant le produit touristique d'appel (le Vieux-Québec), ces activités complémentaires pourraient contribuer à l'attractivité touristique et prolonger la visite des touristes culturels à Québec. On peut suggérer que les activités d'interprétation offertes sur la promenade pourraient mettre en exergue son histoire sociale - amérindienne ou coloniale - ou son passé industriel lié à la construction navale, ou portuaire. Plusieurs thématiques pourraient alors être développées, en partenariat avec les gestionnaires des équipements déjà présents sur le site ou dans les environs de la promenade (ex. la Maison des Jésuites, l'Aquarium du Québec, le Port de Québec, la Maison Cataraqui, le Bois-de-Coulonge, le quartier historique de Sillery, le Musée naval). Soulignons que des panneaux d'interprétation sont déjà présents sur la Promenade.

D'autres activités, telles des visites guidées ou accompagnées, recourant à des modes de transports variés et « doux » (vélo, kayak, canot, rabaska, train-balade) ainsi que des interprètes « postés » (des interprètes sur les lieux qui accueillent et répondent aux questions, sans parcours, ni horaire fixe,) complètent l'offre des activités d'interprétation sur différents sites étudiés à travers le monde. Ces activités pourraient également être offertes sur la promenade. L'offre d'activités d'interprétation destinée aux touristes pose parfois un défi au niveau logistique. En effet, l'intention d'accueillir plus de touristes oblige à offrir les produits d'interprétation en plusieurs langues.

Services et produits complémentaires

L'offre d'activités de baignade aux touristes (bassin, miroir d'eau ou plage) exige l'offre de produits complémentaires sur place, par le gestionnaire principal ou par des partenaires. Les sites étudiés offrent en effet pratiquement tous une offre de restauration ou la vente d'aliments. Cette offre vise notamment à permettre aux touristes de prolonger la durée de leur expérience sur le site.

Si les résidents qui connaissent le bassin prévoient apporter maillot et serviette lors de la visite sur la promenade, on peut penser que certains touristes n'auront pas les leurs avant de se rendre sur le site. La vente de ces objets peut également devenir une occasion de faire la promotion du lieu (ex. par l'offre d'objets à l'effigie de la promenade).

OBJECTIF SPÉCIFIQUE 7 : « LE PRODUIT FLEUVE »

Démontrer comment la promenade pourrait accroître le potentiel de développement de produits touristiques sur le fleuve ou sur le littoral.

La promenade : une « route touristique »

La promenade Samuel-De Champlain peut être conçue comme une « route touristique », avec ses haltes, sa piste cyclable ou piétonne, sa mise en lumière, ses animations ponctuelles, mais aussi une offre de services via des partenariats avec des organisations touristiques.

Se déplacer sur la promenade permet de se rendre d'un lieu à un autre, mais c'est aussi, en soi, une activité ludique, d'apprentissage ou de plaisir esthétique. La promenade, comme route touristique, crée un ordre physique dans l'espace, un ordre qui permet aux promeneurs de se représenter mentalement l'espace, de s'y déplacer et de se repérer plus facilement (Marcotte et Bourdeau, 2013). L'organisation de l'espace qui sera créé par le projet d'aménagement devrait réduire la distance perçue entre les grands équipements qui jalonnent la promenade. Lorsqu'ils s'aventurent hors des zones touristiques fortement fréquentées (ex. le quartier historique du Vieux-Québec), les touristes recherchent une organisation de l'espace. La représentation de cette « route » devrait permettre aux touristes de dominer un espace qu'ils ne connaissent pas.

Non seulement l'organisation de l'espace influence les déplacements des touristes, mais les activités d'animation que l'on retrouve sur un site permettent de cadencer la visite. Les distances étant relativement grandes entre les bâtiments de la promenade, il importe de maintenir l'intérêt des promeneurs avec des activités ou des points d'intérêts. Ces points d'intérêt réduiront la perception d'une distance et d'espaces « vides ». L'animation, par des jeux d'eau, la présence de terrain de jeux (ex. de pétanque ou de « skate parc »), la présence de guides, de spectacles d'art de la rue, permettront de cadencer la visite sur le site.

Une « route touristique » pour créer des partenariats

Pour les organisations touristiques qui s'y associent, la promenade peut être non seulement un outil d'organisation de l'espace, mais également l'occasion de créer des partenariats d'affaires. En effet, plusieurs organisations peuvent choisir d'offrir des services complémentaires pour animer la promenade. Par exemple, à l'offre de restauration déjà présente, pourraient s'ajouter des kiosques de location de vélos ou de trottinettes, des services de taxis fluviaux, des lieux d'hébergement avec vue sur la promenade ou offrant des vélos pour s'y promener. Les grands équipements que sont l'Aquarium et la chute Montmorency pourraient s'ajouter à cette route touristique afin de prolonger le séjour des touristes hors du Vieux-Québec.

Les partenariats d'affaires apparaissent comme une avenue importante afin d'accroître l'attractivité de la « route touristique » auprès des touristes. Ces partenariats et l'aménagement des équipements sur la promenade Samuel-De Champlain peuvent ainsi favoriser la perception d'un meilleur rapport « qualité-prix » pour les touristes qui s'y aventureront. Les touristes percevront qu'il y a beaucoup d'attraits et d'activités touristiques organisées autour d'un même espace.

Concevoir la promenade comme une « route touristique » permet donc la mise en commun des ressources des différents partenaires « riverains ». Pour le touriste, le développement d'une route permet de « voir » la promenade comme un fil conducteur : à la fois mode de transport et lieux d'animation. Cette conception de la promenade Samuel-De Champlain s'insère dans l'approche de l'espace multifonctionnel que l'on retrouve dans différents pays. Sur cette route, le bassin et le miroir d'eau apparaissent des marqueurs touristiques, ou des sites que doivent visiter les touristes, et pourraient devenir des icônes touristiques de Québec.

La promenade permet d'accentuer la thématique « fleuve » identifiée comme axe de développement pour le Québec et la région touristique de Québec. Certes, si le Vieux-Québec demeure central dans l'image projetée de la ville, le fleuve est aussi présent. La promenade s'inscrit donc comme un élément cohérent à intégrer dans la représentation de la destination touristique Québec.

La promenade associée au tourisme industriel

Dans la réalisation du projet d'aménagement de la phase 3, la Commission de la capitale nationale souhaite mettre en valeur le patrimoine naturel et historique présent dans la zone à l'étude. Dans cette optique, la mise en valeur de l'histoire industrielle du site, qui fut successivement lieu de transbordement du bois, terminal pétrolier, gare maritime et chantier naval (Port de Québec, s.d[b]), par le patrimoine industriel, permettrait de bonifier l'offre touristique de Québec.

Le tourisme industriel

Au cours des années 1980, la fréquentation des sites industriels au Québec connaît un essor croissant (Beaudet, 1996). Le même phénomène s'observe dans les sites industriels européens (Datzler *et al.*, 2010). En France, 20 millions de touristes visiteraient chaque année un site industriel ou associé au patrimoine industriel (Bianchini, 2008). Pour l'ensemble de l'Europe, le tourisme industriel génère « plus de 18 millions de séjours touristiques et 146 millions de visites d'un jour » (Lane *et al.*, 2013: 38).

Au Québec, les sites de patrimoine industriel et les offres de visites industrielles sont de plus en plus nombreux. Ils apparaissent maintenant dans certains guides touristiques¹¹. Bien qu'aucune statistique ne dénombre la fréquentation globale de ces sites, certains sites dénombrent une fréquentation assez élevée. Le canal de Lachine par exemple, ancien cours d'eau industriel devenu lieu historique national, a reçu en 2011-2012 près de 963 005 visiteurs (Parcs Canada, 2012).

11. Voir l'exemple des visites des barrages d'Hydro-Québec: www.quebec-guidetouristique.travel/activites-quebec/culture/visites-industrielles.php.

La visite de lieux du patrimoine industriel permet d'offrir une expérience culturelle significative, ce que recherchent les touristes (Jensen, 1999; Pine et Gilmore, 1999). Le tourisme industriel permet de visiter des lieux souvent inaccessibles au public, des installations d'une dimension impressionnante et d'apprendre sur l'histoire d'une communauté ou sur des modes de production et de fabrication. Les touristes sont attirés tant par les sites industriels qui présentent une valeur historique ou patrimoniale que par les sites qui sont toujours en fonction et qui permettent la découverte de processus de fabrication ou le fonctionnement d'activités industrielles. À ce titre, on compte toujours six opérateurs industriels encore actifs dans le secteur portuaire de l'Anse au Foulon (Groupe GID, 2012).

Le patrimoine industriel dans les projets de revitalisation de littoraux

Le besoin de conservation du patrimoine historique et architectural, en grande partie celui portuaire et industriel, apparaît comme un des principaux facteurs ayant motivé le mouvement de régénération des littoraux aux États-Unis (Jones, 1998). Le patrimoine industriel est un élément essentiel des projets de redéveloppement des ports et des littoraux, permettant de mettre en valeur l'histoire identitaire du lieu et de lui donner un caractère propre (Giovinazzi et Moretti, 2010). La mise en valeur des anciennes installations portuaires, éléments de patrimoine industriel, fait ainsi souvent partie des projets de revitalisation des littoraux. Dans le projet de réaménagement du Vieux-Port de Marseille, par exemple, le patrimoine portuaire est mis en valeur notamment par l'aménagement du lieu, mais également par diverses visites guidées où est interprétée l'histoire du port¹². En Suisse, à Bâle, un des projets de l'IBA Basel, consiste d'ailleurs à la création d'une promenade permettant d'interpréter la culture industrielle de la ville de Rheinfelden. De nombreux projets de valorisation d'installations portuaires et industrielles ont d'ailleurs déjà été répertoriés dans une étude sur la mise en valeur de ce type d'installation dans les paysages d'intérêt de la CMQ (2012).

Pourquoi et comment intégrer la mise en valeur du patrimoine industriel ?

Outre quelques opérations de mise en valeur dans le quartier Saint-Roch (reconversion de bâtiments industriels) et dans le parc industriel Saint-Malo (panneaux interprétatifs), le patrimoine industriel de la ville de Québec est très peu développé. Le patrimoine industriel se trouvant sur la promenade et l'interprétation des activités portuaires du site, représentent un potentiel touristique pouvant contribuer à la mise en valeur du fleuve. Il s'agirait alors du seul endroit à Québec où la combinaison de ces activités serait offerte.

12. Voir l'exemple des visites guidées : www.marseille-tourisme.com/fr/que-faire/visiter/visites-guidees/.

Afin d'accroître le caractère attractif de ce produit touristique innovant, le tourisme industriel doit être intégré dans l'offre touristique de la destination. La mise en valeur des éléments de patrimoine industriel et portuaire du site pourrait ainsi bonifier les activités déjà offertes sur la promenade et s'inscrire au cœur d'un circuit de découverte sur le patrimoine maritime ou portuaire. Ce circuit pourrait débuter par le Vieux-Port de Québec, en passant par le Musée naval et la pointe à Carcy, et se terminer sur la promenade.

Ajoutons qu'un projet de mise en valeur de l'histoire portuaire et industrielle de l'Anse-au-Foulon est déjà mis de l'avant par le Port de Québec. Il s'agit d'un projet de promenade comprenant une piste multifonctionnelle, un belvédère d'observation sur les installations industrielles, un aménagement paysager distinctif, une mise en valeur de l'histoire portuaire à l'aide d'images grand format et de panneaux interprétatifs installés sur un ancien hangar et une mise en lumière mettant en valeur les infrastructures portuaires. La promenade portuaire du Foulon viendrait ainsi prolonger la promenade Samuel-De Champlain, offrant un autre point d'ancrage de ce circuit maritime ou portuaire. Il est à noter que les installations portuaires de Québec sont répertoriées dans *l'Atlas des unités de paysage de la communauté métropolitaine de Québec* (2008) comme paysage d'intérêt détenant un potentiel de développement touristique. L'interprétation de ce paysage et des éléments de patrimoine industriel qui le composent apparaît donc comme un autre élément pouvant être ajouté à ce circuit.

OBJECTIF SPÉCIFIQUE 8 : LES BÉNÉFICES POUR LES RÉSIDENTS ET LES TOURISTES

Évaluer les bénéfices de la troisième phase du projet d'aménagement de la promenade Samuel-De Champlain pour les résidents et les touristes.

Dans les sections précédentes de la recherche, plusieurs bénéfices associés à ce projet ont été identifiés pour l'industrie touristique. La réalisation de la troisième phase du projet d'aménagement de la promenade Samuel-De Champlain pourrait également accroître la qualité de vie des résidents. Ces nouveaux aménagements pourraient se traduire par des bénéfices sur le plan social, environnemental, esthétique ou économique.

La promenade, un site bénéfique pour les résidents

Plusieurs études démontrent que le fait d'habiter dans des quartiers dotés de parcs ou d'autres installations de loisir est associé à plus grande participation aux activités physiques, et ce, pour les populations de tout âge. L'offre de parcs, d'espaces verts et l'utilisation des modes de mobilité douce génèrent des bénéfices pour toute la population : réduction de la congestion et des formes de pollution (air, bruit, lumière), préservation des habitats floristiques et fauniques et de la qualité de l'eau, réduction de l'impact sur les changements climatiques.

L'offre d'espaces de loisir favorise un mode de vie plus sain, améliore la qualité de vie, et contribue à une diminution de l'obésité (voir la synthèse des études à cet égard dans Québec en Forme, 2011). Considérant les programmes sur les saines habitudes de vie mis en place par les gouvernements, la création d'espaces favorisant l'exercice physique et les mobilités douces vient renforcer ces politiques.

En outre, les pratiques de loisir se sont radicalement transformées depuis les trente dernières années. Si les pratiques organisées ont fait les beaux jours des services de loisir municipaux, il n'en est plus ainsi aujourd'hui. La pression du temps de travail et de transport, les horaires atypiques, les structures familiales recomposées, l'allongement de la vie, demandent maintenant des équipements et des offres de loisir beaucoup plus souples (Viard, 2006). Les parcs urbains, par leur capacité à offrir un lieu permanent, de proximité, gratuit, permettent de satisfaire ces nouveaux besoins.

En milieu urbain, la présence de parcs augmente également la valeur foncière des propriétés, et à terme, les recettes fiscales pour les municipalités (voir la synthèse des études à cet égard dans Québec en Forme, 2011).

Les aménagements prévus visent également à l'amélioration esthétique des environs de la promenade. La beauté des lieux entraîne des répercussions à plusieurs niveaux (voir notamment Chon et Shafer, 2009). Le caractère esthétique contribue à la valeur économique des lieux, à titre d'élément attractif et d'argument promotionnel, mais des environnements esthétiquement plaisants participent également à la régénération physique et psychologique des individus. L'effet visuel d'un beau paysage ou d'un bel environnement génère un sentiment de calme et une sensation d'apaisement, ce qui contribue à réduire l'anxiété. La diminution du stress chez l'individu favorise pour sa part un système immunitaire plus

solide, et donc le bien-être général (Parsons, 1991 dans Porteous 1996). La beauté de l'environnement se répercute également sur l'humeur des personnes exposées, ainsi que sur leurs évaluations affectives. Les sentiments positifs de liberté, de tranquillité, de sécurité (Jansses, 1984) produits par l'émotion esthétique placeraient ainsi les personnes dans un état d'esprit positif, un esprit d'enchantement, de ravissement, qui facilite les modes de communication et d'expression des individus.

Plus l'endroit sera considéré comme plaisant, plus l'individu sera tenté de le visiter, d'y pratiquer des activités, d'y revenir. Autrement dit, la beauté de l'environnement suscite un comportement d'approche (cf. Mehrabian et Russell, 1974; Newin et Houston, 1980). Les environnements esthétiquement agréables sont donc non seulement rentables économiquement, mais aussi physiquement et psychologiquement.

Plusieurs études ont également démontré que l'appréciation et l'attachement des individus à l'égard d'une ville dépendent d'attributs tels que la présence de la nature, l'entretien, l'ouverture, l'importance historique et l'ordre. Ces éléments seraient largement présents à travers la mise en valeur de la promenade. Protéger le paysage, le mettre en valeur et même le fabriquer a un impact considérable sur le cadre de vie des populations. Cet impact n'est pas uniquement esthétique et visuel. En effet, la perte d'un patrimoine, en particulier paysager, diminuerait l'attrait d'un territoire, qui ne pourrait alors tirer du tourisme les mêmes bénéfices économiques (MCCCF 2007 : 13). Cette perte diminuerait, par le fait même, la qualité du cadre de vie des résidents. Encore une fois, il ne s'agit pas uniquement de la qualité visuelle ou esthétique. Le paysage, témoignant de l'histoire et des valeurs de la société, doit être conservé et mis en valeur dans une quête de préservation identitaire et de bien-être social.

La mise en valeur du paysage de la promenade concourt à la protection d'un bien public, dont les autorités publiques ont la responsabilité. Dans un contexte urbain où la population est vieillissante, et où il faut trouver des lieux facilitant l'intégration des communautés culturelles nouvellement arrivées, les espaces publics communs peuvent contribuer à l'amélioration de la qualité de vie de plusieurs segments de population, et engendrer un cercle vertueux, au bénéfice de tous.

Les bénéfices liés au bassin

L'histoire sociale de la piscine en Amérique (Wiltse, 2007) démontre comment le rôle de cet équipement populaire et civique s'est transformé, suivant ainsi les besoins et des modes de vie des populations. Les piscines et bassins d'eau ont ainsi tour à tour contribué à l'hygiène publique dans les années 1880, à l'apprentissage de la natation, à l'implantation d'un culte et d'une culture civique et sportive par les *natatorium*. Ils ont offert des espaces de socialisation, et même d'intégration sociale, et ont finalement répondu aux motivations ludiques et de loisir. S'ils servent toujours à l'apprentissage sportif, sécuritaire et au jeu, on considère aujourd'hui également ces bassins pour leur apport esthétique et leur attractivité touristique (Wiltse, 2007; Bessy et Hillairet, 2002). Ainsi, de tout temps, les bassins et piscines ont été un moyen d'améliorer la qualité de la vie des quartiers, la santé physique et psychologique des résidents, d'accroître leur sociabilité, mais aussi d'améliorer l'esthétique des espaces publics dans lesquels ils se situent. L'offre d'un service de baignade vise donc la mise en forme et le bien-être, physique et psychologique, des utilisateurs.

OBJECTIF SPÉCIFIQUE 9 : ESTIMATIONS DES DÉPENSES TOURISTIQUES

Estimer les retombées économiques de la troisième phase du projet d'aménagement de la promenade Samuel-De Champlain.

Les retombées ou les impacts économiques des projets à travers le monde

L'analyse comparative démontre que l'aménagement de sites urbains le long d'un littoral crée des impacts et des retombées économiques positifs.

Il faut prendre bonne note des limites de l'analyse comparative puisque les critères de mesure de nature économique varient selon les études réalisées par les différents organismes responsables des sites (Voir à ce sujet le Tableau 5). Les études sur les impacts économiques ne mesurent pas toutes les retombées économiques ou touristiques. Il faut également considérer les conditions de développement économique des sites. Certains sites ont notamment été développés autour de projets immobiliers ou dans des zones à forte densité de population, ce qui influence à la hausse les retombées ou les impacts économiques. On doit souligner que la méthodologie de certains calculs de retombées économiques ou des impacts économiques n'est pas toujours disponible¹³. Ce constat ne permet pas toujours de différencier les dépenses touristiques des dépenses reliées à la construction du site. Finalement, certaines études de nature économique ne considèrent pas les impacts de l'animation ou des activités qui se déroulent sur le site.

Le rôle de l'animation et des événements

L'analyse comparative permet d'identifier que l'animation et l'offre d'événements créent un impact positif et des retombées, et ce, pour plusieurs des sites étudiés. Cet impact positif peut être attribué au caractère multifonctionnel de l'aménagement et aux partenariats développés avec des organisations qui offrent des événements sportifs, culturels ou patrimoniaux. Les retombées attendues sont alors de deux ordres. Premièrement au niveau économique, avec une « fréquentation touristique que l'on espère voir progresser de 15 % à 20 %, avec des retombées directes pour les professionnels du secteur (hébergement, restauration, sites ou offres privées) » et deuxièmement au niveau de l'impact en terme d'image de marque (Magnetto, 2012).

Par exemple, dans le cas du Voyage à Nantes (parcours culturel et événementiel de Nantes), le projet a bénéficié de 8 millions d'euros de financement (Le voyage à Nantes, 2012). On rapporte 48,5 millions d'euros de retombées directes, pour une augmentation de 9,1 millions d'euros par rapport à l'année précédente (Le voyage à Nantes, 2012).

13. Cette limite affecte la portée de l'analyse comparative entre certaines études et ne permet pas une comparaison précise avec les résultats obtenus à l'aide du modèle intersectoriel de l'Institut de la statistique du Québec (ex. La mesure des impacts économiques du 400^e (Bureau de la Capitale-Nationale, 2009).

Le projet du Burlington Waterfront Park au Vermont (États-Unis), a quant à lui permis d'augmenter les dépenses touristiques (excluant les dépenses des résidents). Elles sont estimées entre 1 et 2,5 millions de dollars pour la période de mai à septembre 2008. Cette hausse des dépenses est notamment attribuable à la tenue d'événements sur le site destinés aux touristes.

Dans le cas du Parc Jean-Drapeau, les retombées économiques associées aux événements sont estimées à 120 millions de dollars (Société du Parc Jean-Drapeau, 2011). En 2011, on rapportait 185 000 visiteurs dans les installations de la plage et du complexe aquatique, ainsi que 59 événements (300 000 visiteurs au Grand-Prix du Canada, 187 000 aux Week-ends du monde et 81 000 à Osheaga) (Société du Parc Jean-Drapeau, 2011).

Des retombées et des impacts touristiques directs et positifs

La Loire à vélo est un lien cyclable de 800 kilomètres longeant le littoral de la Loire et traversant plusieurs villes françaises (ex: Orléans, Anger, Nantes). Le projet a nécessité des investissements de 52 millions d'euros en termes d'infrastructure, auxquels s'ajoutent 3 à 4 millions d'euros annuellement (Visaloire, 2009). Sa fréquentation est estimée à 736 000 cyclistes sur l'ensemble du réseau dont 269 200 sur la section métropolitaine de Nantes (53 % excursionnistes et 47 % touristes, incluant 31 % d'étrangers). Les dépenses moyennes par jour sont de 68 euros, et grimpent à 89 euros par jour pour ce qui est des dépenses des touristes. On rapporte également une hausse constante de fréquentation. La valorisation économique globale est estimée à 15,3 millions d'euros (Nantes Métropole, sans date).

En ce qui concerne le Baltimore Inner Harbour (Maryland, États-Unis), les retombées sont considérables. Pour 2012, elles se chiffrent à 2,3 milliards de dollars d'activité économique dont 1,5 milliard de retombées directes, 21 000 emplois (16 000 directs), 790 millions de dollars en salaire (540 millions directs), 102 millions de dollars en revenus fiscaux (État et ville) (excluant les visiteurs résidents) (HR&A Advisors, 2013). Le site accueille 14 millions de visiteurs (60 % de ceux qui visitent Baltimore) et compte 3000 emplois (commerces du site, dont 46 % liés au tourisme), les dépenses quotidiennes moyennes sont de 207 \$ (202 \$ localement) et on note des augmentations de fréquentation de 4 % à 8 % par année de 2006-2009 (HR&A Advisors, 2013).

Lorsque le développement d'un site est associé à un événement touristique, les impacts économiques sont positifs. C'est ce qui s'est en effet produit lors des fêtes du 400^e de la phase 1 de la promenade Samuel-De Champlain. Des dépenses de 127,7 millions de dollars ont créé 1127 emplois (année-personne), une valeur ajoutée de 88,7 millions de dollars et une contribution au PIB de 89,9 millions de dollars. Le projet de Waterfront de Toronto représente un autre exemple de site fortement utilisé pour l'offre d'événements touristiques. Ce projet développé à partir d'un investissement public de 1,26 milliard de dollars, a généré des recettes publiques d'environ 622 millions de dollars, dont 348 millions de dollars pour le gouvernement fédéral, 237 millions de dollars pour le gouvernement provincial et 36 millions de dollars pour la Ville de Toronto (Urbanmetrics, 2010). Il est à noter que les retombées économiques potentielles sur le long terme, incluant le tourisme, sont considérées encore plus importantes (WaterfrontToronto, 2013).

À Détroit (Michigan, États-Unis), on rapporte 1,5 milliard de dollars d'investissements au total, dont 693 millions de dollars pour les améliorations au littoral (80 millions de dollars d'investissements, 60 millions de dollars pour un fonds pour les aménagements futurs du parc, et un budget annuel de 4 millions de dollars [Detroit RiverFront Conservancy, 2013]). Pour la décennie 2003-2013, les retombées économiques sont estimées de 43,7 millions de dollars annuellement (incluant 16 700 emplois liés à la construction et les 1300 emplois annuels) (Detroit RiverFront Conservancy, 2013). Pour la même période, on estime que le site a accueilli 3 millions de visiteurs annuellement, et que 90 % de ces visites n'auraient pas eu lieu sans les améliorations apportées (Detroit RiverFront Conservancy, 2013).

Des impacts provenant de projets immobiliers ou d'investissements privés

Les investissements privés provenant de projets immobiliers conditionnent et augmentent les retombées économiques des sites aménagés en milieu urbain. Le parc High Line à Manhattan, dans lequel la ville a investi 55 millions de dollars, est associé à 2 milliards \$ d'investissement privé, créant 8000 emplois de construction et 12 000 emplois permanents (McGeehan, 2011). On y dénombre 3 millions de visiteurs annuellement (HR&A, 2014).

À Minneapolis, pour les années 1977-2012, les 340 millions de dollars de fonds publics consacrés aux parcs littoraux ont généré 1,9 milliard d'investissements privés (Minneapolis Riverfront Partnership, 2013). On rapporte une augmentation des taxes foncières de 25 millions de dollars en 1994 à 232 millions de dollars en 2005 et on dénombre 8300 emplois créés et 1400 emplois préservés pour la période 1977-2002 (Minneapolis Riverfront Design Competition, 2010). Il convient de souligner que le « riverfront » de Minneapolis intègre plusieurs quartiers assez différents, dont le principal quartier historique de la ville.

Tableau 5 : Synthèse des études de retombées pour des projets et des parcs urbains littoraux**Exemples de sites/projets analysés (pour lesquels des études étaient disponibles)**

| Site/projet | Retombées | Emplois (années/pers.) | Impacts fiscaux (\$) | Impacts touristiques |
|---|--|--|--|---|
| 400^e de la ville de Québec 104 millions \$ | 2,30 \$ par dollar public investi Au total 438 millions \$ | | 4,50 \$ par dollar investi (en incluant taxes et impôts) | <ul style="list-style-type: none"> 1,2 million de nuitées commerciales 392 millions \$ dépenses touristiques Augmentation de la couverture médiatique |
| 400^e de la ville de Québec / phase 1 de PSDC Investissement de 127,7 millions \$ | Valeur ajoutée 88,7 millions \$ Contribution au PIB 89,9 millions \$ | 1127 | 5,1 millions \$ au Québec 1,3 million \$ au Canada 8,8 millions \$ parafiscalité au Québec (CSST, FSS, RQAP, RRO) 1,3 million \$ parafiscalité au Canada (assurance emploi) | <ul style="list-style-type: none"> Augmentation de la couverture médiatique |
| Colline parlementaire de Québec Investissement de 150 millions \$ | 36,23 millions \$ | 1192 | | <ul style="list-style-type: none"> Augmentation de la couverture médiatique |
| Parc Jean-Drapeau (année 2011) | 120 millions \$ | | | <ul style="list-style-type: none"> 185 000 visiteurs (plage et complexe aquatique) et 59 événements (300 000 visiteurs Grand-Prix du Canada, 187 000 Week-ends du monde et 81 000 Osheaga) |
| Voyage à Nantes (2012) Investissement de 8 millions € | 48,5 millions € de retombées directes Augmentation de 9,1 millions € par rapport à l'année précédente | | | <ul style="list-style-type: none"> Augmentation fréquentation touristique estimée de 15 à 20 %. Pour 2012 : +24 %. 650 000 visiteurs extérieurs Renforcement de l'image de marque |
| Loire à vélo Investissement de 52 millions d'€ en infrastructure et 3 à 4 millions d'€ annuellement | 15,3 millions € | | | <ul style="list-style-type: none"> 736 000 cyclistes sur l'ensemble du réseau dont 269 200 sur la section métropolitaine de Nantes 53 % excursionnistes et 47 % touristes, incluant 31 % d'étrangers dépenses moyennes par jour 68 euros (89 euros pour touristes) |
| Baltimore Inner Harbour | 2,3 milliards \$ d'activité économique, dont 1,5 milliard de retombées directes | 21 000 (16 000 directs) 790 millions \$ en salaires (540 millions \$ directs) | 102 millions \$ en revenus fiscaux (État et ville) | <ul style="list-style-type: none"> 14 millions de visiteurs (60 % de ceux qui visitent Baltimore) Dépenses quotidiennes moyennes sont de 207 \$ (202 \$ localement) Augmentation de fréquentation de 4-8 % par année (2006-2009) |
| Waterfront Toronto (2001-2013) Investissement public de 1,26 milliard \$ et 3,6 milliards \$ en projets de développement | 3,2 milliards \$ | 16 200 | 348 millions \$ gouvernement fédéral 237 millions \$ gouvernement provincial 36 millions \$ Ville de Toronto | <ul style="list-style-type: none"> Retombées récurrentes et touristiques attendues plus importantes que les recettes fiscales |
| Lakeside Trail Chicago | | | | <ul style="list-style-type: none"> 70 000 utilisateurs par jour (fin de semaine) 60 000 utilisateurs (autre jour) |
| High Line, Manhattan 155 millions \$ | 2 milliards \$ d'investissement privé | 8 000 (construction) 12 000 (permanents) | | |

Sites analysés les plus comparables (pour lesquels des études de retombées étaient disponibles)

| Site/projet | Retombées | Emplois (années/pers.) | Impacts fiscaux (\$) | Impacts touristiques |
|--|--|---|--|---|
| Burlington Waterfront Park (Vermont) mai à septembre 2008 | entre 1 et 2,5 millions \$ | | | <ul style="list-style-type: none"> Entre 39 848 et 67 669 utilisateurs la semaine (par mois / mai-septembre), et entre 26 490 et 35 591 utilisateurs la fin de semaine (par mois / mai-septembre) selon les sections. 18 % à 49 % des visiteurs ne sont pas résidents Dépenses moyennes par jour entre 60,20 \$ et 193,31 \$ |
| Minneapolis (1977-2002) 340 millions \$ de fonds publics | Ont généré 1,9 milliard d'investissements privés | 8300 emplois créés 14,00 emplois préservés | Augmentation des taxes foncières de 25 millions \$ en 1994 à 232 millions \$ en 2005 | <ul style="list-style-type: none"> Fréquentations : 4 700 000 visiteurs en 2003 à 5 900 000 en 2012 |
| Détroit (2003-2013) 1 milliard \$ dont 639 millions \$ directement pour le <i>waterfront</i> | 43,7 millions \$ | 16 700 emplois de construction Soutient 1 300 emplois annuellement | 3,5 millions \$ pour l'État 1 million \$ pour la ville | <ul style="list-style-type: none"> 3 millions de visiteurs annuellement Dépenses touristiques annuelles 16,7 millions \$, dépenses quotidiennes moyennes de 5,84 \$ |

Le projet d'aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain peut apporter deux types de retombées économiques, celles associées à la construction (dépenses directes et indirectes de l'aménagement) et celles générées suite à la réalisation du projet, notamment par les activités touristiques qui s'y dérouleront (dépenses touristiques directes).

Les retombées économiques associées à la construction du projet

Les retombées économiques d'un projet peuvent être évaluées à l'aide du modèle intersectoriel du Québec (Voir à ce sujet Groupe Urbatique, 1997; Institut de la statistique du Québec 2013). Les retombées économiques peuvent être calculées par : « ...la mesure de l'impact sur l'économie d'un accroissement de la demande occasionné par une injection d'argent frais, soit d'argent qui n'aurait pas autrement été dépensé dans la région à l'étude... » (Bureau de la Capitale-Nationale, 2009). Toutefois, dans le cas du projet d'aménagement de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain, le choix d'un seul critère ne permet pas de capter la valeur de l'ensemble des impacts de ce projet. Le calcul scientifique et précis devrait alors se faire à l'aide d'un modèle multicritères (Voir à ce sujet Roy, 1985 : Groupe Urbatique, 1997; Institut de la statistique du Québec 2013), tel que le modèle intersectoriel du Québec.

Dans le cas précis de la Colline Parlementaire, Groupe Urbatique proposait en 1997 de mesurer 4 types d'effets pour évaluer l'impact des projets de la Commission de la capitale nationale du Québec, et particulièrement celui du réaménagement de la Colline Parlementaire : les effets d'identité nationale (méthode d'évaluation contingente), les effets fiscaux (modèle d'impact fiscal), les effets économiques (modèle économique régional) et les retombées économiques (modèle intersectoriel du Québec) (Groupe Urbatique, 1997). Les impacts du réaménagement de la Colline Parlementaire de Québec avaient été évalués comme représentant un « potentiel de rendement très important pour ces investissements de la Commission de la capitale nationale qui ont un effet direct sur l'imagibilité de la

capitale » (Groupe Urbatique, 1997). L'étude alors effectuée prenait pour hypothèse qu'une augmentation de 1% de la concurrence dans le secteur service socioculturel en lien avec les investissements de la CCNQ « entraînerait la création de 1192 emplois dans ce secteur. Le modèle intersectoriel du Québec fait correspondre à la création de 1192 emplois en hébergement et restauration, une production de 36 230 000 \$ » (Groupe Urbatique, 1997). Cette démarche de recherche pourrait être utile pour évaluer les retombées qu'on peut attendre de la construction de la phase 3 de l'aménagement de la promenade Samuel-De Champlain ¹⁴.

L'analyse des sites comparables ne permet pas l'utilisation d'un modèle de retombées économiques pour le projet de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain. Les modèles économétriques utilisés sont non seulement de différentes natures, mais ne tiennent pas tous compte de l'impact touristique suscité par la réalisation des aménagements.

Les projets urbains comprenant d'importants développements immobiliers pourraient difficilement représenter des modèles d'évaluation des retombées économiques comparables pour la promenade Samuel-De Champlain compte tenu de la différence importante entre les sommes d'investissements et les impacts prévus (ex. quartier résidentiel). Dans le cas du Waterfront Toronto par exemple, l'investissement public de 1,26 milliard de dollars entre avril 2001 et mars 2013 (Waterfront Toronto, 2013) est hors de proportion en comparaison aux 130 millions d'investissements (110 millions de dollars de la CCNQ et 30 millions de dollars de Transport Québec) prévus pour la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain (Boivin, 2014). D'autres projets, parfois exemplaires, sont également difficiles à utiliser à titre comparatif pour évaluer les retombées économiques en raison de disparités contextuelles importantes, notamment en ce qui concerne l'état de l'industrie touristique locale ou les facteurs influençant l'achalandage touristique.

Idéalement, les retombées économiques d'un projet devraient être évaluées à l'aide du modèle intersectoriel du Québec (Voir à ce sujet Groupe Urbatique, 1997; Institut de la statistique du Québec 2013). En plus de mesurer les retombées économiques liées à la construction par la phase 3 du projet, le modèle pourrait tenir compte des retombées économiques engendrées par les activités touristiques qui se matérialiseront après sa réalisation. Elles pourront être mesurées par un modèle économétrique utilisant différents indicateurs, tels que le nombre de nuitées à Québec, le nombre de demandes d'informations auprès de l'Office du tourisme de Québec ou encore, selon le classement de la promenade Samuel-De Champlain sur les réseaux sociaux. Le modèle de mesure des retombées économiques devrait idéalement tenir compte des externalités difficilement monnayables ou chiffrables (voir à ce sujet Groupe Urbatique, 1997). Le paysage devrait par exemple être idéalement considéré dans la mesure des retombées.

14. Pour utiliser le modèle intersectoriel, tous les indicateurs et l'hypothèse de la croissance de la demande du secteur socioculturel devront être définis avec précision (Voir à ce sujet Groupe Urbatique, 1997; Institut de la Statistique du Québec 2013).

Les dépenses touristiques estimées pour la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain

Les dépenses touristiques associées à la promenade Samuel-De Champlain ont été évaluées pour 2013 et pour 2014. L'évaluation de ces dépenses permet de tenir compte de l'apport d'argent « frais » pouvant être apporté par les touristes. Nous avons aussi estimé ces dépenses suite à la réalisation de la phase 3 de la promenade. Ces dépenses touristiques viendront bonifier les retombées économiques associées à la construction du projet. Nous avons également estimé les dépenses des résidents qui se rendent sur la promenade afin d'y pratiquer des activités (ex. utilisation de la piste cyclable, pique-nique familial ou avec des membres de leur entourage).

L'estimation des dépenses touristiques se base a) sur les dépenses des utilisateurs de la promenade Samuel-De Champlain ainsi que b) sur le portrait des usagers (résidents et touristes) et c) de la fréquentation de la promenade Samuel-De Champlain (Voir à ce sujet Lemieux 2013a et 2013 b). Dans le calcul de l'estimation des dépenses touristiques, le portrait des usagers (Lemieux, 2013a) ainsi que l'indice d'augmentation de l'achalandage des sites et attraits touristiques (voir à ce sujet OTQ, 2014a) ont été utilisés, et ce, afin d'évaluer la proportion de chaque catégorie de touristes¹⁵.

Le tableau 6 présente les différentes catégories d'utilisateurs de la promenade Samuel-De Champlain. Les résidents de la région métropolitaine de Québec (RMQ), les visiteurs du Québec hors RMQ¹⁶, ainsi que les trois catégories de touristes (c.-à-d. les touristes du Canada [hors Québec], des États-Unis et des autres pays). En 2013, la presque totalité des visites sur la promenade Samuel-De Champlain fut réalisée par des résidents de Québec (2 385 453). En moyenne, les résidents de la RMQ ont visité la promenade 10,5 fois. Compte tenu que 227 186 résidents de la RMQ se sont rendus sur la promenade en 2013, on peut estimer que cette catégorie d'utilisateurs a réalisé un total 2 385 453 visites. De leur côté, les visiteurs du Québec (hors RMQ) ont en moyenne visité la promenade 3,4 fois. Compte tenu que 53 291 visiteurs du Québec (hors RMQ) se sont rendus sur la promenade en 2013, on peut estimer que cette catégorie d'utilisateurs a réalisé un total 181 189 visites. Pour les autres catégories d'utilisateurs, il est estimé qu'une seule visite a été réalisée sur la promenade par les touristes du Canada [hors Québec], des États-Unis et des autres pays.

La durée de la présence des utilisateurs

Au tableau 6, l'estimation des dépenses est réalisée selon une présence d'un quart de journée (25 %). En d'autres mots, il est estimé que le temps consacré aux activités sur la promenade par les utilisateurs représente environ le quart d'une journée. Cette estimation se base sur la situation actuelle où l'on note

15. Pour chaque catégorie de touristes, les proportions ont été évaluées car l'étude de fréquentation (Lemieux, 2013b) ne tient pas compte des touristes étrangers. Les estimations ont été calculées en tenant compte de la proportion des touristes selon leur origine géographique (0,7 % reste du Canada [ROC], 0,3 % États-Unis, 0,8 % autres pays) identifiée dans le portrait des usagers (Lemieux, 2013a). Afin d'évaluer la fréquentation de la promenade Samuel-De Champlain pour 2014, l'indice d'augmentation de l'achalandage des sites et attraits touristiques de l'Écotourisme statistique de juin 2014 (OTQ, 2014a) a été utilisé. Par rapport à juin 2013, on note en 2014 une augmentation de 5,3 % (OTQ, 2014a).

16. Certains de ces utilisateurs peuvent être des touristes s'ils dorment une nuit à Québec ou hors de leur domicile.

a) une faible présence de touristes du Canada [hors Québec], des États-Unis et des autres pays et b) une offre complémentaire relativement faible de services sur la promenade (ex. bibliothèque, location de parasols). Il faut prendre bonne note que les estimations contenues dans le tableau 6 ne mesurent pas les revenus fiscaux pouvant être associés aux dépenses.

Les dépenses de 2013 et de 2014

Afin d'estimer les dépenses attribuées à la fréquentation de la promenade Samuel-De Champlain en 2013, les dépenses quotidiennes moyennes par les visiteurs et les touristes ont été utilisées (voir à ce sujet OTQ, 2014a). Pour les visiteurs et les touristes, 25 % des dépenses quotidiennes moyennes ont été attribuées à la fréquentation de la promenade.

Pour les dépenses des résidents, deux scénarios sont présentés. Le premier est le même que celui adopté pour les visiteurs et les touristes : soit 25 % des dépenses quotidiennes moyennes, ce qui représente un montant de 27,35 \$ par visite pour 2013 et de 20,95 \$ par visite pour 2014 (voir au tableau 6, sous la colonne Dépenses attribuables à PSDC 2013). Le second scénario est tiré de l'étude produite pour la Route verte. Selon ce scénario, on estime que 7 à 8 \$ de dépenses peuvent être attribués à la fréquentation d'un circuit de vélo par les utilisateurs (Chaire de tourisme UQAM, 2003). Dans ce cas, il est estimé que les dépenses des résidents de la RMQ sont relativement modestes. Les dépenses en restauration sont alors faibles ou inexistantes, et aucune dépense n'est associée à l'hébergement.

L'étude de Lemieux (2013b) ne tenant pas compte de la fréquentation des moins de 18 ans, les dépenses présentées au tableau 6 ne tiennent pas nécessairement compte des dépenses faites par les mineurs. Pour cette raison, l'estimation des dépenses pour toutes les catégories d'utilisateurs peut être qualifiée de conservatrice.

La proportion de visiteurs et de touristes pour 2013 et 2014

Le tableau 6 présente les dépenses pour les années 2013 et 2014. La différence entre les deux années se base sur l'augmentation des visiteurs à Québec en 2014 (+5,3 %). Il faut prendre bonne note que l'estimation des dépenses s'est faite sans variation des pourcentages de chacune des catégories de touristes ou de visiteurs du Québec (hors RMQ). Une augmentation d'une de ces catégories pourrait accroître significativement les dépenses sur la promenade Samuel-De Champlain. Par exemple, une augmentation du nombre et de la proportion de touristes en provenance des États-Unis pourrait influencer de façon saillante les dépenses totales. La moyenne des dépenses de ces touristes étant de 41,04 \$ par visite, chaque individu a un impact plus significatif que les résidents RMQ (scénario #1 : 27,35 \$ par visite ou scénario #2 : 8 \$ par visite).

En 2014, on note que les dépenses annuelles de l'ensemble des utilisateurs sont estimées à 24 354 831 \$. De façon particulière, les dépenses touristiques annuelles sont estimées à 4 259 775 \$. Cette estimation se base sur une utilisation de la promenade Samuel-De Champlain qui exclut l'hiver.

Tableau 6 : Dépenses estimées des utilisateurs de la promenade Samuel-De Champlain pour 2013 et 2014

| Utilisateurs | Visites 2013 | Dépenses attribuables à PSDC 2013 | Visites 2014 (+ 5,3 %) | Dépenses attribuables à PSDC 2014 |
|-----------------------------------|--------------|--|------------------------|--|
| Résidents RMQ | | | | |
| Total (résidents) | 2 385 453 | 65 242 139 \$ (27,35 \$ par visite) | 2 511 882 | 52 623 928 \$ (20,95 \$ par visite) |
| | | 19 083 624 \$ (8 \$ par visite) | | 20 095 056 \$ (8 \$ par visite) |
| Visiteurs et touristes | | | | |
| Visiteurs du Québec (hors RMQ) | 181 189 | 3 875 633 \$ (21,39 \$ par visite) | 190 792 | 4 094 396 \$ (21,46 \$ par visite) |
| Touristes du Canada (hors Québec) | 1963 | 61 619 \$ (31,39 \$ par visite) | 2067 | 63 374 \$ (30,66 \$ par touriste) |
| Touristes des É.-U. | 841 | 39 031 \$ (46,41 \$ par visite) | 886 | 36 361 \$ (41,04 \$ par touriste) |
| Touristes étrangers (autres pays) | 2244 | 46 406 \$ (20,68 \$ par visite) | 2363 | 65 644 \$ (27,78 \$) |
| Total (visiteurs et touristes) | 186 237 | 4 022 689 \$ | 196 108 | 4 259 775 \$ |
| Total | | | | |
| Total | 2 571 690 | 69 264 828 \$ ¹⁷ | 2 707 990 | 56 883 703 \$ ¹⁸ |
| | | 23 106 313 \$ ¹⁹ | | 24 354 831 \$ ²⁰ |

Les dépenses suite à la réalisation de la phase 3

L'estimation des dépenses touristiques associées à la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain est calculée en fonction d'un scénario qui peut être qualifié de conservateur. Deux variables ont été modifiées dans l'établissement de ce scénario : 1) l'augmentation du nombre de visites et 2) l'augmentation des dépenses par visite. L'augmentation du nombre de visites s'explique par une attractivité plus grande de la promenade, et les dépenses par l'augmentation de la durée de la visite.

Pour estimer l'augmentation du nombre de visites, trois hypothèses sont proposées (voir tableau 7). La première hypothèse se base sur une augmentation de 2,5 % du nombre de visites sur la promenade Samuel-De Champlain par les résidents et les touristes. La seconde hypothèse se base sur une augmentation de 5 %, alors que la dernière hypothèse, la plus optimiste, se base sur une augmentation de 10 % du nombre de visites. Ce scénario ne considère aucune variation de la proportion des touristes du Canada [hors Québec], des États-Unis et des autres pays.

17. 27,35\$ par visite pour les résidents RMQ.

18. 20,95\$ par visite pour les résidents RMQ.

19. 8\$ par visite pour les résidents RMQ.

20. 8\$ par visite pour les résidents RMQ.

Pour les trois hypothèses, il est estimé que les utilisateurs (résidents RMQ, visiteurs du Québec [hors RMQ] et touristes) séjourneraient sur la promenade pendant une demi-journée (50 %) plutôt qu'un quart de journée (25 %). Le site devenant plus attractif par l'augmentation de son offre touristique et de loisir, les dépenses associées au prolongement de la visite devraient également augmenter. L'estimation des dépenses associées à une visite sur la promenade passe donc de 25 % des dépenses quotidiennes moyennes des visiteurs (estimation calculée au tableau 6), à 50 % des dépenses quotidiennes (tableau 7). Ce prolongement de la visite, et l'augmentation des dépenses conséquentes, seraient tributaires de la réalisation des équipements et aménagements de la phase 3, notamment le bassin, le miroir d'eau et la plage. Afin de tenir compte du poids relatif des dépenses des visiteurs de la RMQ, le scénario maintient les deux catégories de dépenses moyennes des résidents : une dépense « modeste » à raison de 8 \$ par visite (donnée inchangée par rapport à 2014), et une estimation des dépenses considérant 50 % des dépenses quotidiennes moyennes.

Rappelons qu'à cette étape du projet, aucune tarification n'est planifiée pour la fréquentation de ces équipements, tandis que la nature et la quantité de services complémentaires, d'événements ou de services payants qui seront offerts sur la promenade sont encore inconnus. Les données se basent également sur une offre estivale d'activités, et non sur une offre annuelle.

La première hypothèse nous permet d'estimer qu'une augmentation de 2,5 % de visiteurs sur la promenade permettrait de générer au minimum des dépenses de 29 329 986 \$. Cette hypothèse se base sur la dépense inchangée de 8 \$ par visite pour les résidents de la RMQ. En prolongeant la durée de la visite d'un quart à une demi-journée, on peut penser que l'utilisation du site multifonctionnel (bassin, miroir d'eau, etc.) pourrait toutefois inciter les visiteurs de la RMQ à augmenter aussi leurs dépenses, et ce, surtout si le site devient un pôle touristique avec des services complémentaires. Ce scénario apparaît donc d'autant plus conservateur que dans le cas des utilisateurs provenant de l'extérieur de la RMQ, il est possible que certains touristes puissent vouloir prolonger leur séjour d'une nuitée ou revenir pour un autre séjour à Québec. C'est ce qu'indiquent ou suggèrent d'autres études réalisées sur des sites à l'étranger. En basant le calcul sur une dépense augmentée de 50 % pour toutes les catégories de visiteurs, donc à raison de 41,90 \$ par visite pour les résidents de la RMQ, il serait alors possible que les dépenses atteignent jusqu'à 116 611 605 \$.

La différence entre les dépenses annuelles totales de la première hypothèse, dépenses de 29 329 986 \$ et de 116 611 605 \$, est principalement tributaire du montant attribué aux dépenses des résidents de la RMQ (8 \$/ visite ou 41,90\$). L'estimation de 29 329 986 \$ considère les résidents de la RMQ comme ayant des dépenses qui sont principalement associées à l'utilisation de la piste cyclable, des pique-niques ou à des activités contemplatives. En choisissant le montant de 41,90 \$, les résidents RMQ sont alors considérés comme des excursionnistes. Par exemple, ils pourraient consommer un repas au restaurant sur la promenade, ou louer des équipements.

La deuxième et la troisième hypothèses se basent sur une augmentation respective de 5,0 % et 10 % du nombre total de visites sur la promenade par les visiteurs et les touristes. Rappelons que ces augmentations ne présentent aucune projection d'une augmentation spécifique des visiteurs du Québec [hors RMQ] ou de touristes. En devenant un pôle touristique, les dépenses touristiques

estimées pourraient être supérieures à celles présentées au tableau 7 dans la mesure où les proportions de touristes pourraient être augmentées.

Dans le cas où une « route touristique » serait développée sur la promenade Samuel-De Champlain, non seulement des partenariats d'affaires doivent être envisagés, mais des investissements additionnels doivent être envisagés par les acteurs de l'industrie touristique pour la réalisation d'activités, d'événements ou de services complémentaires (ex. restauration, navette, événement). L'ajout d'activités ou d'événements hivernaux ainsi que de services complémentaires permettrait d'augmenter les dépenses ou le nombre de visiteurs ou de touristes.

Tableau 7 : Dépenses liées à la réalisation de la phase 3

| Utilisateurs | H1 : 2,5 % de visites de plus sur la PSDC | | H2 : 5 % de visites de plus sur la PSDC | | H3 : 10 % de visites de plus sur la PSDC | |
|-----------------------------------|---|---------------------------------------|---|---------------------------------------|--|---------------------------------------|
| | Visites | Dépenses attribuables à PSDC Phase 3 | Visites | Dépenses attribuables à PSDC Phase 3 | Visites | Dépenses attribuables à PSDC Phase 3 |
| Résidents RMQ | 2 574 679 | 107 879 052 \$ (41,90 \$ / visite) | 2 637 476 | 110 510 249 \$ (41,90 \$ / visite) | 2 763 070 | 115 772 641 \$ (41,90 \$ / visite) |
| | | 20 597 432 \$ (8 \$ / visite) | | 21 099 809 \$ (8 \$ / visite) | | 22 104 562 \$ (8 \$ / visite) |
| Visiteurs du Québec (hors RMQ) | 195 562 | 8 393 512 \$ (42,92 \$ / visite) | 200 332 | 8 598 232 \$ (42,92 \$ / visite) | 209 871 | 9 007 672 \$ (42,92 \$ / visite) |
| Touristes ROC | 2 119 | 129 938 \$ (61,33 \$ / touriste) | 2170 | 133 108 \$ (61,33 \$ / touriste) | 2 274 | 139 446 \$ (61,33 \$ / touriste) |
| Touristes É.U. | 908 | 74 532 \$ (82,07 \$ / touriste) | 930 | 76 350 \$ (82,07 \$ / touriste) | 975 | 79 985 \$ (82,07 \$ / touriste) |
| Touristes étrangers (autres pays) | 2 422 | 134 570 \$ (55,56 \$ / touriste) | 2481 | 137 853 \$ (55,56 \$ / touriste) | 2 599 | 144 417 \$ (55,56 \$ / touriste) |
| Total visiteurs et touristes | 201 011 | 8 732 553 \$ | 205 913 | 8 945 542 \$ | 215 719 | 9 371 520 \$ |
| Total | 2 775 690 | 116 611 605 \$ ²¹ | 2 843 390 | 119 455 791 \$ ²² | 2 863 598 | 125 144 162 \$ ²³ |
| | | 29 329 986 \$ ²⁴ | | 30 045 351 \$ ²⁵ | | 31 476 082 \$ ²⁶ |

21. 41,90 \$ par visite pour les résidents RMQ.

22. 41,90 \$ par visite pour les résidents RMQ.

23. 41,90 \$ par visite pour les résidents RMQ.

24. 8 \$ par visite pour les résidents RMQ.

25. 8 \$ par visite pour les résidents RMQ.

26. 8 \$ par visite pour les résidents RMQ.

RÉFÉRENCES

- 33-bordeaux (s.d.). 2008-2014. Regards photographiques sur Bordeaux et la Gironde. Bordeaux le miroir d'eau des quais. Site de 33-bordeaux par Bernard Tocheport. [En ligne] <http://www.33-bordeaux.com/bourse-miroir-eau.htm> (Page consultée le 21 juillet 2014).
- Active Transport Alliance (2011). Chicago Park District Lakefront Trail Counts, [En ligne] http://www.chicagoparkdistrict.com/assets/1/7/The_Lakefront_Trail_User_Study.pdf (Page consultée le 22 août 2014).
- Agence d'urbanisme pour le développement de l'agglomération lyonnaise (2010). Étude RN7 La voie sur berge à Vienne volet 1. Améliorations des conditions d'intégration urbaine et de mobilité. Directeur de la publication Olivier Frérot, 52 pages.
- Atout France (2012). Piloter l'attractivité touristique des destinations urbaines. Paris : Éditions Atout France.
- Baerenholdt, J.O., Haldrup, M., Larsen, J. et Urry, J. (2004). *Performing Tourist Places*, Aldershot : Ashgate.
- Barthelemy, M. (2002). L'engouement pour les raids-aventure ou la société du risque transfigurée par le destin. *Sociétés*, 3 (77), 83-93.
- Beudet, G. (1996). Patrimoine et tourisme industriels au Québec. *Les lieux et les modes de mise en valeur, Téoros*, 15 (2), 9-18.
- Bessy, O. et Hillairet, D. (dir.). (2002). *L'innovation dans les équipements. Les espaces sportifs innovants. Tome 1. Voiron* : Presses universitaires du sport.
- Bessy, O. et Lapeyronie, B. (2009). Culture des loisirs et diffusion sociale du sport. L'exemple des marathoniens, *Mouvement et Sport Sciences*, 68, 83-95.
- Bianchini, A. (2008). *Le tourisme industriel est en vogue*, Ministère des Affaires étrangères et européennes, Direction de la communication et de l'information : Sous direction de la communication, 33.
- Blin, E. (2012). Sport et événement festif. La ville à l'heure des marathons et des semi-marathons. *Annales de géographie*, 3 (685), 266-286
- Boivin, S. (2014). Promenade Samuel-De Champlain, 30 millions de plus pour la phase III. Site Le Soleil. [En ligne] <http://www.lapresse.ca/le-soleil/actualites/la-capitale/2014/06/27/01-4779535-promenade-samuel-de-champlain-30-millions-de-plus-pour-la-phase-iii.php> (Page consultée le 22 août 2014).
- Bordeaux (sans date). Miroir d'eau. Site officiel de la ville de Bordeaux. [En ligne] <http://www.bordeaux.fr/10812>. (Page consultée le 21 juillet 2014).
- Bureau de la Capitale-Nationale (2009). *Analyse intégrée et rapport d'évaluation des retombées économiques des activités du 400e anniversaire de Québec*, Desjardins marketing stratégique inc. et B.E.S.T.E, Rapport final, 39 pages.
- Cazes, G., Lanquar, R. et Raynouard, Y. (1993). *L'aménagement touristique*. Presses universitaires de France.
- CCNQ (Commissions de la capitale nationale du Québec) (2005). *Redonner le fleuve aux Québécois*. Sous la direction de Serge Fillion. Janvier, 20 pages.
- CCNQ (Commissions de la capitale nationale du Québec) (2012). Vidéo La station du foulon de la Promenade Samuel-De Champlain ». Vidéo [En ligne] <https://www.youtube.com/watch?v=uLsog3nqUdc> (Page consultée le 18 juillet 2014).
- CCNQ (Commissions de la capitale nationale du Québec) (2013). *Promenade Samuel-De Champlain – Phase 3 BAPE*. Mai 2013. Document par Daoust Lestage Inc. 215 pages.
- CCNQ (Commissions de la capitale nationale du Québec) (sans date [a]). *La promenade Samuel-De Champlain. Visites guidées*. Site de la Commission de la Capitale nationale du Québec. [En ligne]
-

- <http://ccnq.org/realisations/promenade-samuel-champlain/activites-evenements/visites-guidees.html>
(Page consultée le 2 août 2014).
- CCNQ (Commissions de la capitale nationale du Québec) (sans date). Site de la CCNQ. Le sentier des Grèves. [En ligne] <http://www.capitale.gouv.qc.ca/chantiers/parcs-espaces-verts/sentier-des-greves.html> (Page consultée le 29 juillet 2014).
- Chaire de tourisme UQAM (2003). Les retombées économiques de la Route verte. Présenté à Vélo Québec. Sous la direction de Michel Archambault, 33 pages.
- Champagne, S. (2014). Longueuil suscite l'envie avec sa nouvelle plage sur le Saint-Laurent. [En ligne] http://www.lapresse.ca/actualites/2014/07/31/01-4788122-longueuil-suscite-lenvie-avec-sa-nouvelle-plage-sur-le-saint-laurent.php?utm_categorieinterne=traffidriviers&utm_contenuinterne=cyberpresse_BO2_quebec_canada_178_accueil_POS1 (Page consultée le 15 août 2014).
- Chon, J. et Shafer, C. (2009). Aesthetic Responses to Urban Greenway Trail Environments. *Landscape Research*, 34 (1), 83-104.
- CMQ (Communauté métropolitaine de Québec) (2008). Atlas des unités de paysage de la communauté métropolitaine de Québec. En ligne] <http://www.cmquebec.qc.ca/centre-documentation/popup/pop-atlas.html> (Page consultée le 15 juillet 2014).
- CMQ (Communauté métropolitaine de Québec) (2013). Le Plan métropolitain d'aménagement et de développement du territoire de la Communauté métropolitaine de Québec. [En ligne] http://www.cmquebec.qc.ca/pmad/documents/Pmad_en_vigueur/PMAD_en_vigueur.pdf (Page consultée le 15 août 2014).
- Comité performance de l'industrie touristique (2011). Faire des choix pour une industrie touristique performante. Rapport déposé à la ministre du Tourisme. [En ligne] <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/ministere/Rapport-comite-performance-it.pdf> (Page consultée le 15 juillet 2014).
- Coopers et Lybrand (1996). Étude de recherche sur le marché intérieur du tourisme, Ottawa : Commission canadienne du tourisme.
- Datzer, R., Seidel, A., et Baum, C. (2010), *Potenziale der Industriekultur in Brandenburg*, ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH, Cologne.
- Desjardins Marketing Stratégique et Bureau d'études stratégiques et techniques en économie (BESTE), (2009). Analyse intégrée et rapport d'évaluation des retombées économiques des activités du 400e anniversaire de Québec. Rapport final, 48 pages. [En ligne] http://www.scn.gouv.qc.ca/publications/pdf/400e_Rapport_FINAL.pdf (Page consultée le 15 août 2014).
- Desvignes, C. (dir.) (2008). Action paysagère et tourisme, *Espaces*, 255.
- Detroit RiverFront Conservancy, (2013). Economic Impact Study. Detroit RiverFront 2013. 33 pages. [En ligne] http://events.detroitriverfront.org/cm/attach/1762AD10-3196-432A-ABE4-D548A4561Co1/DRFC_EconomicImpactStudy_fin_lores.pdf (Page consultée le 23 août 2014).
- Donadieu, P. (2007). Du pittoresque au durable. Les natures touristiques du paysage, *Le paysage, patrimoine touristique, Espaces*, 254, 16-23.
- EAPV (2006 [a]). Profil des activités des Américains : plein air des Américains durant leurs voyages [En ligne] <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/enquetes/Rapports-EAPV-Marche-americain/Activites-plein-air/US-Outdoor-Overview-Report-fr.pdf> (Page consultée le 25 juillet 2014).
- EAPV (2006 [b]). Profil des activités au Canada: baignade et navigation de plaisance lors d'un voyage [En ligne]. <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/enquetes/Rapports->

[EAPV-Marche-canadien/Activites-plein-air/CDN-Swimming-and-Boating-fr.pdf](#)

(Page consultée le 25 juillet 2014).

- Freeman, C. G. (2010). Photosharing on Flickr: intangible heritage and emergent publics, *International Journal of Heritage Studies*, 16, 4-5 (July–September), 352-368.
- Garbaye, M. (2013). La reconquête de l'espace fluvial à Bordeaux, vecteur de valorisation patrimoniale et culturelle par le biais de l'évènementiel. Mémoire de master en tourisme et hôtellerie, Université de Toulouse II, Institut supérieur du tourisme, de l'hôtellerie et de l'alimentation, sous la direction de Bruno Claverie. 100 pages. [En ligne]
http://www.google.ca/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CCsQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.isthia.fr%2Fcore%2Fmodules%2Fdownload%2Fdownload.php%3Fmemoires_id%3D338&ei=Y-a_U5zbH4qMyASP74CIAQ&usg=AFQjCNHdXlhhW_LK-iOMaefSlto6wOsAEA&sig2=meLGAajgEm2tsHXnMER7Jg (Page consultée le 17 août 2014).
- Genois Gagnon, J.-M. (2014). Projet d'hôtel au Parc de la Chute-Montmorency. Site du journal La Presse [En ligne] <http://www.lapresse.ca/le-soleil/affaires/actualite-economique/2014/04/10/01-4756413-projet-dhotel-au-parc-de-la-chute-montmorency.php> (Page consultée le 30 juillet 2014).
- Giovinazzi, O. et Moretti, M. (2010). Port Cities and Urban Waterfront: Transformations and Opportunities », *TeMALab Journal*, 3, 57-64. [En ligne]
<http://www.tema.unina.it/index.php/tema/article/view/urn%3Anbn%3Ait%3Aunina-3515/125> (Page consultée le 30 juillet 2014).
- Gouvernement du Québec (2012). Plan de développement touristique 2012-2020. Un itinéraire vers la croissance. [En ligne] <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/publications-administratives/plan-dev-tour-2012-2020.pdf> (Page consultée le 15 juillet 2014).
- Groupe GDI (2012). Étude d'opportunité concernant la mise en valeur des installations portuaires et industrielles situées dans les paysages d'intérêt métropolitain de la CMQ. Étude de cas sommaire de mise en valeur globale de différents patrimoines industriels. Rapport final, Communauté métropolitaine de Québec. [En ligne] http://www.cmquebec.qc.ca/pmad/documents/Pdf/Mise_valeur_ports_GIDfinal-web_2013-04-05.pdf. (Page consultée le 12 juillet 2014).
- Groupe Urbatique (1997). Les impacts économiques et fiscaux du plan d'intervention de la colline parlementaire: Méthodologie de mesure de la valeur économique des investissements de la Commission de la capitale nationale du Québec, 58 pages.
- Gunthert, A. et Poivert, M. (dir.) (2007). *L'art de la photographie : des origines à nos jours*, Paris: Citadelles & Mazenod.
- HR&A Advisors (2013). *Baltimore's Inner Harbour Economic Impact, Importance and Opportunities for Investment* October 31st, 2013. [En ligne] <http://waterfrontpartnership.org/pdf/Economic-Impact-Study.pdf> (Page consultée le 22 août 2014).
- HR&A, (2014). *The High Line* » Site de HR&A. [En ligne] <http://www.hraadvisors.com/featured/the-high-line/#&panel1-2> (Consultée le 16 septembre 2014).
- Hu, Y., & Ritchie, J. R. B. (1993). Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. *Journal of Travel Research*, 32(2), 25-34.
- Ingallina, P. (2007). L'attractivité des territoires. Actes des séminaires, Février-Juillet 2007, PUCA, 124 pages. [En ligne] http://rp.urbanisme.equipement.gouv.fr/puca/edito/actes_attr_territoires.pdf (Document consulté le 25 juillet 2014).
- Institut de la Statistique du Québec (2013). *Le modèle intersectoriel du Québec, Fonctionnement et applications*, Gouvernement du Québec, 155 pages.
- Jencks, C. (2005). *Iconic Building*, New York: Rizzoli.

- Jensen, R. (1999). *The Dream Society: How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*, McGraw-Hill, New York.
- Joliet, F. et Thibault M. (2007). Les représentations du paysage et l'attractivité touristique. Le cas « Tremblant » dans les Laurentides, *Téoros*, 26 (2).
- Jones, A. (1998). Issues in Waterfront Regeneration: More Sobering Thoughts-A UK Perspective, *Planning Practice & Research*, 13 (4), 433-442. [En ligne] <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/02697459815987>
- Krešić, D., et Prebežac, D. (2011). Index of Destination Attractiveness as a Tool for Destination Attractiveness Assessment. *Tourism*, 59 (4), 497-517.
- Lane, Bernard et. al. (2013). Le tourisme lié au patrimoine industriel et le tourisme agricole/rural en Europe, Étude, Commission du transport et du tourisme du Parlement Européen. [En ligne] [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/495840/IPOL-TRAN_ET\(2013\)495840_FR.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/495840/IPOL-TRAN_ET(2013)495840_FR.pdf).
- Larsen, J. (2004). *Performing Tourist Photography* (Thèse de doctorat-Université Roskilde, Danemark).
- Lavaud-Letilleul, V. (2012). L'aménagement portuaire en débat. Points de vue d'acteurs sur les grands projets d'équipement portuaire du littoral français, *Norois*, 4 (225), 11-28.
- Lazarotti, O. (2009). *Patrimoine et tourisme: histoire, lieux, acteurs, enjeux*, Paris: Belin.
- Le voyage à Nantes (2012). Fréquentation estivale 2102 Dossier de presse, 12 pages [En ligne] http://www.nantestourisme.com/sites/default/files/brochure/file/dossier_frequentationestivale-012.pdf (Consultée le 16 septembre 2014).
- Lemieux, M. (2013a). Portrait des usagers de la Promenade Samuel-De Champlain Rapport de recherche, 11 septembre 2013, 28 pages.
- Lemieux, M. (2013b). Estimation de l'achalandage de la Promenade Samuel-De Champlain. 6 novembre 2013, 6 pages.
- Magnetto, P. (2012). Art et développement : Nantes mise son avenir sur Le Voyage. Site de Servir le public. [En ligne] http://servirlepublic.fr/epl-a-la-une/1210/art-et-developpement--nantes-mise-son-avenir-sur-le-voyage#.U_DLAFYTGLE (Page consultée le 17 août 2014).
- Maitland, R. (2010). Everyday life as a creative experience in cities. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4 (3), 176-185.
- Marcotte, P. et Bourdeau, L. (2013). Les routes touristiques : lire le passé, lier l'avenir, *Cahiers de géographie du Québec*, 57 (162) (décembre), 327-332.
- Markwell, K. (1997). Dimensions of Photography in a Nature-Based Tour, *Annals of Tourism Research*, 24 (1), 417-438.
- MCCCF (Ministère de la Culture, des Communications et de la Condition féminine) (2007). Un regard neuf sur le patrimoine culturel. [En ligne] <http://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/consultation-publique/livrevert.pdf>.
- McGeehan, P. (2011). The High Line Isn't Just a Sight to See; It's Also an Economic Dynamo, *New York Times*, 5 juin 2011. [En ligne] http://www.nytimes.com/2011/06/06/nyregion/with-next-phase-ready-area-around-high-line-is-flourishing.html?_r=0 (Consultée le 16 septembre 2014).
- Mercier, G. (s.d.). L'enjeu paysager dans le monde contemporain. Le témoignage des espaces publics de Québec et Montréal, inédit.
- Minneapolis Riverfront Design Competition (2010). How do parks impact the civic and economic health of Minneapolis ?, 2 pages. [En ligne] <http://minneapolisriverfrontdesigncompetition.com/wp-content/uploads/2010/09/Fact-Sheet.pdf> (Page consultée le 22 août 2014).
- Minneapolis Riverfront Partnership (2013). *Riverfront Vitality Project A comprehensive look at the Minneapolis Riverfront What gets measured gets done*. Préparé par Mary Matze, octobre 2013, 50 pages.

- [En ligne] http://minneapolisriverfrontpartnership.org/wp-content/uploads/2013/10/MRP_VitalityProject_9_25_RGB.pdf (Consultée le 16 septembre 2014).
- Morin, A. (2014). Champlain en chantier à temps pour la rentrée. Site Le Soleil, Publié le 23 août 2014. [En ligne] http://www.lapresse.ca/le-soleil/actualites/transports/2014/08/22/01-4793928-champlain-en-chantier-a-temps-pour-la-rentree.php?utm_categorieinterne=traffickers&utm_contenuinterne=cyberpresse_B13b_la-capitale_577_section_POS1 (Page consultée le 28 août 2014).
- Nantes Métropole (sans date). Nantes métropole. Conférence EGWA. Nantes métropole, direction générale des déplacements. 15 pages. [En ligne] <http://www.ecf.com/wp-content/uploads/Jacques-Garreau-and-Hadrien-Bedok.pdf> (Consultée le 27 août 2014).
- Office de tourisme de Québec (OTQ) (2013). Québec destination 2020. Fleuve Saint-Laurent Développement et mise en valeur, 12 juin 2013, 20 pages.
- Office de tourisme de Québec (OTQ) (2014 [a]). Echotourisme Statistique. Bulletin de performance de l'industrie touristique de la région de Québec Juin 2014. Conception et réalisation: Marc Giguère et Michel Goupil, Office du tourisme de Québec, Division Développement, stratégie et planification. 20 pages Site de l'OTQ. [En ligne] <http://static.quebecregion.com/media/720048/echostat-2014-06-f.pdf> (Page consultée le 20 août 2014).
- Office du tourisme de Québec (OTQ) (2014[b]). Plan de développement de l'offre et de la mise en marché 2014-2016 de la destination touristique de Québec, 80 pages.
- Paquet, S. (2011). Introduction. Le multiple et le transmissible », Intermédialités : histoire et théorie des arts, des lettres et des techniques, 17, 9-17.
- Paquet, S. (2014). L'espace public urbain et les formes de l'art : usage, présence, résistance, Dans G. Bellavance, M. Roy-Valex et M. Azam (dir.), Art et Territoire : vers une nouvelle économie culturelle?, Québec, IQRC/Presses de l'Université Laval, à paraître.
- Parcs Canada (2012). Fréquentation à Parcs Canada. [En ligne] http://www.google.ca/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=oCDkQFjAD&url=http%3A%2F%2Fwww.pc.gc.ca%2Fdocs%2Fpc%2Fattend%2F~%2Fmedia%2Fdocs%2Fpc%2Fattend%2FFr%25C3%25A9quentation%2520%25C3%25A0%2520Parcs%2520Canada%252007-08%2520%25C3%25A0%252011-12.ashx&ei=SibqU_KUN4O_sQTjuYCYCA&usq=AFOjCNHERFHI_oKAUJzZXn5d4qxROud_pg&bvm=bv.72676100,d.cWc
- Pine, J., et Gilmore, J. (1999). The Experience Economy, Boston: Harvard Business School Press.
- Port de Québec (sans date a). Espaces récréatifs. Anse Brown. Site du Port de Québec. [En ligne] <http://www.portquebec.ca/activites-et-loisirs/espaces-recreatifs/anse-brown> (Page consultée le 30 juillet 2014).
- Port de Québec (sans date b). Promenade portuaire du Foulon. Un geste fort de cohabitation urbaine. 42 pages.
- Québec en Forme (2011). Les bénéfices économiques des espaces verts, des installations de loisirs et des aménagements urbains favorables à la marche, 4 (mars). [En ligne] http://www.quebecenforme.org/media/5872/04_faits_saillants_de_la_recherche.pdf (Page consultée le 12 août 2014).
- République française (2006). Le fleuve dans la ville. La valorisation des berges en milieu urbain. Direction générale de l'urbanisme, de l'habitat et de la construction. Centre de documentation de l'urbanisme, Paris. Note de synthèse réalisée par Gabriele Lechner, octobre, 120 pages.
- Ritchie, B.J. & Crouch, G.I. (2005). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. Wallingford: CABI Publishing.
- Robinson, M. et Picard, D. (éd.) (2009). The Framed World: Tourism, Tourists and Photography, Burlington, VT : Ashgate.

- Roncayolo, M. (2007). Réflexions autour de la notion d'attractivité. Actes des séminaires, « L'attractivité des territoires ». Février-Juillet, PUCA, 124 pages. [En ligne]
http://rp.urbanisme.equipement.gouv.fr/puca/edito/actes_attr_territoires.pdf
(Document consulté le 31 juillet 2014).
- Ruel-Manseau, A. (2014) Une piscine flottante dans le Vieux-Montréal? [En ligne]
http://www.lapresse.ca/actualites/montreal/201407/24/01-4786442-une-piscine-flottante-dans-le-vieux-montreal.php?utm_categorieinterne=traficdrivers&utm_contenuinterne=cyberpresse_lire_aussi_4788122_article_POS4. La presse, 24 juillet 2014.
- Schirrer M. (2007). Espaces aquatiques urbains et mises en jeu corporelles, quelles affinités?, *Espaces et sociétés*, 3 (130), 151-167.
- Sepe, M. (2013). Urban history and cultural resources in urban regeneration: a case of creative waterfront renewal. *Planning Perspectives* 28 (4), 595-613.
- Société de développement économique de Trois-Rivières (2005). *Trois-Rivières sur Saint-Laurent : un aménagement urbain et riverain pour les gens d'ici et d'ailleurs*. Trois-Rivières, 2005.
- Société du Parc Jean-Drapeau (2011). *Rapport annuel d'activités 2011*. Direction des communications et du développement stratégique et durable. 19 pages. [En ligne]
http://www.parcjeandrapeau.com/files/publications/rapport_annuel_2011.pdf (Consultée le 22 août 2014).
- Tourisme Québec (2000). *Guide de mise en valeur des plans d'eau du Québec à des fins récréotouristiques et de conservation du patrimoine*. [En ligne]
http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/etudes-statistiques/guide_eau.pdf. (Page consultée le 24 juillet 2014).
- University of Vermont Transportation Research Center (2010). *Estimating Tourism Expenditures for the Burlington Waterfront Path and Island Line Trail*. Rapport #10-003, préparé par Chen Zang Ph..D, Lance Jennings, Lisa Aultman-Hall Ph. D. 18 pages. [En ligne]
http://www.uvm.edu/~transctr/research/trc_reports/UVM-TRC-10-003.pdf (Consulté le 27 août 2014).
- Urbanmetrics (2010). *Waterfront Toronto Phase 1 Update: Economic Impact Analysis (2001-2010)*, 8 pages.
- Uzunidis, D. (coord. de pub.) (2004). *L'innovation et l'économie contemporaine: espaces cognitifs et territoriaux*. Bruxelles : De Boeck.
- Valls, J.-F., et al. (2014). Attractiveness Analysis of European Tourist Cities. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31 (2), 178-194.
- Vermont Department of Marketing and Tourism (2005). *The Travel and Tourism Industry in Vermont. A Benchmark Study of the Economic Impact of Visitor Expenditures on the Vermont Economy 2003*. Préparé par Economic & Policy Resources, Inc. [En ligne]
<http://www.uvm.edu/~snrvtdc/publications/EPR%20Final%20Report%20.pdf> (Page consultée le 16 août 2014).
- Vermont Department of Marketing and Tourism (2011). *Benchmark Study of the Economic Impact of Visitor Spending on the Vermont Economy – 2011. The Travel and Tourism Industry in Vermont*. Préparé par Chmura Economics & Analytics. [En ligne]
https://www.uvm.edu/~snrvtdc/publications/Vermont_Tourism_2011.pdf (Page consultée le 16 août 2014).
- Viard, J. (2004). Entretien, *Revue Pour*, 182.
- Ville de Québec (2013). *La reconquête des berges du Saint-Laurent. Un projet à poursuivre*. 4^e colloque sur l'innovation : la ville, l'architecture, l'eau. Québec, mai, 122 pages.
- Visaloire (2009). *La Loire à vélo colonne vertébrale d'un développement touristique durable*, 24 pages. [En ligne]
http://www.visaloire.com/Upload/Mediatheque/BO_LoireValley/EspacePro/PresentationLAV_LSavignac.pdf
(Consultée le 16 septembre 2014)

WaterfrontToronto (2013). Les investissements publics dans le secteur riverain de Toronto génèrent de fortes retombées économiques. [En ligne]

http://www.waterfrontoronto.ca/uploads/documents/tude_des_retombes_conomiques_communique_1_mai_2013_1_1.pdf Communiqué de presse du 1er mai 2013. 3 pages. (Consultée le 12 septembre 2014)

Wiltse, J. (2007). Contested Waters. A social history of swimming pools in America. Chapel Hill : The university of North Carolina Press.

Zins, M. et Jacques, J. (1999). La valeur touristique et économique des paysages, *Téoros*, 18 (1).

ANNEXE 4

- a) Lettre de la Commission de la capitale nationale du Québec au Canadien National,
4 mars 2014
- b) Lettre du Canadien National à la Commission de la capitale nationale du Québec,
10 mars 2014

Québec, le 4 mars 2014

Maître Jean D. Patenaude
Canadien National – Affaires juridiques
935, de la Gauchetière Ouest, 15^e étage
Montréal (Québec) H3B 2M9

Objet : Position du Canadien National sur le rapport du BAPE pour le projet de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain

Maître,

Suite à notre rencontre du 10 décembre 2013 aux bureaux de l'Administration portuaire de Québec, je souhaite confirmer avec vous la position du Canadien National sur certaines propositions émises par le Bureau d'audiences publiques sur l'environnement (BAPE) dans son rapport déposé en novembre dernier. En l'occurrence :

- 1- qu'il n'est pas envisagé par le CN de partager de façon permanente le tunnel ferroviaire de Québec-Gatineau pour desservir le port de Québec ni d'abandonner complètement ou partiellement l'antenne ferroviaire Champlain;
- 2- que le partage du tunnel ferroviaire du viaduc de la pointe à Puiseaux ne peut être envisagé, le CN ne partageant pas son emprise avec les piétons et les cyclistes pour des raisons de sécurité et d'intrusion;
- 3- que si la voie ferrée était déplacée immédiatement au sud du boulevard, des passages à niveau multiples pour piétons et cyclistes ne seraient pas acceptables en raison du risque qu'ils représentent pour la sécurité et l'intrusion;
- 4- que le CN n'offre pas de service de transport de passagers et qu'il ne pourrait donc être promoteur d'une navette ferroviaire.

De plus, il avait été convenu que l'Administration portuaire de Québec vous fournirait les plans des voies proposées sur ses terrains afin de s'assurer de la concordance des raccordements proposés avec l'antenne Champlain.

En espérant le tout conforme à nos discussions du 10 décembre dernier, je vous prie d'agréer, Maître, mes plus sincères salutations.


Le directeur de l'aménagement et de l'architecture,

Juan Vargas, architecte



www.cn.ca

Law

Assistant General Counsel
935 de La Gauchetière Street West
Montreal, Quebec, Canada
H3B 2M9
Telephone: (514) 399-5496
Facsimile: (514) 399-4296
E-mail: jean.patenaude@cn.ca

Affaires juridiques

Jean D. Patenaude

Avocat général adjoint
935 rue de La Gauchetière Ouest
Montréal (Québec) Canada
H3B 2M9
Téléphone : (514) 399-5496
Télécopieur : (514) 399-4296
Courriel : jean.patenaude@cn.ca

Montréal, le 10 mars 2014.

Monsieur Juan Vargas
Directeur de l'aménagement et de l'architecture
Commission de la capitale nationale du Québec
Édifice Hector-Fabre
525, boul. René-Lévesque Est, RC
Québec, Québec G1R 5S9

OBJET: PROJET DE LA PHASE 3 DE LA PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN

Monsieur,

En réponse à votre lettre du 4 février dernier et faisant état de nos discussions du 10 décembre 2013 sur les avis formulés par le Bureau d'audiences publiques sur l'environnement (BAPE) dans le cadre du projet de la phase 3 de la promenade Samuel-De Champlain, je vous confirme que la position du CN est conforme à ce que vous rapportez.

Je vous confirme également que nous avons reçu les plans de l'Administration portuaire de Québec pour ce qui est de la configuration des voies sur leur terrain, là où elles se raccorderont aux voies du CN. Il est à noter que ces plans sont antérieurs au rapport du BAPE et qu'ils devront possiblement être modifiés dépendant de la configuration finale des installations de la CCNQ. Nous transmettrons à l'Administration portuaire de Québec nos recommandations dès que nous serons en possession des plans définitifs.

Je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Jean Patenaude

c.c. M. Patrick Robitaille, Vice-président, Affaires et développement portuaires
Administration portuaire du Québec

ANNEXE 5

Proposition viaduc ferroviaire secteur Famille, juillet 2014

PROMENADE SAMUEL-DE CHAMPLAIN - PHASE 3
PROPOSITION VIADUC FERROVIAIRE SECTEUR
FAMILLE

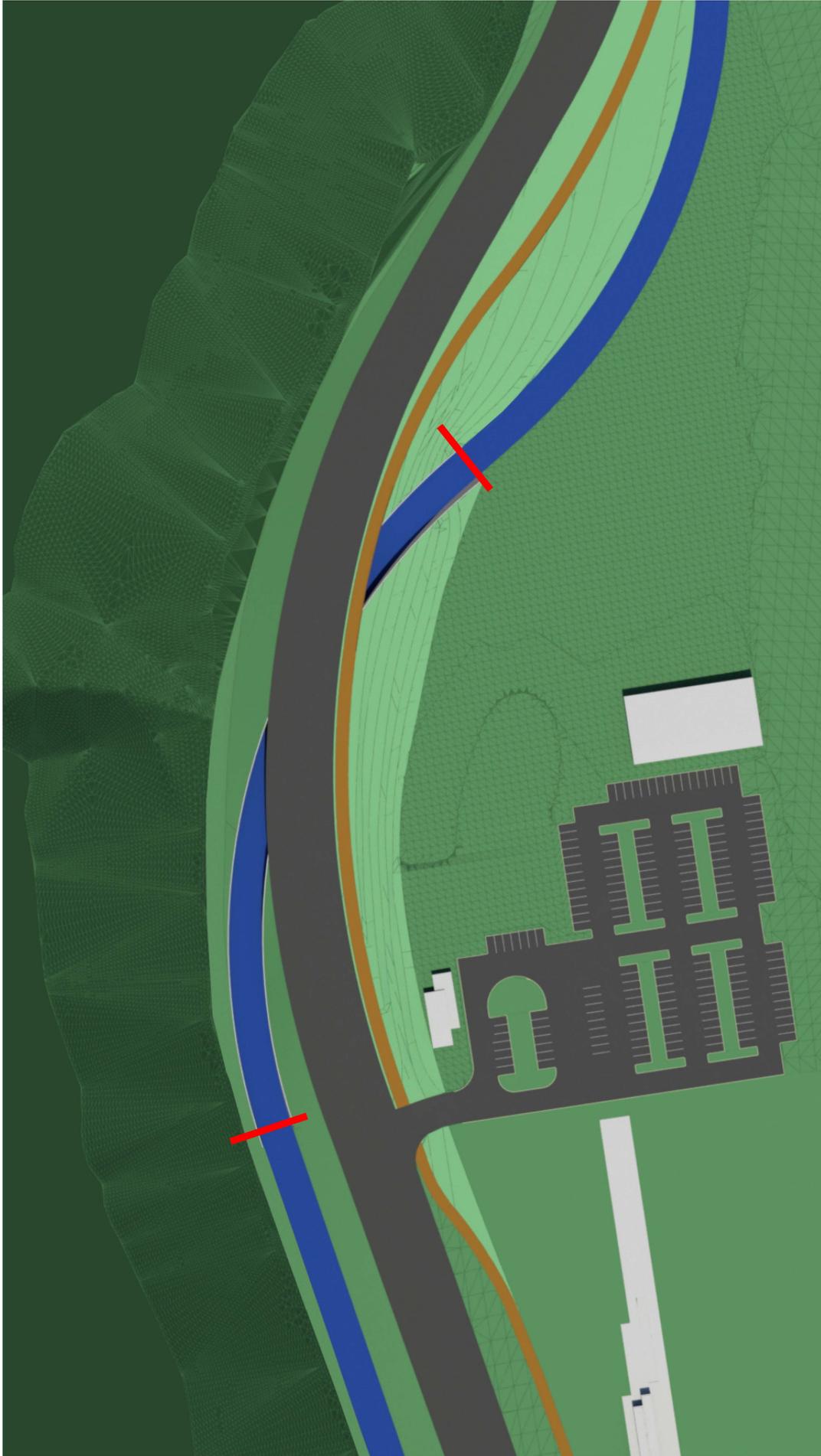
10 juillet 2014_rev 1

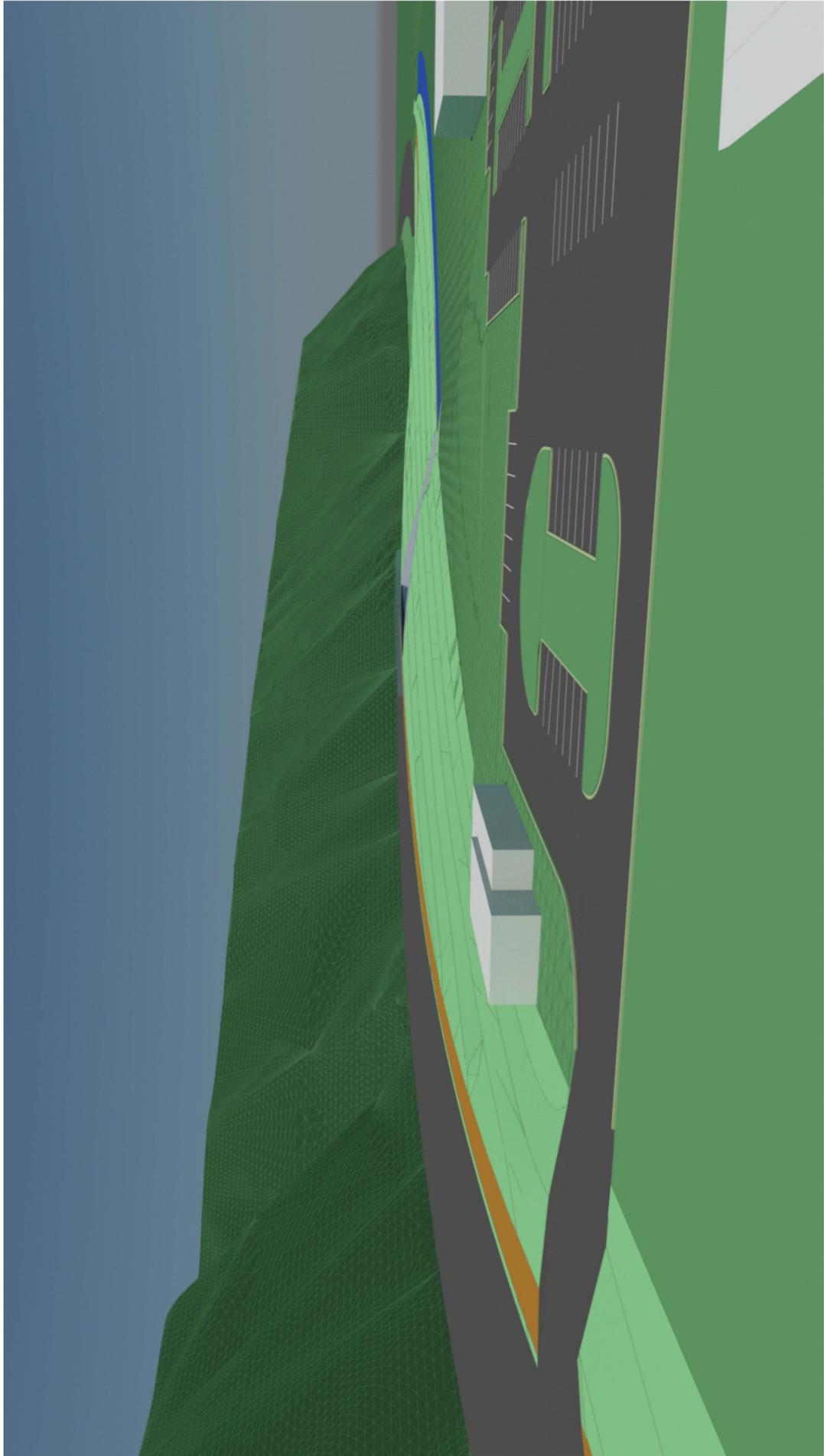
DAOUST LESTAGE^{inc.}

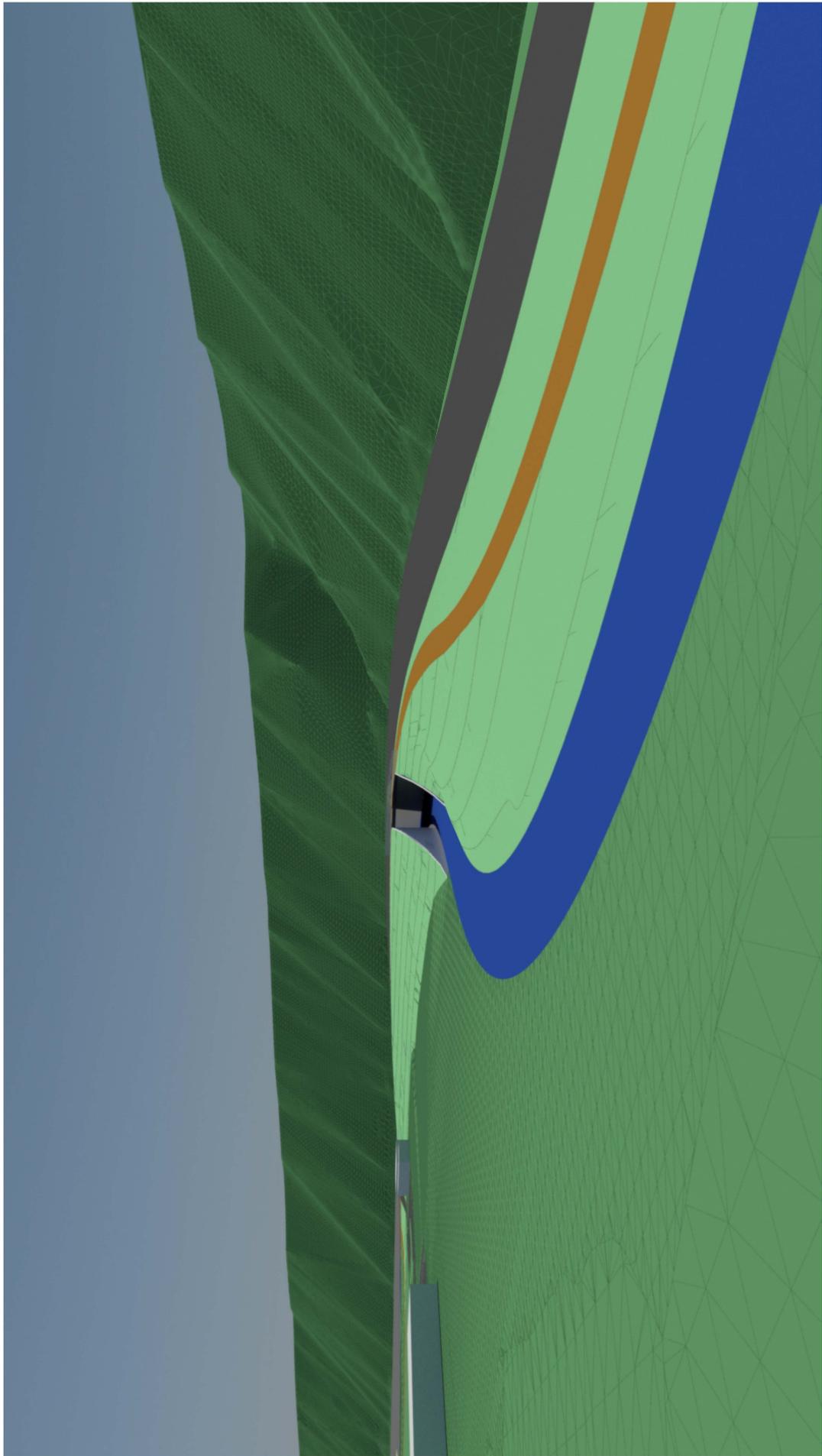
architecture
design urbain

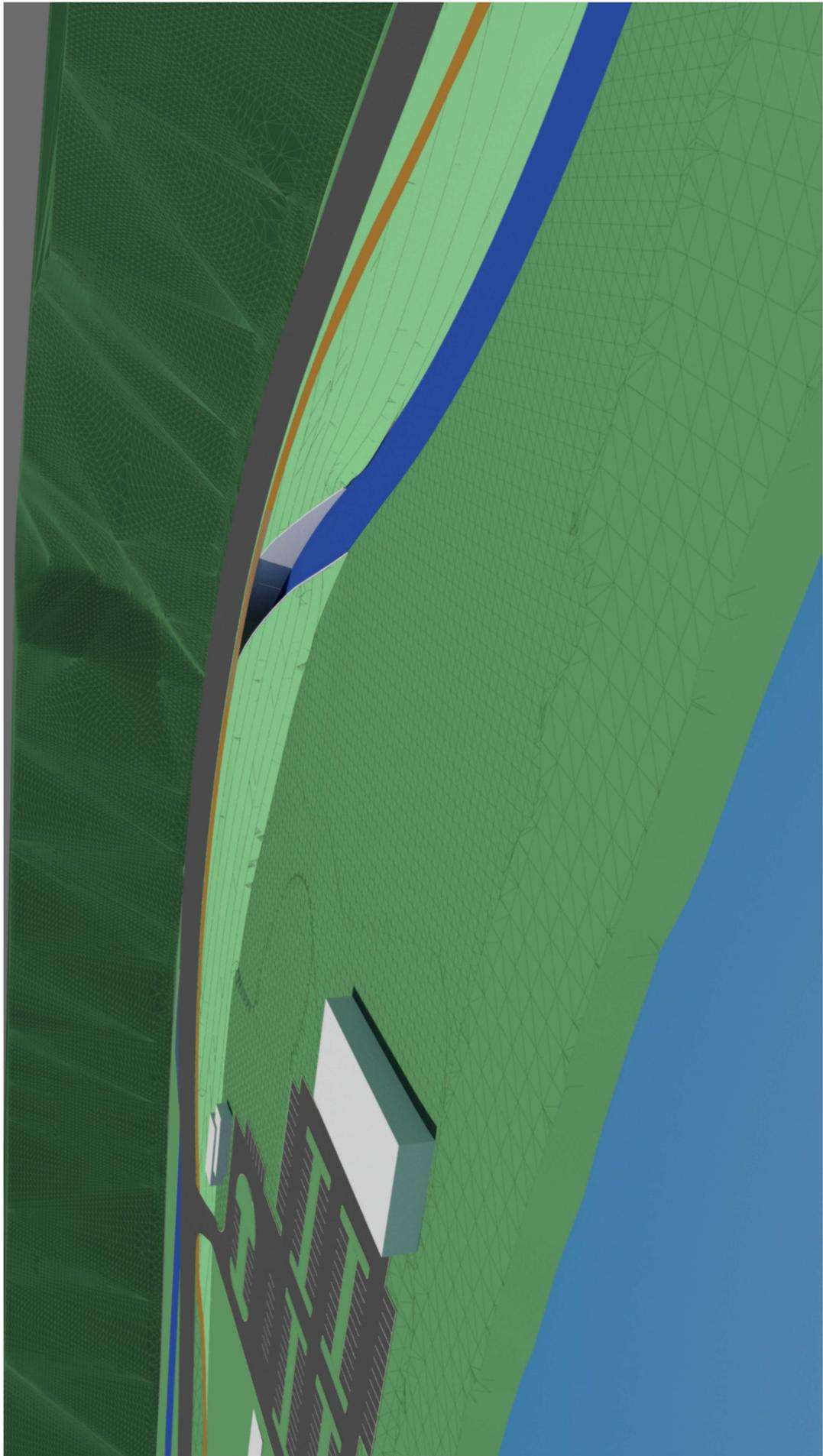


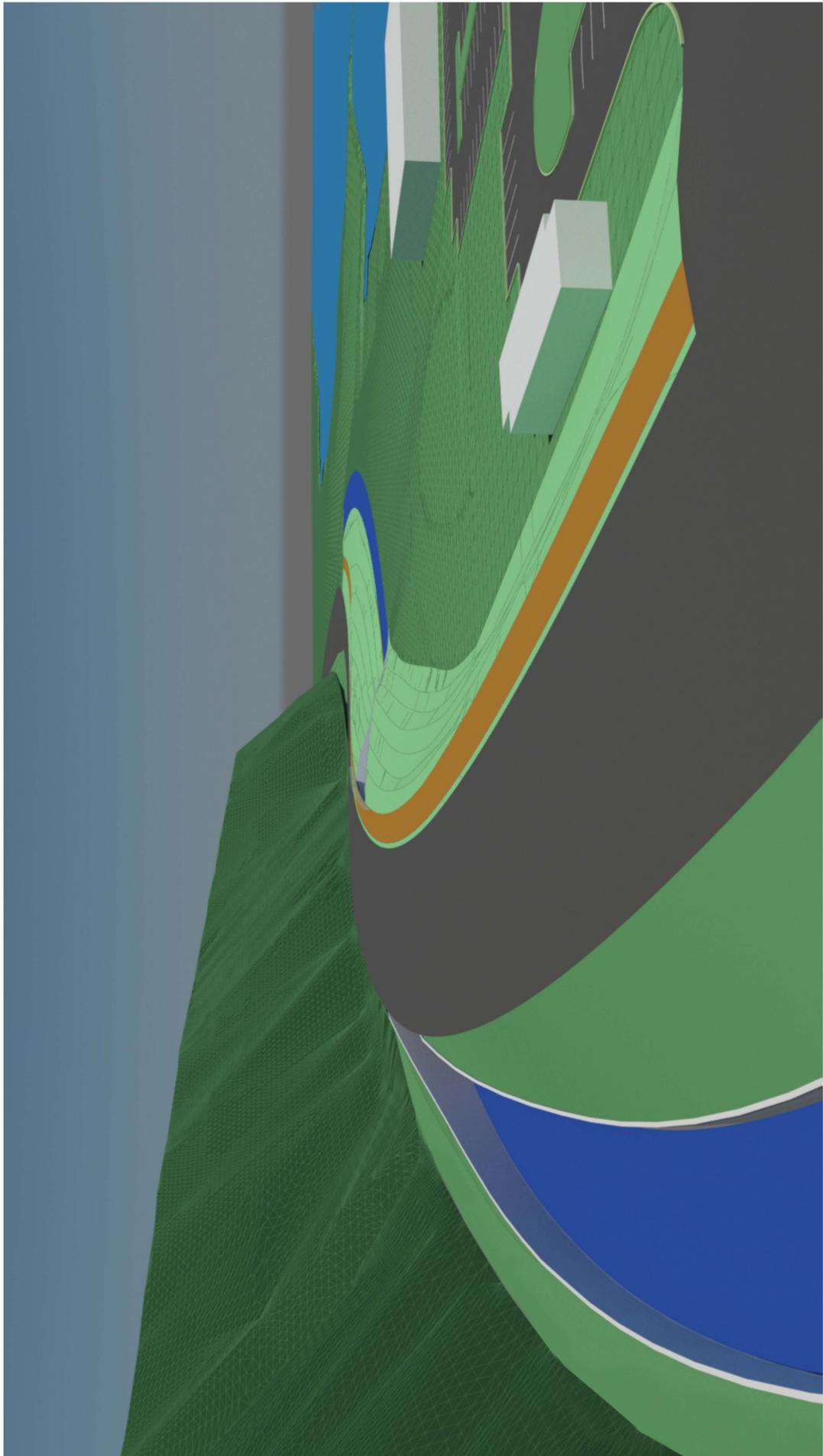
- 1 – Boulevard Champlain
- 2 – Voie ferrée
- 3 – Piste cyclable
- 4 – Viaduc routier passant au-dessus de la voie ferrée













ANNEXE 6

Proposition d'aménagement et de protection du littoral, novembre 2013



Proposition d'aménagement et de protection du littoral

Promenade Samuel-De Champlain – Phase 3



écogénie



7-11-2013

Possibilités d'aménagements



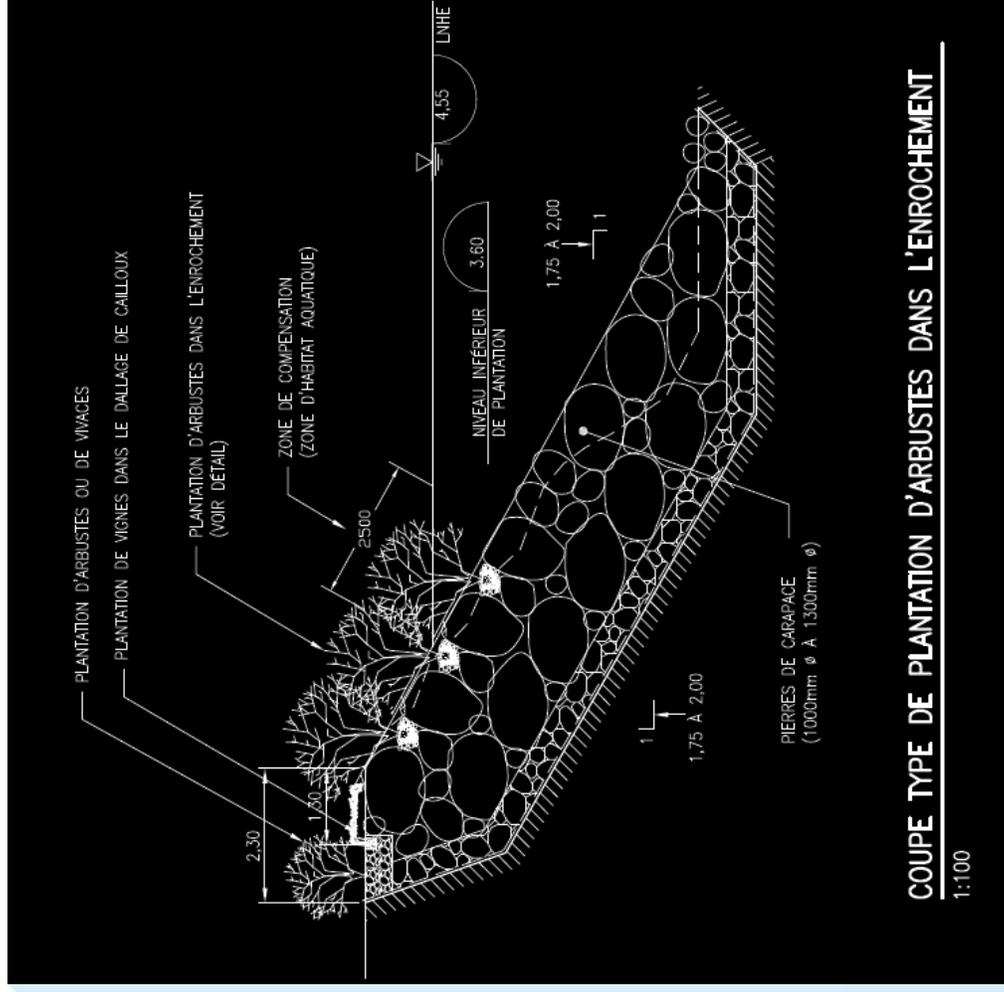
Empiètements de l'aménagement proposé



Propositions d'aménagement



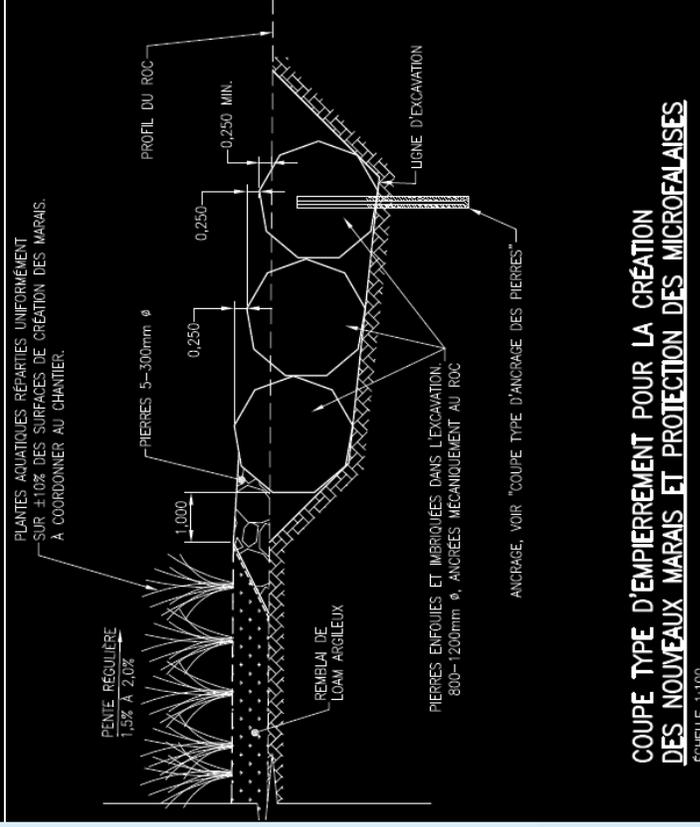
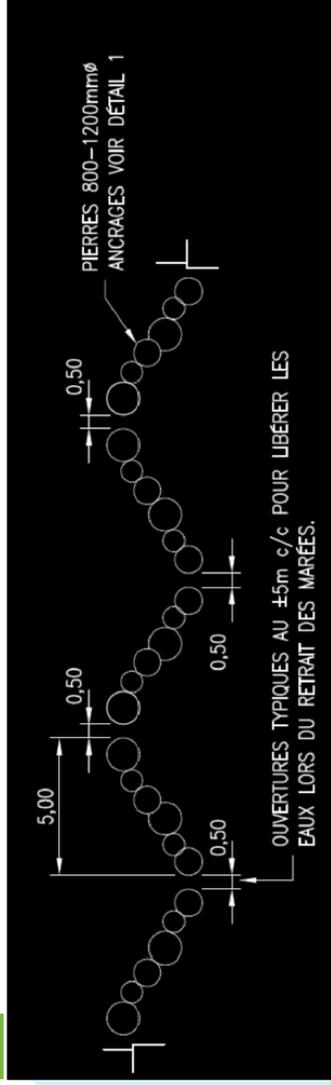
Coupe type des plantations dans l'enrochement, secteur marais



COUPE TYPE DE PLANTATION D'ARBUSTES DANS L'ENROCHEMENT

1:100

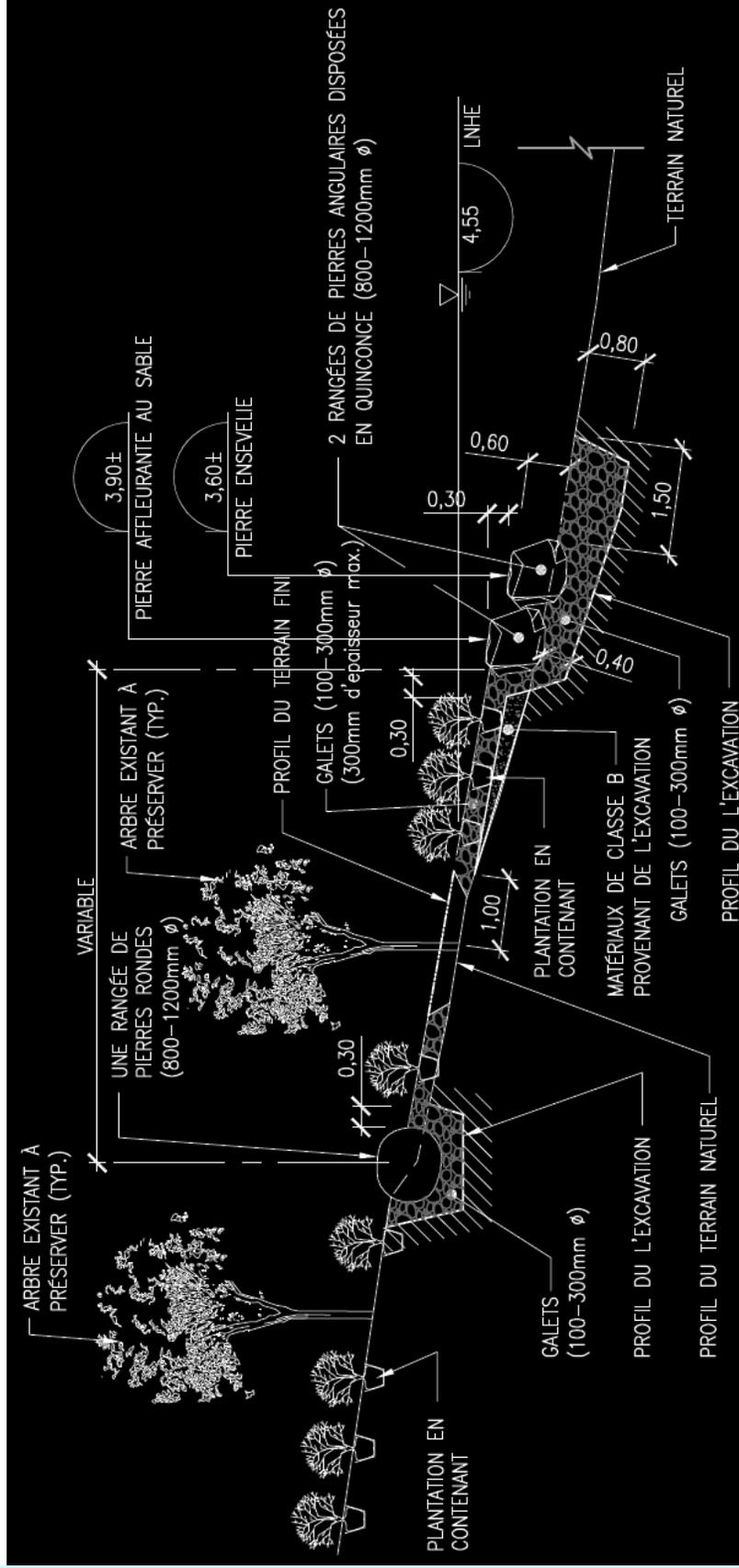
Protection des marais



Restauration de la rive – Secteur famille



Coupe type des plantations dans l'enrochement, secteur famille



POUR LES ZONES D'ACCUMULATION DE DÉBRIS À NETTOYER, VOIR VUE EN PLAN ET LES NOTES. (TYP.)

COUPE DE LA PLAGE – PROJETÉ

1:100