Document généré le 12 oct. 2024 01:05

Téoros
Revue de recherche en tourisme

Les pourvoiries du Québec

Pierre Martin, André Parent, Gaétan Poiré et Guy Thifault

Volume 7, numéro 2, juillet 1988

Villégiature et tourisme

URI : https://id.erudit.org/iderudit/1080416ar
DOI : https://doi.org/10.7202/1080416ar

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)
1923-2705 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Martin, P., Parent, A., Poiré, G. & Thifault, G. (1988). Les pourvoiries du Québec. *Téoros*, *7*(2), 38–40. https://doi.org/10.7202/1080416ar

Tous droits réservés © Université du Québec à Montréal, 1988

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

Pierre Martin, André Parent,
Gaétan Poiré et Guy Thifault*

Les pourvoiries du Québec

La Loi sur la conservation et la mise en valeur de la faune définit la pourvoirie comme une entreprise qui offre contre rémunération de l'hébergement et des services ou de l'équipement pour la pratique à des fins récréatives de la chasse, de la pêche ou du piégeage.

Il existe actuellement 552 pourvoiries au Québec. De ce nombre, 175 détiennent en plus du permis pour l'offre d'hébergement et de services, un bail du ministère du Loisir, Chasse et Pêche (MLCP) leur garantissant l'exclusivité de la chasse, de la pêche et parfois du piégeage sur un territoire donné; ce sont les "pourvoiries concessionnaires". Sur le territoire des pourvoiries concessionnaires, les activités de prélèvement faunique sont donc réservées aux clients des pourvoiries. Les autres (377), appelées "pourvoiries permissionnaires", offrent de l'hébergement et des services sur les lieux de chasse et de pêche sans exercer de contrôle sur la faune qui peut être prélevée autant par les clients des pourvoiries que par les autres chasseurs et pêcheurs.

Les 175 pourvoiries concessionnaires couvrent un total d'environ 20 000 km² pour une superficie moyenne de 111 km² avec, aux extrêmes, des pourvoiries aussi petites que 0,5 km² et des pourvoiries atteignant 4575 km². Les pourvoiries concessionnaires se concentrent dans la région de Montréal et de la Côte-Nord.

Les pourvoiries permissionnaires sont, pour leur part, plus concentrées dans les régions de l'Outaouais et de l'Abitibi-Témiscamingue. Nous retrouvons, au tableau 1, la répartition des pourvoiries selon les régions administratives.

TABLEAU: 1
Le réseau provincial des pourvoiries (1987)

Régions administratives	Nombre total de permis	Nombre de concessionaires	Nombre de permissionnaires
1	12	4	8
2	33	16	17
3	41	15	26
4	57	19	38
5	6	0	6
6	82	39	43
7	87	20	67
8	106	8	31
9	84	53	31
10	44	1	43
TOTAL	**552**	**175**	**377**

La catégorisation des pourvoiries

À l'été 1985, afin de répondre à un besoin d'information de la clientèle des pourvoiries (chasseurs/pêcheurs) et de rendre ce produit plus accessible aux clients éventuels (québécois et non-résidents du Québec), les 552 établissements composant le réseau des pourvoiries du Québec ont été catégorisés. Le MLCP a alors procédé à l'inventaire des services et équipements offerts à la clientèle. À partir des données recueillies, une catégorisation des services d'hébergement a été établie, ce qui a permis de mieux cerner l'offre et de regrouper l'information dans le "Répertoire des pourvoiries". Cette catégorisation indique à la clientèle le niveau des services, d'équipements et le type d'hébergement disponible dans chaque pourvoirie.

La pourvoirie dans le contexte de la mission faune du MLCP

En regard de la mission de *gestion et de mise en valeur* (utilisation) de la faune poursuivi par le MLCP, chacun des deux types de pourvoirie a un rôle important à jouer.

Avec les *pourvoiries concessionnaires*, le Ministère délègue directement à des entreprises la gestion de la faune sur un territoire et exige qu'elles en favorisent l'utilisation par l'offre d'hébergement et de services.

L'exclusivité des droits de chasse, pêche et piégeage permet au pourvoyeur de vendre la tranquilité des lieux, de garantir l'isolement sur un plan d'eau et de contrôler jusqu'à un certain point la qualité de la faune qu'il offre à sa clientèle. Cependant, dans certains secteurs situés à proximité des bassins de population, les droits exclusifs sont parfois perçus comme une entrave à la libre fréquentation du territoire par la population locale. Pour cette raison, le MLCP a choisi, après consultation de la population, d'orienter le développement de nouvelles pourvoiries concessionnaires vers des secteurs inaccessibles où la faune est, de toute façon, nettement sous-utilisée.

Dans les cas des 377 *pourvoyeurs permissionnaires*, leur rôle se limite à la mise en valeur de la faune car ils ne détiennent aucun contrôle sur le territoire. Toutefois, en considérant que chacune de ces pourvoiries génère chaque année en moyenne près de 2000 jours d'activités, il est évident qu'une distribution judicieuse de ces entreprises sur le territoire, constitue pour le MLCP un outil privilégié pour favoriser la répartition de la pression exercée par les chasseurs et les pêcheurs sur la ressource faunique.

Pour que la distribution des pourvoiries permissionnaires ait réellement un effet bénéfique sur la répartition de la pression sur la faune, la planification du réseau de pourvoiries permissionnaires devra prendre en considération les autres formes d'accès à la faune que sont l'utilisation quotidienne (sans séjour sur le lieu d'activité) et la villégiature pri-

* MM. Pierre Martin, André Parent et Gaétan Poiré sont agents de recherche et de planification socio-économique au MLCP tandis que M. Guy Thifault est agent de recherche et de planification socio-économique au ministère du Tourisme.

vée sur les terres publiques qui permet à des adeptes de chasse et de pêche de séjourner à proximité du lieu d'activité.

À cet égard, puisque le potentiel faunique accessible est limité, les responsables de la planification devront parfois choisir entre la villégiature privée et la pourvoirie permissionnaire (villégiature commerciale) comme outil de mise en valeur d'un secteur. Ainsi, dans un secteur qui présente un intérêt pour l'utilisation de la ressource faunique (activités avec ou sans prélèvement), la villégiature privée restreint le nombre d'utilisateurs potentiels par rapport à la pourvoirie permissionnaire. En effet, l'établissement de chalets privés restreint l'accès aux seuls propriétaires, parents et amis de ceux-ci. De plus, les chalets de villégiature créent souvent un effet de privatisation de secteurs, empêchant les utilisateurs autonomes de circuler dans les environs.

À l'opposé, la pourvoirie permissionnaire permet à un plus grand nombre de personnes de fréquenter un secteur puisque la période d'opération d'une pourvoirie est plus longue et le taux d'occupation est généralement plus élevé. Conséquemment dans les secteurs convoités, près des grands bassins de population, les responsables de la planification devraient favoriser prioritairement le développement des entreprises de pourvoirie par rapport aux chalets de villégiature individuels.

Le portrait économique des pourvoiries

Parmi l'ensemble des utilisateurs de la faune, la pourvoirie représente la seule entreprise à caractère commerciale axée sur l'exploitation de la faune. Développées à partir d'investissements privés, ces entreprises fournissent un apport économique non négligeable.

La pourvoirie au Québec, c'est un chiffre d'affaires total de 46 millions de dollars[1] et des dépenses de fonctionnement de 39 millions. Au niveau de l'emploi, les pourvoyeurs embauchent directement 2166 personnes et dégagent ainsi une masse salariale de 11,4 millions de dollars. Créées en grande partie sur le modèle de l'entreprise familiale (26% de pourvoyeurs n'ont aucun employé et 33% n'ont pas plus de 2 employés), certaines ressemblent cependant à de véritables P.M.E. (12% des pourvoiries ont 10 employés et plus).

La pourvoirie c'est aussi et surtout 944 468 jours d'activités partagés par plus de 208 000 pêcheurs, 31 000 chasseurs et 30 000 adeptes d'autres activités. En plus des frais de séjour chez les pourvoyeurs, ces utilisateurs ont dépensé un montant supplémentaire de 56 millions de dollars. Cette somme se répartit ainsi:

- achat de nourriture et de boisson, 14 M$;
- achat d'essence et de carburant, 8 M$;
- achat d'équipements de chasse et d'attirails de pêche, 8 M$;
- hébergement commercial, 6 M$;
- frais de restaurant, 5,5 M$;
- achat de billets d'avion au Québec, 4 M$.

De plus, environ 23% du montant global dépensé par les chasseurs et pêcheurs provient de non-résidents du Québec ce qui signifie une injection d'argent neuf de près de 13 millions de dollars (sans compter les montants versés aux pourvoyeurs).

En ajoutant à l'ensemble de ces dépenses, les immobilisations effectuées par les pourvoyeurs en 1986 (7,6 M$), nous pouvons calculer pour cette année l'ensemble des effets directs et indirects reliés à l'exploitation et à la fréquentation des pourvoiries au Québec. L'activité des pourvoiries a donc engendré la création de 1855 emplois en équivalent personnes-années, le paiement de 35 millions de dollars de salaires et gages et généré 38 millions de dollars d'autres revenus. Tout ceci représente une valeur ajoutée totale de 71 millions de dollars[2] dans l'économie du Québec.

Mais qu'en est-il maintenant de la vigueur économique de ce secteur. Selon les données recueillies pour les années antérieures, le chiffre d'affaires moyen aurait crû de 14% par année de 1982 à 1986. Cependant, pour la même période, la fréquentation moyenne des pourvoiries n'aurait augmenté que de 2% par année. Outre l'inflation, c'est l'allongement des séjours, l'augmentation des services offerts et la croissance de l'activité des pourvoiries en zone éloignée, dont le coût du séjour est particulièrement élevé, qui sont à l'origine d'une croissance du chiffre d'affaires nettement supérieur à celle de la clientèle.

C'est effectivement dans les régions éloignées que la croissance est la plus vive. Ainsi, dans la région du Nouveau-Québec, l'augmentation moyenne de fréquentation a été de 34% par année de 1982 à 1986 avec une croissance correspondante du chiffre d'affaires de 26,5%. C'est d'ailleurs chez ces pourvoiries que nous retrouvons le plus haut taux de bénéfice net avant impôt, soit 19% (contre 16% pour l'ensemble de la province), généré par un chiffre d'affaires moyen de 295 120$, ce qui est 6 fois supérieur à la moyenne provinciale.

La clientèle des pourvoiries

Après avoir bien cerné l'offre des services en pourvoiries, le MLCP a procédé à une étude[3] visant à déterminer le niveau de notoriété des pourvoiries ainsi que les forces et les faiblesses de ce genre d'entreprise. On a ainsi découvert que 39,1% des personnes interrogées[4] avaient déjà entendu parler des pourvoiries mais seulement 9,6% y avaient déjà séjourné au cours des trois dernières années.

L'étude précise par ailleurs que près de 15% des personnes interrogées se disaient très intéressées à séjourner dans une pourvoirie au cours des trois prochaines années.

Le profil socio-économique des utilisateurs de pourvoiries est aussi un élément très intéressant à souligner. Plus scolarisé que la moyenne (30% de niveau universitaire), francophone (92%), marié (63%), âgé de 41,2 ans, l'utilisateur de pourvoiries a un revenu annuel relativement élevé (39% avaient des revenus supérieurs à la moyenne).

Pour les chasseurs, l'orignal et le chevreuil étaient les espèces les plus recherchées alors que c'est la truite mouchetée qui obtient la préférence des pêcheurs. Du point de vue qualitatif, les éléments les plus appréciés ont été l'ambiance générale, la courtoisie du personnel, la propreté et le confort des lieux.

Paradoxalement, la qualité de la pêche et de la chasse ainsi que l'accessibilité aux pourvoiries ont été les points les plus négatifs soulevés par les utilisateurs. Malgré tout, l'appréciation générale des clients demeure très bonne étant donné que 96% des utilisateurs se disent prêts à recommander les pourvoiries à un ami. Il est également intéressant de noter que les activités pratiquées dans les pourvoiries ne se limitent pas exclusivement à la pêche ou à la chasse puisque 50% des utilisateurs ont pratiqué, en plus de la chasse et de la pêche, d'autres activités telles que le canot-camping et la randonnée pédestre.

Des entrevues de groupe (focus group) réalisées auprès de chasseurs et pêcheurs ont permis de préciser les attributs positifs ou forces, de même que certaines faiblesses des pourvoiries.

Les forces:

- rapport entre la superficie du territoire et le nombre de clients;
- hébergement confortable pour le séjour de chasse et pêche;
- environnement naturel et sauvage;
- calme et tranquillité.

Les faiblesses:

- tarifs prohibitifs en période de pointe;
- manque d'information et d'évaluation des diverses pourvoiries.

En bref, le marché actuel des pourvoiries rejoint près de 5% de la population, tandis que le marché potentiel atteindrait plus de 11% de la population québécoise. Ce marché peut être divisé en trois catégories:

- le marché actuel primaire (vocation chasse et pêche):
  - utilisateurs actuels;
- le marché potentiel primaire (vocation chasse et pêche):
  - non-utilisateurs intéressés qui connaissent les pourvoiries;
  - non-utilisateurs intéressés qui ne les connaissent pas;

- le marché potentiel secondaire (vocation pêche et plein air):
- amateurs de nature et de plein air;
- sportifs;
- familles;
- amateurs d'isolement, de calme;
- chasseurs/pêcheurs avec leur famille;
- groupes de jeunes, d'écoliers.

Diversification des activités dans les pourvoiries

Dans le but d'augmenter le nombre de jours d'activités dans les pourvoiries, certaines d'entre elles devront diversifier leurs activités. Il pourrait s'avérer particulièrement intéressant et lucratif pour les entreprises situées près des grands centres urbains d'offrir de nouveaux services ou de nouvelles activités afin de recruter de la clientèle pour les périodes moins achalandées. Ainsi, certaines pourvoiries offrent-elles déjà des possibilités de villégiature, de congrès en nature, etc.

À cet égard, les activités de plein air sans prélèvement, qui gagnent de plus en plus de popularité, pourront constituer une avenue intéressante à explorer au cours des années à venir. Les pourvoiries recèlent souvent des potentiels récréatifs susceptibles d'attirer une clientèle qui désire s'adonner à de telles activités sur une base quotidienne ou au cours d'un séjour.

Promotion des pourvoiries à l'extérieur du Québec

Il n'existe pas de données très précises concernant la demande potentielle pour les pourvoiries québécoises à l'extérieur du Québec. Cependant, en reliant les données recueillies au cours des diverses études, on peut établir quelques grandes lignes et élaborer un profil des services recherchés par les non résidents du Québec.

Ainsi, les non-résidents semblent moins hésitants à se rendre dans des territoires éloignés des grands centres. Le gros gibier, en général, retient leur faveur. De plus, les données tendent à démontrer que les chasseurs non résidents sont attirés par les espèces qui sont uniques au Québec (le caribou), et par des territoires où le taux de succès est élevé (Anticosti). La chasse à l'ours dans les pourvoiries de l'Outaouais semble également obtenir la faveur des Américains.

Depuis deux ans, des efforts importants ont été consentis par le ministère du Tourisme pour la promotion des pourvoiries sur les marchés hors-Québec. Le produit chasse et pêche offrent des perspectives de développement touristique intéressantes; le secteur des pourvoiries a fait l'objet de programme de développement touristique dans le cadre d'une entente Canada-Québec. Pour ce faire, dès décembre 1986, on élaborait un plan de marketing pour les trois prochaines années et un budget de 2,5 millions de dollars a été alloué à la promotion du produit chasse et pêche sur les marchés hors-Québec.

Les marchés prioritaires identifiés sont l'Ontario, les états de la Nouvelle-Angleterre, de l'Atlantique Moyen et du Centre Nord-Est aux États-Unis. De plus, on prévoit faire à moyen terme des démarches dans quelques pays européens.

Notes explicatives

(1) Ces données proviennent d'une étude récente réalisée par la firme Mallette, Major, Martin pour le compte du MLCP. Les chiffres présentés correspondent à l'année 1986.

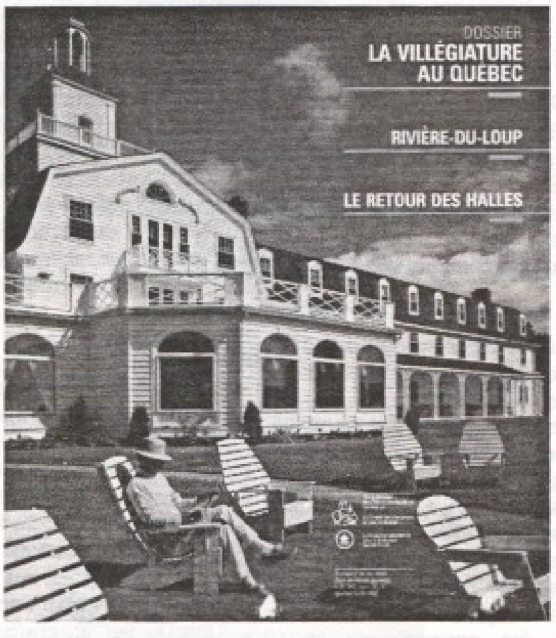
(2) Ces chiffres d'impact ne tiennent pas compte des pourvoiries exploitées par la société des établissements de plein air (SEPAQ) qui représentent à elles seules une valeur ajoutée de 3 millions de dollars.

(3) Étude sur les réseaux d'hébergement, volume II, Volet pourvoiries, MLCP, Service de l'analyse et de la recherche socio-économique, avril 1987.

(4) La population-cible pour cette étude était constituée par l'ensemble des voyageurs d'agrément du Québec âgés de 15 ans et plus et de l'ensemble des chasseurs et pêcheurs qui ne sont pas des voyageurs d'agrément.

CONTINUITE

LE MAGAZINE DU PATRIMOINE AU QUÉBEC



Numéro 40, été 1988
La villégiature au Québec
abonnement: 14 $
au numéro: 4 $

Une publication des Éditions Continuité
C.P. 387 succ. Haute-ville
Québec G1R 4R2 (418) 692-1653