

Pratiques exemplaires pour générer des retombées économiques grâce à l'aménagement de sentiers

Parc provincial Arisaig, comté d'Antigonish (Jim Vance)

Générer des revenus directs

L'accès à la plupart des sentiers de la Nouvelle-Écosse est gratuit, ce qui permet à différents secteurs de l'économie locale de profiter des retombées découlant des dépenses liées à l'utilisation des sentiers. Bien que le but du présent guide soit principalement d'aider les promoteurs de sentiers à profiter des retombées économiques indirectes, les stratégies suggérées ci-dessous afin de générer des revenus directs pourraient s'avérer utiles :

- Instaurer des tarifs d'entrée, exiger des laissez-passer ou imposer une taxe sur les biens et services relatifs aux sentiers, surtout en ce qui a trait à l'utilisation de véhicules motorisés sur les sentiers.
- Percevoir des frais pour les biens et services offerts directement dans les sentiers tels que les refuges, les chalets et le transport d'équipement.

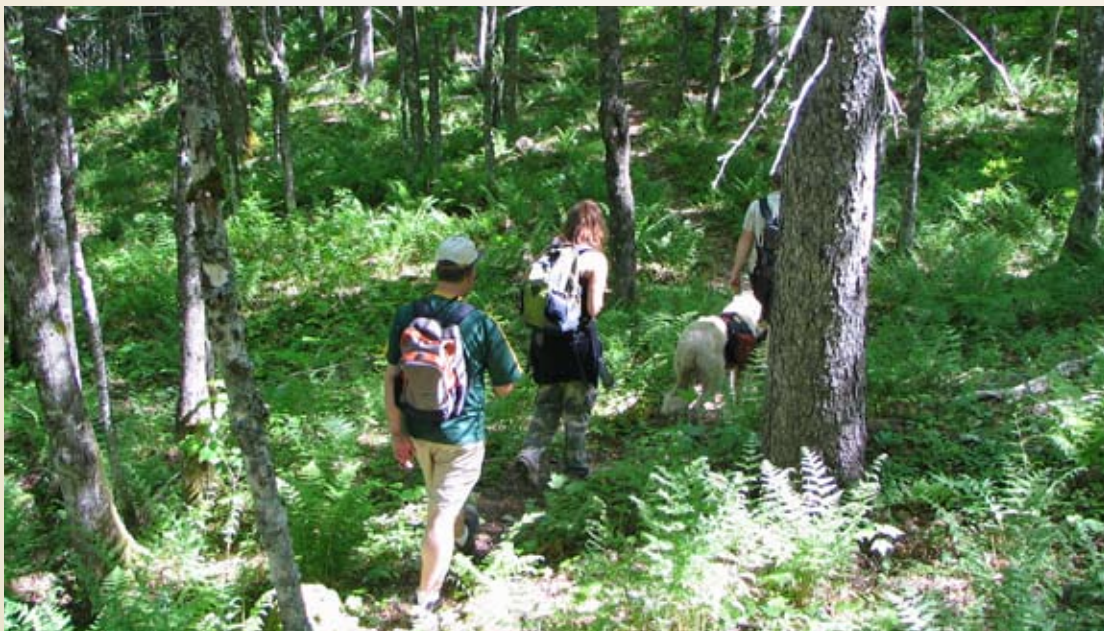
Générer des retombées économiques indirectes

Les stratégies qui permettent de tirer des revenus directement de l'utilisation des sentiers sont fort utiles. Toutefois, pour la plupart des promoteurs de sentiers et les collectivités visées, il est encore plus important de garantir l'achat local d'équipement et de nourriture ainsi que de divers services liés aux sentiers, comme le transport et l'hébergement. De plus en plus, il importe de pouvoir montrer l'incidence de l'aménagement de sentiers sur l'économie locale pour inciter les secteurs privé et public à investir dans cette infrastructure.

Les pratiques exemplaires ou clés du succès présentées ci-dessous sont conçues afin d'aider les promoteurs de sentiers et les organismes à maximiser les retombées économiques indirectes. Certaines des suggestions ne peuvent être appliquées lorsque les sentiers sont déjà bien établis. Cependant, là où plusieurs options sont possibles, les propositions suivantes sont à considérer.



Sentier Kenomee Canyon, comté de Colchester (Hilary Paquet)





Parc provincial Arisaig, comté d'Antigonish (Jim Vance)

Aménagement et entretien

Une fois qu'un sentier est aménagé, de nombreux facteurs économiques importants tels que l'emplacement, le type de sentier et la longueur ne peuvent plus être modifiés. Il est donc essentiel d'avoir pris en compte ces facteurs fondamentaux avant de commencer les travaux.

- **Souligner un attrait naturel ou historique remarquable de la région ou mettre en valeur un centre des arts, de la culture ou de la santé** afin de rendre le sentier plus intéressant.
 - **Tisser des liens entre les collectivités** afin d'accroître les retombées économiques, particulièrement celles générées par l'hébergement de touristes (la randonnée en étapes étant populaire à certains endroits) le long ou aux extrémités des sentiers où les collectivités sont situées.
 - **Situer l'entrée du sentier** près d'un centre communautaire ou d'une attraction touristique afin d'en faciliter l'accès et d'établir des liens étroits avec les entreprises locales.
 - **Minimiser la difficulté du sentier** afin d'attirer un éventail d'utilisateurs le plus large possible.
 - **Concevoir le sentier spécifiquement pour certains utilisateurs** de façon à satisfaire leurs besoins et leurs préférences.
- **Randonneurs/marcheurs** : la plupart préfèrent les randonnées de jour dans des sentiers bien marqués et entretenus et facilement accessibles.
 - **Conducteurs de motoneiges et de véhicules hors route** : ils préfèrent les randonnées de type « étoile » avec au centre un hôtel ou des chambres d'hôtes.
 - **Cavaliers** : ils ont tendance à éviter les sentiers polyvalents et privilégient les sentiers conçus pour l'équitation, où il y a de grands stationnements qui leur permettent de manœuvrer pour garer leurs remorques.
 - **Cyclistes** : ils préfèrent les randonnées de type « étoile » avec au centre un endroit où trouver des installations et des commodités et à partir duquel ils peuvent faire plusieurs expéditions de jour.
 - **Skieurs** : ils préfèrent les randonnées de type « étoile », comme les cyclistes (quoique des trajets plus courts), et ils pourraient être particulièrement attirés par une topographie variable posant de légères difficultés. Il est possible qu'ils privilégient les sentiers entretenus.
- **Mettre au point un plan d'entretien** comportant des engagements financiers et assignant les responsabilités en matière d'entretien.
 - **Utiliser les ressources locales** pour l'aménagement et l'entretien des sentiers afin de maximiser les retombées économiques locales.
 - **S'assurer que la signalisation est adéquate** vers et dans les sentiers afin que les utilisateurs puissent retrouver leur chemin facilement.
 - **Travailler de façon proactive afin d'éviter les conflits** entre utilisateurs dans les sentiers polyvalents ou très fréquentés. Collaborer aussi avec les membres des collectivités ou les gens d'affaires qui pourraient être affectés par l'utilisation des sentiers.



Sentier randonnée pédestre des chutes North River, comté de Victoria (Jeff A. Merrill)



Parc provincial Arisaig, comté d'Antigonish (Jim Vance)

Collectivités et entreprises

Idéalement, chacune des exigences ci-dessous devrait être prise en considération lors de la conception et de l'aménagement du sentier. Toutefois, il est entendu que les opportunités ou les problèmes ne se manifestent généralement qu'après l'ouverture du sentier et que l'augmentation du nombre de visiteurs dans la région tarde souvent à venir, ce qui peut être corrigé grâce à des projets d'aménagement connexes.

- **Fournir des biens et services locaux** qui vont générer l'essentiel des produits d'exploitation associées à l'utilisation des sentiers. Ceux-ci incluent les restaurants à proximité, le divertissement, l'hébergement et le magasinage.
- **Faire participer les membres de la collectivité et les gens d'affaires**, qui pourront aider à générer des retombées économiques liées à l'utilisation des sentiers et aspirer à en tirer profit. En effet, solliciter la participation des entreprises et de la communauté au début du processus augmente les chances de récolter de bonnes idées et des contributions venant de la région qui pourront être incorporées dans le projet afin de maximiser les retombées économiques.
- **Répondre aux besoins particuliers** des utilisateurs comme des services d'approvisionnement en carburant et de réparation, la location d'équipement, des renseignements sur l'état du



Sentier Bull Run, comté de Lunenburg (Laura Barkhouse)

sentier et des services d'inscription pour assurer leur sécurité. Les cavaliers peuvent également avoir besoin de fournitures et d'équipement particuliers ainsi que de services vétérinaires à proximité. Quant aux skieurs et aux motoneigistes, ils ont besoin de locaux et de services offerts toute l'année (pas seulement pendant les mois moins froids). Enfin les cyclistes ont besoin d'ateliers de réparation et de services de location de bicyclettes et d'équipement.



- **Obtenir la permission** et le soutien des personnes sur lesquelles les activités des utilisateurs du sentier ont une incidence. Ainsi, tout le monde sera à l'aise avec la situation. L'aménagement de sentiers sans le soutien de la collectivité peut entraîner de nombreux problèmes aux promoteurs des sentiers et aux utilisateurs à toutes les étapes.

Promenade de la Journée internationale des sentiers 2007 – sentiers forestiers de Beaver Bank, Municipalité régionale d'Halifax (Deanne Hemphill)





Parc provincial Arisaig, comté d'Antigonish (Jim Vance)

Développement du produit

Avant d'entreprendre les activités de marketing et de promotion, il faut s'assurer que le sentier est prêt à accueillir les utilisateurs. Si ces derniers vivent une expérience satisfaisante, le bouche à oreille a vite fait de stimuler l'utilisation du sentier et d'attirer une nouvelle clientèle aux restaurants et autres commerces avoisinants. Peu importe le type de sentier, il vaut mieux être prêt avant d'y inviter les utilisateurs si on veut partir du bon pied.

- **Lier l'utilisation du sentier à d'autres attractions**, activités et exploitants touristiques. Le sentier n'est pas nécessairement l'attraction principale qui attire un visiteur dans la région et il est essentiel que tous les promoteurs des attractions locales collaborent entre eux. Les exploitants touristiques peuvent s'unir et offrir des forfaits, notamment une visite d'un lieu historique combinée à une visite guidée du sentier ou un rabais sur la location de bicyclettes d'un atelier local à l'achat d'un repas ou à la location d'une chambre d'hôtel.
- **Offrir divers moyens de se rendre au sentier**, et engager des partenariats avec les fournisseurs de services de transport. La plupart des gens se rendent aux sentiers par leurs propres moyens, mais les jeunes, les personnes âgées et les cyclistes notamment peuvent nécessiter ou préférer un mode de transport particulier. Veiller à ce que les fournisseurs offrent des services de transport au sentier et à ce que le plus grand nombre possible d'utilisateurs y aient accès.
- **Prévoir un service d'interprétation du sentier** ou des visites guidées pour enrichir l'expérience des utilisateurs, tout particulièrement si les attraits locaux (c.-à-d. l'histoire, la culture, la nature ou les arts) ne sont pas nécessairement faciles à reconnaître pour le visiteur moyen.
- **Prolonger la saison touristique** en offrant des rabais pendant la saison intermédiaire ou la saison morte. Il est particulièrement important

de prolonger la saison pour permettre aux exploitants locaux de générer des profits. La plupart des exploitants touristiques atteignent le seuil de rentabilité pendant la haute saison touristique et plus la saison se prolonge, plus le niveau de profit augmente.

- **Élaborer des itinéraires qui prévoient l'utilisation du sentier**. Cela est particulièrement important dans le cas des visiteurs que le sentier pourrait intéresser, mais qui ne voient pas vraiment comment l'intégrer dans leur plan initial. Il faut qu'il soit bien compris qu'il est possible de profiter du sentier sans pour autant devoir sacrifier des visites à d'autres attractions principales de la région.
- **Élaborer des normes** relativement à l'utilisation du sentier et aux services de soutien offerts aux visiteurs. Il est important de travailler avec les entreprises et les exploitants touristiques locaux qui offrent des services d'hébergement ou de location d'équipement pour veiller à ce qu'ils puissent répondre aux attentes des visiteurs qui utilisent le sentier. Il est essentiel que l'ensemble des parties prenantes offrent un service de qualité uniforme.
- **Créer des géocaches** qui prévoient l'utilisation du sentier. La géocache est une activité qui gagne en popularité et au cours de laquelle des voyageurs aventureux partent à la recherche d'un objet ou « trésor » à l'aide du système mondial de localisation (GPS) et de renseignements qu'ils peuvent habituellement trouver sur Internet. Cette activité peut faire d'un sentier et d'une collectivité locale des destinations intéressantes, et les participants à ce genre d'activité ont tendance à dépenser davantage que le visiteur moyen.





Parc provincial Arisaig, comté d'Antigonish (Jim Vance)

Promotion et marketing

La meilleure façon d'exécuter des activités de promotion et de marketing stratégiques pour générer des retombées économiques, c'est de s'associer le concours des personnes du coin qui savent comment séduire la clientèle cible. Toutes les études visant le tourisme et les loisirs liés aux sentiers démontrent que le bouche à oreille et les rapports personnels par l'entremise des amis et des membres de la famille sont les principaux facteurs quand il s'agit d'attirer de nouveaux visiteurs. Il est possible de mettre à profit divers outils et stratégies de promotion.

- **Exploiter les réseaux existants de promotion et de marketing** des activités touristiques et des sentiers à l'échelle régionale ou provinciale. Il est possible d'utiliser les sites Web, les publications, les dépliants et divers autres outils bien connus dans le secteur du tourisme.
- **Engager des partenariats** avec les gouvernements, le secteur privé et les groupes locaux. Ces intervenants exercent un contrôle sur les canaux de communication et de promotion dont il est possible de profiter pour atteindre les utilisateurs éventuels.
- **Obtenir la participation des chefs de file du secteur privé et des groupes locaux** dans les activités de marketing. Les entrepreneurs et les chefs de file locaux ainsi que les membres du personnel de première ligne de l'industrie du tourisme peuvent faire beaucoup s'ils sont déterminés à favoriser le développement du sentier et à diffuser les principaux messages promotionnels. Le fait d'offrir des visites ou des ateliers individuels ou de groupe à ces personnes peut être l'élément clé qui les amènera à mieux connaître et aimer ce que le sentier a à offrir.
- **Faire appel à divers outils de promotion**, comme les sites Web et autres médias électroniques, les bulletins d'information et les centres d'information pour visiteurs. Obtenir des articles favorables et des citations de rédacteurs touristiques et proposer des articles à des revues touristiques ou aux médias d'information d'intérêt général.

- **Établir une marque distinctive** en adoptant un logo pour le sentier ou associant ce dernier à un réseau de sentiers comme le Sentier transcanadien. Des campagnes promotionnelles nationales ou provinciales peuvent promouvoir la marque distinctive des sentiers membres du réseau.



Ouverture de la Ceilidh Coastal Trail, qui fait partie du Sentier transcanadien, dans le comté d'Inverness (Jim Vance).

- **Organiser une activité de marque** ou une collecte de fonds pour un organisme de charité afin de faire connaître le sentier et d'établir des associations favorables avec lui. Une activité annuelle peut attirer de nouveaux utilisateurs et maintenir l'intérêt des utilisateurs locaux à long terme. La couverture médiatique de l'activité peut favoriser les relations publiques relativement au sentier.
- **Élaborer des campagnes promotionnelles avec des détaillants locaux.** Ces derniers peuvent vendre de l'équipement ou de la marchandise susceptibles d'intéresser les utilisateurs du sentier. Les activités promotionnelles communes peuvent se faire en prévoyant un comptoir de vente au détail sur place lors d'une activité sur le sentier. Les détaillants locaux peuvent offrir un rabais aux membres du sentier.
- **Noter** le nombre d'utilisateurs et leurs dépenses ainsi que les observations des visiteurs et des utilisateurs locaux. Ces renseignements sont très utiles pour réaliser des études de marché ainsi que pour fournir des données de grande valeur à toutes les parties prenantes.



* Le présent guide est tiré d'une étude intitulée *Recreational Trails Economic Development Study*, qui a été publiée par Gardner Pinfold Consulting Economists Ltd. à la demande du bureau de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique en Nouvelle-Écosse.



Parc provincial Arisaig, comté d'Antigonish (Jim Vance)

Lectures Suggérées

American Hiking Society. 2007. *The economic benefits of trails: Fact sheet.* (en ligne : www.americanhiking.org), Maryland, É.-U.

Barthlow, K., R. Moore. 1998. *The Economic Impacts and Uses of Long Distance Trails.* The National Park Service, É.-U.

Basic Design Associates. 1999. *Hillsborough Vision 2000: Water Trailhead Evaluation Study.* Ministère du Développement économique, du Tourisme et de la Culture du Nouveau-Brunswick, Canada.

Bernard Lane. 1999. *Trails And Tourism: The Missing Link - Issues in Partnering with the Tourism Industry: A European Perspective.* Rural Tourism Unit, Université de Bristol, Royaume-Uni, et Journal of Sustainable Tourism.

Gardner Pinfold. 2005. *An Economic Impact Assessment of Snowmobiling and Snowmobile Tourism in Nova Scotia.* Nouvelle-Écosse, Canada.

Gardner Pinfold. 1999. *A Survey of Nova Scotia Hiking Trail Users.* Nouvelle-Écosse, Canada.

Département des Transports de l'Iowa et Economics Research Associates. 2000 *Implementing Trail-Based Economic Development Programs: A handbook for Iowa Communities.* Iowa, É.-U.

Institute for New Hampshire Studies. 2004. *The Impact Of Spending By ATV/Trailbike Travel Parties On New Hampshire's Economy During July 2002 to June 2003.* (en ligne : <http://www.americantrails.org/resources/economics/NHeconOHV.html>), Plymouth State University, É.-U.

Moore, R., A. Graefe, R. Gitelson, E. Porter. 1998. *The Impacts of Rail-Trails: A Study of the Users and Property Owners from Three Trails.* National Park Service, É.-U.

Moore, R. and K. Barthlow. 1998. *The Economic Impacts and Uses of Long Distance Trails: A Case Study of the Overmountain Victory National Historic Trail.* Département de l'Intérieur des États-Unis, National Park Service, É.-U.

Moore, R. 1996. *The Economic Impacts and Uses of Long Distance Trails: A Review of Related Literature.* Parks Recreation and Tourism Management, North Carolina State University, É.-U.

Corporate Research Associates. 2005. *2004 Nova Scotia Visitor Exit Study: Final Report.* Ministère du Tourisme, de la Culture et du Patrimoine de la Nouvelle-Écosse, Canada.

Price Waterhouse Coopers. 2004. *Economic Impact Analysis: Trans Canada Trail in Ontario.* Ontario, Canada.

Price Waterhouse Coopers. *Année de publication inconnue. An Economic Impact Analysis of the Proposed Alignment of the Trans Canada Trail in East-Central Alberta.* Alberta, Canada.

Schutt, A. 1997. *30 Years in the Making: A Comprehensive Impact and User Study of the Bruce Trail, Ontario, Canada.* The Bruce Trail Association, Canada.

