Aventure Écotourisme Québec

L'Association des professionnels

Tendances et perspectives en tourisme d'aventure

Horizon 2028

© Cap Aventure

Pour Aventure Écotourisme Québec
Juin 2024

Par la Chaire de tourisme Transat de l'ESQ UQAM

RÉSEAU VEILLE TOURISME — CHAIRE de tourisme Transat ESG UQÀM

Cette initiative a été réalisée avec le soutien financier du gouvernement du Québec.

Québec

Remerciements

Pour les besoins de ce cahier, l'équipe de la Chaire de tourisme Transat s'est entretenue avec des intervenants de l'industrie touristique et plus spécifiquement du secteur de l'aventure et du plein air. Nous tenons à les remercier chaleureusement pour leur généreuse contribution aux réflexions ayant mené à l'identification des enjeux et des tendances.

Merci à :

Eric Balian, directeur général, Terres d'Aventure

Pierre-Luc Breton, conseiller planification et intelligence marketing, Alliance de l'industrie touristique du Québec

Catherine Deschamps, directrice produit, Authentik Canada

Marie-Hélène Hudon, directrice de la représentation internationale, Alliance de l'industrie touristique du Québec

Vincent Pinto, directeur commercial Monde, Manawa

Shannon Stowell, président-directeur général, Adventure Travel Trade Association

Avant-propos

Une bonne compréhension des tendances qui façonnent le tourisme de nature et d'aventure est cruciale pour le développement de notre secteur touristique.

Pour avoir une longueur d'avance et comprendre les occasions à saisir dans les prochaines années, il faut mettre en lumière les éléments clés qui s'imposent dans notre paysage, comme les thématiques en émergence et les défis à relever. Ces constats éclairent nos décisions stratégiques en nous offrant une perspective ancrée dans la réalité. Ils nous guident vers des actions cohérentes et pertinentes dans une industrie en évolution constante et rapide.

Réalisé par la Chaire de tourisme Transat de l'ESG UQAM, ce livre blanc est une riche source d'information et d'inspiration. Il repose sur des recherches approfondies, des entretiens, des statistiques et une analyse éclairée de la littérature spécialisée et des tendances prometteuses qui sculptent l'avenir du tourisme de nature et d'aventure.

Il s'agit d'un précieux outil qui permettra à notre association de prioriser ses actions avec discernement, en s'appuyant sur des bases solides. Il saura aussi nourrir les réflexions et les ambitions des nombreuses entreprises qui œuvrent dans notre secteur, afin qu'elles puissent mieux répondre aux attentes évolutives des clientèles touristiques locales et internationales.

Au nom d'Aventure Écotourisme Québec, je remercie chaleureusement l'équipe de la Chaire de tourisme Transat pour son rigoureux travail de recherche et de rédaction. Je salue également les membres de notre équipe permanente qui ont coordonné ce projet dans un esprit d'excellence et d'innovation.

Ce livre blanc ouvre la voie à un développement harmonieux du tourisme d'aventure, fondé sur le respect de la nature et des communautés et promet un avenir radieux pour notre industrie.

Pierre Gaudreault
Directeur général
Aventure Écotourisme Québec

Table des matières

Contexte économique et touristique 5

Tendance 1 — Développement durable : c'est dans la « nature » du tourisme d'aventure 12

Tendance 2 — Bien-être : la contribution du tourisme d'aventure au bonheur personnel et communautaire 20

Tendance 3 — Clientèle élargie, mais des expériences sur mesure 26

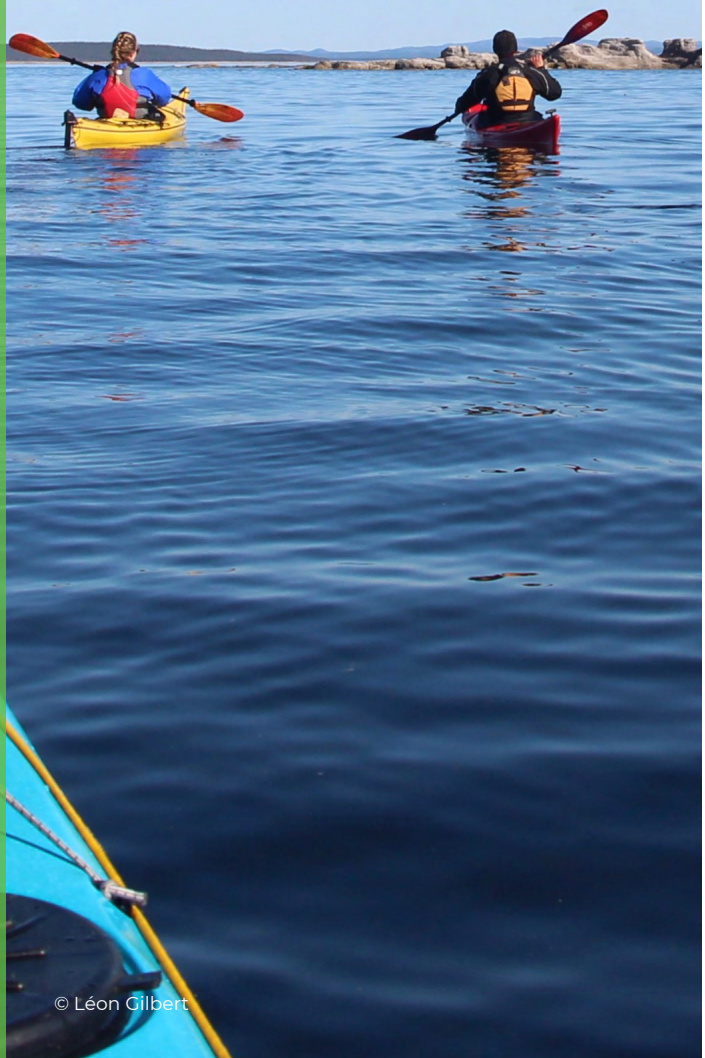
Tendance 4 — Destinations plus fraîches, moins fréquentées, moins chères 34

Tendance 5 — Produits : les grands classiques indétrônables, le luxe et le bien-être s'immiscent de plus en plus 40

Perspectives du tourisme d'aventure au québec 48

Liste des sources 52

Contexte économique et touristique



© Léon Gilbert

L'industrie touristique reprend ses aises après quelques années houleuses durant lesquelles de nombreuses hypothèses de reprises ont été envisagées. La nouvelle normalité est-elle si différente que celle d'avant 2020 ? Certes, la pandémie a fragilisé des entreprises, elle a aussi provoqué des découvertes ainsi que des prises de conscience chez bien des consommateurs.

Mais le rythme des voyages, lui, reprend comme avant. Malgré des enjeux mondiaux qui pourraient décourager ou démotiver les voyageurs, le tourisme international poursuit sa progression. Selon le baromètre d'ONU Tourisme (nouvelle appellation de l'Organisation mondiale du tourisme - OMT), le tourisme international en 2023 a atteint 88 % des niveaux de 2019. Ces derniers seront atteints en 2024.

En toile de fond de l'évolution du tourisme mondial

- Guerre en Ukraine, guerre dans la bande de Gaza
- Hausse des prix
- Crise du coût de la vie
- Bris dans la chaîne d'approvisionnement
- Événements climatiques extrêmes
- Cible à atteindre : zéro émission de GES
- Progression rapide de l'intelligence artificielle générative

Au Québec et au Canada

Selon le Conference Board of Canada (CBoC), la fréquentation touristique totale au Québec rejoindra les niveaux de 2019 en 2025, pour les dépasser dès 2026. Le nombre total de visites au Québec va croître de 3,1 % en 2024, 2,9 % en 2025 et 2,2 % en 2026. Le marché français contribue en force à cette reprise. Le CBoC estime que la hausse de fréquentation de ce marché s'élèvera à 13,7 % en 2024 et à 10,3 % en 2025.

Les niveaux prépandémiques des visites touristiques des Américains seront atteints encore plus rapidement, ils devraient même les dépasser dès 2024. Mais la progression de ce marché pourrait ralentir au cours des prochaines années compte tenu de l'essoufflement économique observé aux États-Unis. Selon les données recueillies par le CBoC, les voyages d'une nuit ou plus au Québec en provenance des États-Unis augmenteront de 13,3 % en 2024, de 12,3 % en 2025 et de 5,3 % en 2026.

Actuellement, le nombre de visites effectuées par les Québécois se rapproche aussi des niveaux prépandémiques, mais demeure stable. Avec la situation économique incertaine et le coût de la vie qui continue d'augmenter, les résidents du Québec pourraient toutefois se tourner vers des destinations plus près de chez eux durant la prochaine année.

En regard de leurs séjours en 2024, un sondage de la Chaire de tourisme Transat révèle qu'une bonne part des voyageurs québécois ont l'intention de :

- Privilégier des destinations où ils ont de la famille ou des amis : 25 %
- Privilégier des destinations plus près de chez eux : 22 %

Source : Chaire de tourisme Transat. Enquête portant sur le comportement des voyageurs québécois, novembre 2023.

Voici quelques enjeux avec lesquels l'industrie touristique canadienne et québécoise doit composer, enjeux qui devraient teinter les prochaines années.

Enjeu #1. Pénurie de main-d'œuvre et stagnation de la croissance de la population

Le taux de postes vacants en tourisme est élevé partout au pays. Cette pénurie affecte tout particulièrement le Québec, et elle pourrait s'aggraver au cours des prochaines années. En effet, selon les données analysées par le CBoC), le bassin de main-d'œuvre dans la province est appelé à croître à un taux plus bas que la moyenne nationale. Une croissance au ralenti de la population signifie une prolongation de la pénurie de main-d'œuvre, mais aussi des répercussions sur la demande touristique à moyen terme au Québec, puisqu'il s'agit du premier marché.

Pour les entreprises membres d'AEQ, le marché québécois représente en moyenne 74 % de la clientèle (Profil des membres AEQ, 2023).

Mais cette pénurie de main-d'œuvre touche moins les entreprises en tourisme d'aventure de la province. En fait, la plupart des répondants à une enquête menée par BC2 auprès des membres d'AEQ en 2023 sont peu ou pas du tout touchés par cette pénurie.

Enjeu #2. Hausse des coûts : des perspectives de croissance modeste en général au pays

Les hausses successives des taux d'intérêt en vue de réduire l'inflation ont mené à une économie plutôt stagnante au pays en 2023. Toujours selon les données du CBoC, elle devrait se détendre en 2024, avec une anticipation de la baisse des taux d'intérêt plus tard dans l'année. Lorsque la Banque du Canada assouplira sa politique monétaire en 2024 et 2025, la croissance économique provinciale devrait s'accélérer pour atteindre une moyenne annuelle de 2,1 % entre 2025 et 2027.

La hausse des prix pour les produits et services touristiques au Québec affectera la demande touristique au cours des prochaines années. Les prix pour la restauration et pour l'essence dans la province ont augmenté plus que la moyenne nationale. L'économie québécoise devrait croître plus lentement que la moyenne canadienne de 2023 à 2026.

Les dépenses touristiques au Québec en provenance des États-Unis et d'outre-mer vont dépasser celles de 2019 dès 2024. Ceci se produit en partie à cause de la croissance élevée des prix des produits et services touristiques.

Pour faire face au contexte inflationniste, plus des 2/3 des membres d'AEQ sondés relativement à leurs opérations en 2023 ont renforcé leurs efforts marketing auprès de certaines clientèles et la moitié ont suspendu certains projets. La majorité des répondants sont optimistes face au contexte économique pour l'année 2024.

La Chaire de tourisme Transat a réalisé un sondage en ligne en novembre 2023 auprès de 1002 voyageurs québécois. Il dévoile notamment qu'un peu plus de la moitié des répondants estiment que le contexte économique actuel représente un frein pour leurs voyages dans la prochaine année. Il s'agit d'une proportion similaire qu'au même moment en 2022. Ce n'est donc pas une préoccupation nouvelle.

Les voyageurs québécois qui sont d'accord avec les affirmations suivantes :

- Le voyage demeure pour moi une dépense prioritaire : 34 %
- Le contexte économique actuel représente un frein pour mes voyages dans la prochaine année : 54 %
- En planifiant mes voyages cette année, je vais :
  - Choisir des hébergements ou des restaurants plus abordables qu'à l'habitude : 41 %
  - Limiter mes repas au restaurant quand je suis en voyage : 39 %
  - Passer plus de temps à magasiner pour dénicher de bonnes affaires : 36 %
  - Être plus flexible par rapport à mes dates de voyage : 35 %
  - Diminuer les attractions payantes visitées : 28 %

Source : Chaire de tourisme Transat. Enquête portant sur le comportement des voyageurs québécois, novembre 2023.

Enjeu #3. Endettement des entreprises et instabilité économique

Les menaces qui pèsent sur la stabilité financière des entreprises touristiques au Québec restent sources de préoccupations. Les incendies de forêt ont fortement affecté certaines régions dans la province. Les prêts consentis par le gouvernement du Québec aux entreprises touchées ont permis, certes, de réduire les pertes de revenus. Toutefois, de nombreuses entreprises sont déjà très endettées.

L'imminence de la date limite de remboursement des prêts fédéraux du Compte d'urgence pour les entreprises canadiennes pourrait nuire à l'offre des entreprises à court terme. L'industrie touristique québécoise continue de bénéficier du soutien d'un fonds de 210 M$ dans le cadre du Programme d'appui au développement des attraits touristiques (PADAT). Dans un climat d'investissement incertain, ce programme jouera un rôle clé pour soutenir la croissance de l'offre touristique dans la province.

Néanmoins, les entreprises québécoises en tourisme d'aventure semblent bien s'en sortir sur le plan de l'endettement. Une enquête réalisée auprès des membres d'AEQ dévoile un taux d'endettement moyen situé largement sous la barre des 30 %, un ratio que les banques qualifient d'excellent.

Le tourisme d'aventure dans l'industrie touristique

D'abord, le concept de tourisme d'aventure rassemble ici les séjours comprenant des activités d'aventure douce (ex. randonnée, observation de la faune, vélo, raquette, canot) ou d'aventure extrême (ex. escalade, rafting, parapente).

La définition du tourisme d'aventure proposée par l'Adventure Travel Trade Association (ATTA) est encore plus englobante. Selon elle, le tourisme d'aventure doit inclure au moins deux des trois éléments suivants :

- Activité dans la nature
- Échange avec la culture locale
- Activité physique

En plus des activités de plein air, Aventure Écotourisme Québec intègre à la signification du tourisme d'aventure les notions de risque (faible à élevé) et de moyens de transport non conventionnels.

© Epic Trails

Le tourisme d'aventure selon Aventure Écotourisme Québec (AEQ) : « C'est une activité physique de plein air ou combinaison d'activités se déroulant dans un milieu naturel particulier (endroit inusité, exotique, isolé, inhabituel ou sauvage). En tourisme d'aventure on utilise des moyens de transport non conventionnels, soit motorisés (motoneige, quad, etc.) ou non-motorisés (marche, canot, kayak, etc.). De plus, l'activité implique nécessairement un niveau de risque, lequel peut varier selon l'environnement (isolement, caractéristiques géographiques, etc.) ou selon la nature des activités et des moyens de transport impliqués. »

© Nicolas Aubry

Des retombées positives indéniables, mais difficiles à cerner et à mesurer

Il s'agit ainsi d'un terme à large spectre. Le tourisme d'aventure occupe donc une place très importante dans l'industrie touristique. Mais l'évaluation économique du marché du tourisme d'aventure est plutôt difficile à produire étant donné ses limites très floues. De nombreuses tentatives d'estimations de l'impact économique du tourisme d'aventure ont été produites, mais la représentativité du poids réel qu'occupe ce secteur dans l'industrie touristique est difficile à obtenir. Les produits et les sites de tourisme d'aventure constituent souvent des produits d'appel.

Selon un sondage Léger (juin 2023) sur l'importance du plein air post pandémie au Québec concernant l'été 2022 et l'hiver 2022/2023

- Les voyages de type « nature, plein air et aventure » figurent au 1er rang des types de voyages les plus populaires chez les visiteurs sondés (88 %), suivis des voyages de type « soleil et plage/mer » (39 %).

Ce secteur comporte d'importants bénéfices écolnomiques et non-économiques pour les destinations. Le tourisme d'aventure offre des expériences enrichissantes aux visiteurs ainsi que des avantages écologiques, culturels et économiques aux destinations. Ces avantages comprennent :

- l'attraction de clients de grande valeur, soit ceux qui sont intéressés par la culture locale, sensibilisés à la protection de l'environnement et bénéficiant de revenus plus élevés que la moyenne ;
- la promotion de pratiques durables ;
- le soutien des économies locales en raison de faibles fuites économiques produites par ce type d'activités.

Positionnement au Québec

La proximité et l'accès à la nature, aux grands espaces ainsi que l'hiver figurent assurément dans l'imaginaire des marchés touristiques internationaux lorsqu'il est question de tourisme au Canada et au Québec. La sécurité, la stabilité politique, l'ouverture et l'accueil associés à la destination québécoise sont des éléments qui jouent fortement en sa faveur comparativement à d'autres destinations de plein air. Mais celles qui figurent parmi les grandes concurrentes détiennent aussi ces avantages; soit le Nord-Est des États-Unis pour la clientèle américaine et les pays nordiques pour la clientèle d'Europe francophone. Toutefois, les particularités culturelles québécoises font certainement une différence dans l'attractivité de la destination.

> *« Les obligations associées à l'aspect sécuritaire de l'offre en tourisme de nature représentent un atout fort pour le Québec et contribuent à la qualité des expériences. »*
>
> Marie-Hélène Hudon, directrice de la représentation internationale, Alliance de l'industrie touristique du Québec.

Le tourisme d'aventure fait partie des secteurs phares de l'industrie touristique québécoise, et ce, depuis longtemps. La première stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure élaborée par le ministère du Tourisme du Québec (MTO) date déjà de plusieurs années. Les axes de promotion du Québec à l'international traduisent bien la place du tourisme de nature et d'aventure dans l'offre québécoise.

Quatre des neuf expériences phares mises de l'avant par l'Alliance de l'industrie touristique du Québec font référence, de près ou de loin, au tourisme d'aventure :

- Aventures en nature
- Vivre le Saint-Laurent
- Plaisirs d'hiver
- Chasse et pêche

Parmi les objectifs de son plan stratégique 2023-2027, le MTO compte soutenir le développement de filières prioritaires en vue de rehausser l'offre touristique. Le tourisme de nature et d'aventure y occupe une place très importante; il s'inscrit dans 4 des 5 filières formulées par le MTO :

- L'accès à la nature
- Le tourisme autochtone
- Le tourisme hivernal
- Le tourisme haut de gamme
- Le tourisme d'affaires

Les activités en nature : plus qu'un produit d'appel pour le Québec

Selon le sondage Léger sur l'importance du plein air au Québec, les Canadiens et les Américains du Nord-Est venus dans la province à l'été 2022 considèrent que la possibilité de faire des activités de plein air et en nature était LE facteur prioritaire dans le choix de voyager au Québec.

Chez les visiteurs de l'Europe francophone, c'était un critère prioritaire pour le tiers des répondants, et l'un des plus importants pour une majorité de sondés. Par ailleurs, les attributs pour lesquels le Québec occupe le 1er rang comme destination de plein air auprès des principaux marchés sont les suivants :

- Sécuritaire
- Nature accessible
- Amical
- Familial

Voilà donc des caractéristiques à consolider pour maintenir et voir progresser le secteur du tourisme d'aventure au Québec.

Mais pour aller plus loin, favoriser la compétitivité du secteur et renforcer la résilience des entreprises qui y sont associées, voici quelles sont les tendances qui rythmeront son évolution au cours des prochaines années.

© Jean-François Girard, JFG Vidéo Pro

Tendance 01

Développement durable : c'est dans la « nature » du tourisme d'aventure

© Jean-François Girard, JFG Vidéo Pro

Le tourisme d'aventure comme grand ambassadeur du tourisme durable

Le tourisme d'aventure est en bonne posture pour devenir un *leader* du tourisme durable. Son essence, ses origines et sa philosophie l'amènent à être plus durable et responsable que d'autres formes de voyage pour plusieurs raisons :

- Il implique généralement de petits groupes visitant des territoires éloignés ;
- Il soutient les communautés locales de diverses manières ;
- Il favorise la conservation des ressources naturelles et la protection de la faune.

Ces fondements s'inscrivent dans les enjeux, les tendances et les perspectives du secteur du tourisme d'aventure en matière de développement durable des activités.

La répartition des visiteurs sur le territoire par les expériences hors normes

Disperser l'offre touristique sur le territoire réduit la pression sur certains lieux ou attraits plus populaires. Une gestion des flux efficace permet un achalandage équilibré des sites naturels, favorisant notamment la conservation et la protection des écosystèmes.

Les voyageurs d'aventure démontrent de plus en plus un intérêt pour des expériences répondant à cet enjeu de répartition. Selon une étude effectuée en 2023 par l'Adventure Travel Trade Association (ATTA) auprès de ses membres, la découverte de destinations reculées et les expériences hors des sentiers battus représentent des motifs importants au voyage.

Proposer des expériences hors des sentiers battus peut aider à répartir équitablement les visiteurs sur le territoire, favorisant la conservation et la protection des milieux naturels.

L'échange culturel et l'engagement pour un soutien aux communautés

C'est bien connu, le tourisme favorise le développement économique, notamment par les emplois qu'il génère dans la communauté locale. Les infrastructures récréatives et les services touristiques profitent également, avant tout, aux résidents. Au-delà de ceci, voyager provoque des échanges culturels ainsi que des réflexions quant à l'identité de la communauté visitée et les mœurs et coutumes qui la distinguent. Être ouvert à l'apprentissage de nouvelles cultures est un principe fondamental du voyage d'aventure permettant de rapprocher visiteur et visité.

Selon l'ATTA :

- 27 % des voyageurs se familiarisent activement avec les valeurs culturelles et les traditions de la destination visitée avant leur voyage ;
- 25 % des voyageurs seraient prêt à payer plus cher pour des activités qui rendent service aux communautés locales.

La démocratisation du plein air comme vecteur de préservation des écosystèmes

Les dépenses des visiteurs permettent de financer la création, l'aménagement, l'entretien et la conservation des parcs nationaux, des aires protégées et autres territoires naturels. Cette interdépendance positionne le secteur du tourisme d'aventure comme un joueur indispensable dans la protection de la nature. Ces sites naturels protégés sont aussi la démonstration d'une volonté de préserver les écosystèmes pour que tous puissent en profiter sans en altérer la beauté et la richesse.

Selon l'Union internationale pour la conservation de la nature (UICN), le tourisme dans les aires protégées peut :

- Fournir une éducation sur les problèmes et les besoins de conservation ;
- Transmettre une compréhension et une meilleure appréciation des valeurs et des ressources naturelles, grâce aux expériences, à l'éducation et à l'interprétation ;
- Soutenir la recherche et le développement de bonnes pratiques environnementales et de bons systèmes de gestion, pour influencer le fonctionnement des secteurs du voyage et du tourisme ainsi que le comportement des visiteurs à destination.

En juillet 2022, la Société pour la nature et les parcs (SNAP) annonçait le lancement d'un projet pilote avec la Fiducie de conservation des écosystèmes de Lanaudière et Loisirs et Sports Lanaudière en créant le Corridor du Canyon de la Rivière Noire. Celui-ci sera formé d'une suite de territoires protégés le long de la rivière Noire reliant deux parcs régionaux, le parc régional des Sept-Chutes, à Saint-Zénon, à celui des Chutes-Monte-à-Peine-et-des-Dalles, à Saint-Jean-de-Matha. Ce corridor abrite des espèces en situation précaire comme la tortue des bois et la grive des bois, ainsi que des espèces typiques de la région comme le lynx du Canada et le pékan. La protection de cette bande permet un axe de déplacement naturel à la faune sur 50 km de long et 3 km de large tout en offrant un terrain de jeu de près de 23 000 hectares pour les amateurs de plein air.

La protection de la biodiversité comme outil d'éducation des clientèles

Selon le rapport Planète Vivante 2022 du Fonds mondial pour la nature (WWF), les populations d'espèces animales ont connu une baisse de 69 % en moyenne en moins de 50 ans. Le secteur du tourisme d'aventure est nécessairement aux premières loges de ce déclin de la biodiversité. De plus en plus d'acteurs du milieu du plein air prennent un virage durable en proposant des offres qui favorisent la régénération de la nature.

© Nomades du Parc

Le Fonds plein air 1 % pour la planète rassemble les contributions des entreprises membres d'AEQ qui adhèrent au fonds à raison de 1 % de leur chiffre d'affaires. On dénombre à ce jour une trentaine d'organisations participantes ayant permis d'amasser plus de 750 000 $ depuis 2020, de compenser l'essentiel des émissions de GES émises par les entreprises engagées et de soutenir près d'une vingtaine d'initiatives québécoises de protection de la nature, de lutte aux changements climatiques et de tourisme durable et responsable. Cette mesure philanthropique est issue d'un partenariat entre AEQ et le collectif international 1 % for the Planet. Ce fonds constitue un levier pour l'industrie du tourisme d'aventure et de l'écotourisme dans l'atteinte des objectifs de développement durable 2025 fixés par AEQ.

L'opérateur First Nature Tours développe des expériences d'aventure qui misent sur la conservation et la régénération de la nature. Des séjours en kayak avec cuisine gourmande locale et contribution à la restauration d'une forêt de chênes et de ses cours d'eau ou encore des expériences de découvertes de tortues marines avec activités de nettoyage des plages, voilà quelques-unes des propositions de l'entreprise. Pour ce faire, First Nature s'allie à des partenaires qui travaillent dans le milieu de la conservation.

Des chercheurs de l'unité de recherche sur la conservation de la faune de l'Université d'Oxford ont conclu que jusqu'à 40 % du tourisme mondial est constitué de tourisme animalier, se traduisant à travers l'observation d'écosystèmes marins et de paysages côtiers. En ce sens, la préservation des côtes, zone importante d'habitats fauniques, est un enjeu crucial.

Les offres touristiques avec guides naturalistes et présence de scientifiques permettent d'obtenir des informations privilégiées sur les espèces observées et de contribuer aux efforts pour leur sauvegarde.

L'entreprise Churchill Wild, reconnue pour ses safaris-photos d'ours polaires, propose des expéditions pour observer le loup. En prenant part à cette activité de dix jours, le participant contribue à la science et à la préservation de l'espèce. Avec une équipe de guides naturalistes et des photographes, les clients assistent et observent les spécialistes dans leur prise de données. Ces voyages permettent de financer ces recherches en partie et sensibilisent les voyageurs.

Conjuguer avec les effets des changements climatiques

Les événements météorologiques extrêmes peuvent avoir de lourdes conséquences pour l'industrie touristique. Selon le consortium Ouranos, plusieurs situations sont prévisibles et risquent d'avoir des conséquences sur le secteur du tourisme d'aventure :

- Dommages aux infrastructures et accès limité aux activités de tourisme hivernal ;
- Variabilité de l'achalandage au tourisme maritime et côtier ;
- Diminution de la qualité des produits offerts.

Une adaptation essentielle pour le futur

Les phénomènes météorologiques survenus à l'été 2023 auront contribué à une prise de conscience de l'impact des changements climatiques. Les inondations, les tempêtes de vent et les feux de forêt pourraient se répéter au cours des prochaines années. Les hivers doux avec de minces couvertures neigeuses aussi, étant donné la hausse prévue des événements de gel-dégel dans les régions du sud de la province.

L'adaptation peut passer par différentes stratégies, dont la diversification des activités, par des aménagements plus résilients, l'ajustement de certaines installations ou encore, par le recours à des approches innovantes pour prolonger ou protéger, par exemple, les couvertures de neige.

Notons également que l'adaptation aux changements climatiques doit de plus en plus s'intégrer dans le modèle d'affaires des entreprises en tourisme d'aventure. Cette responsabilité s'avère nécessaire, particulièrement pour les producteurs de monoactivité, qui doivent se questionner par rapport à la rentabilité, mais surtout à la pérennité de leurs activités dans le temps. Ce changement passe par l'innovation et peut impliquer une transition du modèle économique de l'entreprise. Pour y arriver, les entrepreneurs doivent développer leur agilité et leur capacité à évoluer dans un environnement incertain.

De station de ski à station de montagne

En France, la Station de ski de Métabief envisage la fin du ski alpin pour l'horizon 2030-2035, en cohérence avec les projections climatiques et les études menées par Météo France et l'INRAE via le consortium privé CLIMSNOW*. Voici quelques actions mises en place par la station en prévision de cette échéance :

- **Faire perdurer le ski autant que possible :** investissements raisonnés pour maintenir les équipements et repousser l'obsolescence des remontées mécaniques (au lieu d'un renouvellement complet des installations).
- **Diversifier les activités offertes :** implantation d'une offre quatre saisons et d'activités qui fonctionnent indépendamment des faibles conditions neigeuses (par ex. la mise en valeur du patrimoine culturel et naturel de la région alpine).
- **Promouvoir l'expertise acquise :** création d'un document pédagogique qui fournit des recommandations visant à inspirer les organisations et les territoires qui vivent des défis similaires. Des formations sont également proposées aux employés de la station, leur permettant de gagner en expertise dans le domaine.

L'adaptation des activités de la station implique aussi une transition du territoire dans lequel elle est implantée. Le ski contribue effectivement à 50 % de l'économie du Haut-Doubs. Une évolution organisée et réfléchie de la destination nécessite donc l'ensemble des acteurs locaux : collectivités, professionnels du tourisme et même voyageurs.

* « ClimSnow permet de quantifier, à diverses échéances, la fiabilité de l'enneigement (neige naturelle damée, avec/sans neige de culture), sa variabilité et la capacité de chacune des stations à maintenir son exploitation, selon quels efforts et selon quelles modalités ».

Cela dit, selon Ouranos, le Québec demeure dans une position avantageuse par rapport aux régions plus au sud en regard de l'enneigement. Le décalage des saisons, malgré ses défis, représente une occasion de développement de nouveaux segments de clientèles et d'offres complémentaires en cohérence avec les nouvelles réalités. Par exemple, le vélo sur roues surdimensionnées peut s'avérer une option favorable pour les conditions hivernales variables dans certains secteurs du Québec.

Dans ce contexte, les régions comme Lanaudière, la Mauricie, le Saguenay—Lac-Saint-Jean ou encore la Baie James pourraient se distinguer par rapport au sud du Québec, mais aussi en contraste avec les destinations internationales qui font face aux mêmes défis.

Le secteur du tourisme d'aventure en mode réaction

Les événements météorologiques extrêmes ont certainement un impact sur les opérations quotidiennes de l'industrie. Ce contexte représente déjà un défi pour les entreprises en tourisme d'aventure qui doivent faire preuve de flexibilité et s'adapter rapidement. Elles sont de plus en plus nombreuses à :

- Mettre en place un **plan de gestion des risques** climatiques et météorologiques ;
- Modifier leurs **politiques d'annulation et de remboursement** liées à la réservation d'activités ou d'hébergements en nature ;
- **Informer les voyageurs** des risques de s'aventurer sur un terrain impacté par des phénomènes météorologiques ou des catastrophes naturelles. L'utilisation de données en temps réel gagne du terrain.

D'après l'enquête trimestrielle de performance de l'industrie effectuée par la Chaire de tourisme Transat pour le compte du ministère du Tourisme du Québec en 2023 :

- 58 % des entreprises touristiques québécoises sondées considèrent que les conditions météorologiques de l'été 2023 ont exercé une influence négative sur l'achalandage de leurs organisations.

© Fjord en kayak

Sensibilisée à l'importance de la protection de l'environnement et des communautés d'accueil et victime des contrecoups des phénomènes météo extrêmes, l'industrie du tourisme d'aventure a de bonnes raisons d'adhérer aux principes d'un tourisme plus durable.

En ce sens, l'ATTA a développé des lignes directrices visant l'implantation d'une stratégie de développement durable et d'actions ciblant un plus grand engagement environnemental. En voici quelques-unes, pour les listes complètes, vous référez à ce document.

Lignes directrices d'une stratégie de développement durable

- Encourager les voyages vers des destinations moins populaires, rurales et à distance accessible afin de minimiser l'empreinte carbone des transports ;
- Favoriser les voyages pendant les périodes creuses et hors saison pour réduire les problèmes liés à la surfréquentation touristique ;
- Proposer des microaventures en complément aux circuits touristiques traditionnels pour attirer les résidents locaux dans l'optique de réduire l'empreinte carbone des voyages ;
- Proposer des activités touristiques à faible impact, telles que la randonnée et les pèlerinages, le bénévolat ou les voyages à vélo, pour réduire la pression sur les communautés locales et l'environnement naturel.

Lignes directrices ciblant un plus grand engagement environnemental

- Intégrer ou encourager l'utilisation des transports en commun et de la mobilité active (vélo, marche) pour limiter les émissions de carbone associées aux déplacements ;
- Encourager les visiteurs à sortir des sentiers battus de manière responsable et respectueuse, par exemple en utilisant les principes Sans trace Canada pour minimiser les dommages environnementaux ;
- Contribuer à la protection de la biodiversité et des écosystèmes en soutenant des initiatives de conservation ;
- Proposer principalement des aliments et des boissons locaux et durables pour mettre en valeur les saveurs de la destination et réduire les émissions liées au transport.

Les voyageurs d'aventure en quête d'équilibre

Devant des prévisions météorologiques défavorables à la pratique de certaines activités extérieures, les touristes sont de plus en plus forcés de revoir leur planification de vacances, influençant directement l'achalandage des sites naturels. L'évolution soutenue de la situation porte à croire que ce type de comportement sera de plus en plus observé dans les années à venir.

Selon le sondage de la Chaire de tourisme Transat réalisé en novembre 2023, parmi les voyageurs québécois ayant participé à une activité de plein air à l'été 2023 :

- 12 % disent avoir modifié un séjour en lien avec les événements météo extrêmes.
- 38 % envisagent que les événements météo extrêmes influenceront la planification de leur futur voyage.

On observe d'ailleurs un intérêt de la part des clientèles pour un tourisme plus durable. Selon l'enquête 2023 de Booking.com :

- 76 % des voyageurs internationaux indiquent vouloir voyager de façon plus responsable au cours des 12 prochains mois.

Au Québec, l'équipe de la Chaire documente depuis trois ans des indicateurs liés au tourisme durable. Principal constat : aucun changement n'est observé quant à la proportion de voyageurs québécois qui adoptent certains comportements écoresponsables.

Il existe donc un écart entre la volonté des voyageurs d'opter pour des produits et des expériences plus durables et leurs comportements réels. Leurs agissements ne reflètent pas leurs intentions de voyager de manière plus durable. Il persiste une tension entre la hausse du coût de la vie et le désir d'adopter des pratiques plus durables, en partie en raison de la perception selon laquelle les options de voyage durables sont plus coûteuses.

> *« Les clients ont un intérêt envers le développement durable, mais ils accordent une priorité au prix. L'autre aspect pouvant équivaloir au prix en termes d'incitatif de réservation, c'est la facilité à réserver et l'accessibilité de l'activité. »*
>
> Vincent Pinto, directeur commercial Monde, Manawa.

L'entreprise Terres d'Aventure intègre la compensation carbone dans son modèle d'affaires. L'entièreté des émissions de carbone émises par les déplacements aériens des voyageurs est incluse automatiquement dans les frais de voyage, limitant la responsabilisation du client.

Pour conjuguer avec les effets des changements climatiques et contribuer à réduire leurs impacts à long terme, les entreprises en tourisme d'aventure doivent faciliter la tâche des clientèles et démocratiser les voyages responsables. Il convient pour le futur que les principes de voyages responsables fassent partie intégrante de l'offre pour que le choix qui s'impose soit simple et naturel. C'est d'ailleurs un souhait des membres de la génération Z (âgés de 9 à 24 ans) ; des expériences durables et un niveau élevé de transparence de la part des entreprises qu'ils fréquentent.

Et le Québec s'inscrit-il dans la tendance 1 ?

- Le Québec fait bonne figure en matière de développement durable. Du moins, le tourisme de nature et d'aventure dans la province est associé aux valeurs du tourisme responsable, de façon générale.
- Mais des efforts soutenus et concertés à l'échelle de la province doivent être consentis pour s'inscrire véritablement comme une destination durable.
- Un enjeu de taille : les effets des changements climatiques. Ceux-ci menacent les activités de certaines entreprises du secteur.
- Un défi : Les destinations scandinaves, où les impacts des changements climatiques sur l'enneigement sont moins marqués qu'ici, pourraient constituer un concurrent de taille en mesure d'attirer la clientèle européenne en hiver avec une offre en tourisme de nature et d'aventure similaire.

Tendance 1 - Voici quelques pistes d'action pour les producteurs en tourisme d'aventure

- Proposer un code d'éthique aux clients dans le but de favoriser les bons comportements en nature et envers la communauté (ex. Adhérer au mouvement Sans trace Canada)
- Se familiariser avec les valeurs culturelles et les besoins de la communauté pour une meilleure compréhension des enjeux et atouts du territoire et de la collectivité.
- S'allier de partenaires qui œuvrent dans le milieu de la conservation de la nature notamment pour développer une offre d'activités qui contribuent à la régénération du milieu (ex. corvées de nettoyage, observation de la faune avec des chercheurs).
- Identifier et communiquer les actions en matière de tourisme durable pour informer et sensibiliser la clientèle.
- Communiquer en ligne, en temps réel, l'évolution de la situation météorologique dans le cas d'événements météo extrêmes, et référer vers des expériences de remplacement au besoin.
- Évaluer les impacts des changements climatiques sur les activités pour mettre en place un plan d'adaptation, le cas échéant, qu'il s'agisse de diversification de l'offre ou de réévaluation du modèle d'affaires, en se référant aux outils disponibles, comme les scénarios proposés par le consortium Ouranos.

Tendance 02

Bien-être : la contribution du tourisme d'aventure au bonheur personnel et communautaire

© Heliconia Paddle Tales

La montée du bien-être en tourisme d'aventure

Pour 35 % des membres de l'Adventure Travel Trade Association (ATTA), sondés lors d'une enquête effectuée en janvier 2024, le bien-être aura un grand impact sur le tourisme d'aventure dans le futur. Même pressentiment de la part des quelques professionnels du secteur interrogés lors d'une série d'entretiens menés par la Chaire de tourisme Transat en février dernier : l'industrie du bien-être aura certainement une incidence sur l'évolution du tourisme d'aventure dans les prochaines années.

© Mer et monde écotours

Cette réflexion s'explique notamment par l'intérêt grandissant des touristes pour des expériences empreintes de sens et qui permettent une transformation personnelle, en partie en raison d'une attention grandissante portée au bien-être et à la santé mentale, particulièrement depuis la pandémie de COVID-19.

« Les clientèles d'aventure recherchent des activités spécifiques et ont des centres d'intérêt particuliers mettant de plus en plus l'accent sur le bien-être physique et mental. Le tout se déploie à travers l'immersion en nature, l'interaction avec la culture locale et l'activité physique. »

Shannon Stowell, président-directeur général, Adventure Travel Trade Association.

Selon le Global Wellness Institute, les voyageurs dont la principale motivation est le bien-être et qui orientent toutes leurs décisions de séjour en ce sens, représentent 12 % du segment des voyageurs de bien-être. Pour les autres (88 %), il s'agit d'une composante recherchée, mais secondaire. Voilà une belle occasion d'inclure le plein air et l'aventure qui, d'ailleurs, peuvent contribuer de plusieurs façons à atteindre un état de bien-être.

Le tourisme de bien-être secondaire représentait 85 % des dépenses en tourisme de bien-être en 2022.

Liens naturels entre le bien-être et le tourisme d'aventure

Selon une étude publiée en 2023 par le *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, il existe cinq grandes motivations en matière de contribution des activités d'aventure au bien-être subjectif* des clientèles d'aventure :

1. Les expériences extraordinaires ;
2. L'immersion et la transformation ;
3. Le développement personnel ;
4. L'équilibre mental et physique ;
5. Le rapport à la communauté.

* Le bien-être subjectif évoque un bon état psychique et concerne la manière dont les individus perçoivent leur vie.

Ces motifs montrent un lien évident entre le bien-être et le secteur du tourisme d'aventure.

La preuve des bienfaits de la nature sur la santé physique et mentale n'est plus à faire. La littérature scientifique abonde à cet effet. Fréquenter les parcs, partir en randonnée, faire une excursion en canot ou prendre du temps pour se connecter à la nature s'inscrivent comme des façons de contribuer à son bien-être. Le contact prolongé avec elle entraînerait une diminution de l'anxiété, une baisse du rythme cardiaque, une réduction du stress et même une récupération plus rapide après une intervention chirurgicale.

Depuis quelques années, les médecins canadiens sont invités à prescrire du temps en nature à leurs patients pour les aider à mieux gérer l'anxiété et pour améliorer leur santé mentale et physique. Le Programme national a donné lieu à un partenariat avec Parcs Canada afin que des cartes Découverte donnant accès aux parcs soient prescrites par les médecins aux patients qui peuvent ensuite se prévaloir d'un accès gratuit.

Selon le sondage de la Chaire de tourisme Transat réalisé en novembre 2023, parmi les voyageurs québécois ayant participé à une activité de plein air à l'été 2023 :

- 65 % sont d'accord que le voyage est important pour leur santé mentale.

La combinaison soins de santé et activités en nature n'est pas nouvelle, mais elle se présente à travers des offres touristiques actuelles plus attractives et ancrées dans une approche préventive et d'agrément, plutôt que curative.

L'organisation de gestion de destination Visit Sweden s'est associée avec des chercheurs pour effectuer une expérience sur les bienfaits de la nature sur la santé. En passant 72 heures dans des cabanes en verre isolés sur une île, les participants ont réduit leur niveau de stress de près de 70 %. La destination invite ainsi ses visiteurs à se détendre dans la nature, comme le font les Suédois, et met à disposition ces hébergements, disponibles pour des séjours d'au moins 72 heures.

© KSF

Comme l'interaction avec la nature exerce une influence positive sur le bien-être des gens, certains considèrent même l'immersion en plein air comme une forme de thérapie.

« La récréothérapie consiste à mettre à profit les loisirs pour avoir une bonne qualité de vie. Cette approche thérapeutique vise à répondre aux besoins physiques, psychologiques et sociaux des personnes par le biais d'activités ludiques, créatives et sociales. On pourrait la décrire comme étant l'harmonie entre le corps, l'esprit et le cœur, par l'accès à l'activité physique, la nature ou encore l'art. »

Stéphanie St-Pierre et Roxanne Tétreault,
Sentiers Boréals.

Le tourisme lent pour une connexion prolongée avec la destination

Les principes du tourisme d'aventure s'inscrivent aussi dans ceux du tourisme lent (*slow tourism*) visant principalement à absorber l'essence d'une destination et le mode de vie de ses habitants. Selon Shannon Stowell, président-directeur général de l'ATTA, il s'agit d'une forme de voyage responsable qui entraîne le maintien d'environ 65 % des dépenses touristiques dans les communautés locales.

« À contre-courant du tourisme de masse, le ralentourisme, souvent appelé le tourisme lent, est une façon de voyager où on prend son temps afin d'apprécier davantage l'expérience : découverte par les sens du patrimoine naturel et culturel, rencontres et partage, etc. Il s'agit d'une forme de tourisme alternatif fondée sur la patience, l'immersion, la recherche d'authenticité et l'improvisation où la qualité prime sur la quantité. C'est une philosophie du voyage qui s'inscrit dans le tourisme durable, car elle est plus respectueuse de l'environnement puisqu'elle encourage la mobilité durable, notamment la mobilité active (la marche, le vélo, etc.) et collective (train, etc.). »

Lexique du tourisme durable

Selon une étude effectuée par l'ATTA en 2023, les clientèles de voyages d'aventure sont de plus en plus à la recherche de circuits en tourisme lent. Ces itinéraires, plus ou moins organisés, laissent place aux temps libres pour permettre à l'imprévu de se manifester. La longue randonnée est un produit qui répond bien à ce type de demande. Cette façon de découvrir une destination comporte plusieurs bénéfices, dont :

- une meilleure répartition des retombées touristiques à travers le territoire (surtout dans les petites communautés) ;
- une connexion prolongée avec la nature favorisant des bienfaits pour la santé physique et mentale ;
- une réduction de l'empreinte écologique des voyageurs par la mobilité active.

© Jean-François Girard, JFG Vidéo Pro

De nouveaux projets d'itinéraires se développent partout à travers le monde. En Grande-Bretagne, le réseau Slow Ways vise à connecter tous les villages du pays par voies piétonnes. Il existe actuellement plus de 8 000 itinéraires s'étendant sur plus de 120 000 km.

Les actions bénévoles pour le bonheur des visiteurs et le bien-être de la destination

Plusieurs grands constats sur le bonheur ressortent de différentes éditions du World Happiness Report. Parmi eux on retrouve la progression remarquable (hausse de plus de 25 % depuis 2019) de trois actes de bonté : l'aide apportée à un inconnu, le bénévolat et les dons. Les auteurs observent que venir en aide apporte du bonheur, tant à celui qui en bénéficie qu'à celui qui le procure.

En ce sens, les expériences en nature qui permettent aux voyageurs de redonner à la communauté et de générer un impact positif sur la destination après leur départ prennent de l'ampleur.

En France, les Sentiers Plaisir organisent des journées thématiques qui permettent aux randonneurs d'effectuer des actions bénévoles. Par exemple, l'une des randonnées invite les participants à la chasse aux déchets. Un guide les accompagne et en profite pour enseigner les bonnes pratiques à adopter lors d'une marche en forêt.

Des voyages d'aventure qui transforment ; les adeptes en quête de croissance personnelle

De plus en plus de touristes d'aventure cherchent à vivre des séjours significatifs. Pour ce faire, ils s'intéressent particulièrement aux voyages leur permettant de réfléchir et de se recentrer ainsi qu'aux moments transformateurs. Selon l'étude effectuée par l'ATTA en 2023, le bien-être centré sur le développement personnel se retrouve parmi les motivations premières à prendre part à des expériences touristiques d'aventure.

En ce sens, les activités qui visent à créer un sentiment d'accomplissement ainsi qu'une transformation personnelle gagnent en popularité. Explore Worldwide, un opérateur de circuits d'aventure basés au Royaume-Uni l'observe. Les réservations de séjours à pied ont augmenté de 52 % en 2023 par rapport à 2019, avec une hausse de 20 % des réservations des circuits du Camino de Santiago par rapport à l'année précédente.

Cette quête de réflexion sur soi et de croissance personnelle conduit les voyageurs vers des destinations parfois reculées, telles que des sites de pèlerinage traditionnels ou des retraites en nature. Pour les entreprises de voyages d'aventure, il s'avère essentiel de :

- fournir aux clientèles des documents préalables sur l'histoire, les coutumes et les habitants de la région. Cette approche aide à mieux comprendre et respecter les cultures traditionnelles ;
- promouvoir le patrimoine vivant et les métiers artisanaux, en guidant les clients sur la manière de participer et d'interagir avec les communautés locales tout en respectant les limites culturelles.

« Le tourisme a beaucoup d'impacts en termes de connaissance de l'autre et de compréhension des diverses cultures. Plus on va aller à la rencontre des autres, mieux on va se comprendre. Ça demeure un défi pour le secteur du tourisme d'aventure de vulgariser ces sujets, de bien les communiquer. »

Eric Balian, directeur général, Terres d'Aventure.

02

Le Québec s'inscrit-il dans la tendance 2 ?

- Avec son positionnement d'accessibilité au plein air et de proximité à la nature sauvage, la destination québécoise s'inscrit bien dans cette tendance.
- La fréquentation de la nature contribue au bien-être et ce constat est bien compris par les autorités québécoises. Depuis mai 2022, le programme Prescri-Nature invite d'ailleurs les médecins de la province à prescrire du temps en nature pour ses bienfaits sur la santé physique et psychologique.
- Une opportunité : Les grandes distances et les grands espaces qui distinguent le Québec se prêtent très bien au tourisme lent qui contribue au bien-être des communautés d'accueil.
- Une opportunité : créer des liens avec le tourisme autochtone pour répondre à une demande des clientèles hors-Québec et favoriser la répartition des retombées touristiques dans ces communautés.

Tendance 2 - Voici quelques pistes d'action pour les producteurs en tourisme d'aventure

- Envisager des partenariats avec des entreprises en tourisme de bien-être, comme des spas ou des établissements d'hébergement pour tenter d'élargir le bassin de clientèle.
- Miser sur les composantes du tourisme d'aventure qui contribuent au bien-être subjectif des participants ; c'est-à-dire de proposer des expériences :
  - extraordinaires ;
  - immersives et transformationnelles ;
  - favorisant le développement personnel ;
  - misant sur l'équilibre mental et physique ;
  - en rapport à la communauté.
- Adopter l'approche de la coopétition : les organisations et leurs équipes de travail doivent bien connaître l'écosystème touristique de leur territoire pour référer les visiteurs à d'autres entreprises et ainsi prolonger les séjours et favoriser le tourisme lent.

Tendance 03

Clientèle élargie, mais des expériences sur mesure

© Les Chèvres de Montagne

Un profil des clientèles de plein air

Depuis quelques années déjà, la Chaire de tourisme Transat sonde les voyageurs québécois à propos de sujets variés entourant leurs comportements en situation de voyage. Pour les besoins de ce cahier, les voyageurs ayant pris part à des activités de plein air à l'été 2023 (61 % des sondés) ont fait l'objet d'un traitement afin de faire ressortir quelques comportements.

Voici donc certains éléments clés des comportements des voyageurs québécois ayant pris part à des activités de plein air à l'été 2023.

Fréquence de voyage

- 81 % disent voyager au moins une fois par an.
- 38 % disent voyager plus d'une fois par an.

Télétravail en 2024

- 24 % prévoient être en télétravail en partie.
- 7 % en totalité.

Parmi les gens en télétravail en 2024 :

- 15 % prévoient prolonger un séjour d'agrément grâce au télétravail.

En rafale

- 85 % envisagent d'effectuer un voyage d'agrément d'au moins une nuitée en 2024.

Parmi les destinations, 74 % envisagent le Québec.

- 56 % considèrent que le contexte économique représente un frein au voyage dans la prochaine année.
- 49 % portent beaucoup attention à l'information concernant les changements climatiques.
- 32 % considèrent le voyage comme une dépense prioritaire.
- 7 % mentionnent avoir utilisé une plateforme d'intelligence artificielle en 2023 pour la planification d'un voyage.

Chaire de tourisme Transat. « Enquête portant sur le comportement des voyageurs québécois », novembre 2023.

Un sondage effectué par la firme Léger pour le compte du ministère du Tourisme auprès des principaux marchés canadiens, américains et d'Europe francophone ayant pris part à des activités de plein air démystifie les éléments de satisfaction les plus appréciés par les clientèles en séjour au Québec en 2022. Les voici :

- la beauté des paysages ;
- la sécurité et le caractère intime et tranquille de la destination ;
- la qualité des attraits et produits de nature et de plein air ;
- la possibilité de réserver en ligne.

La démocratisation du plein air pour un accès répandu

Les bénéfices connus de la nature sur la santé mentale et physique de même que les bienfaits sur la qualité de vie prouvent la nécessité d'un accès élargi aux activités d'aventure. Cette ambition serait envisageable avec le développement d'une culture du plein air.

La location et le prêt de matériels sont des options qui favorisent l'accessibilité et l'initiation aux activités en nature. Elle est aussi une avenue avantageuse pour les voyageurs qui souhaitent voyager léger.

© Parc régional du Poisson Blanc

À cet effet, certaines bibliothèques proposent maintenant le prêt d'équipement de plein air.

- En Suède, un réseau de « bibliothèques du temps libre », ou Fritidsbanken, a été mis sur pied en 2013. Ce service public permet aux Suédois d'accéder à de l'équipement gratuitement, et ce, dans près du tiers des municipalités du pays.
- Au Québec, quatre bibliothèques de la ville de Montréal ont emboité le pas. L'abonnement au réseau des bibliothèques de la ville permet, entre autres, la location gratuite de raquettes, de crampons et de bâtons de marche.
- Depuis 2021 à Laval, un projet d'unité mobile de prêt d'équipements est accessible à l'ensemble des écoles primaires de la région qui souhaitent initier les jeunes au ski alpin, au ski de fond, à la raquette ou au patin.

Mentionnons également l'importance de l'accès aux infrastructures. Des installations accueillantes et accessibles gratuitement ou à faible coût peuvent encourager la communauté et les voyageurs à être plus actifs et à consacrer davantage de temps à des activités en nature.

La démocratisation du plein air s'inscrit également dans l'adaptation et l'évolution de l'offre d'aventure à un public élargi de pratiquants.

« La composition de l'offre en tourisme d'aventure évolue. Il y a de plus en plus de randonnées accessibles à tous, dans lesquelles on ne sacrifie pas le confort de l'hébergement. À certains endroits, le transport des bagages est aussi inclus. L'offre convient de plus en plus aux familles. »

Eric Balian, directeur général, Terres d'Aventure.

La sensibilisation des entreprises et des destinations pour favoriser l'accès et l'inclusion de tous au plein air, indépendamment de leur origine, de leurs capacités physiques, de leur âge ou de leur statut socio-économique, s'observe de plus en plus.

© Franck Junod

Répondre à des besoins et des préférences spécifiques

Les clientèles d'activités d'aventure se raffinent et se diversifient ; c'est aussi le cas pour les expériences offertes. Les propositions sont multiples et visent à rejoindre des pratiquants de tout horizon.

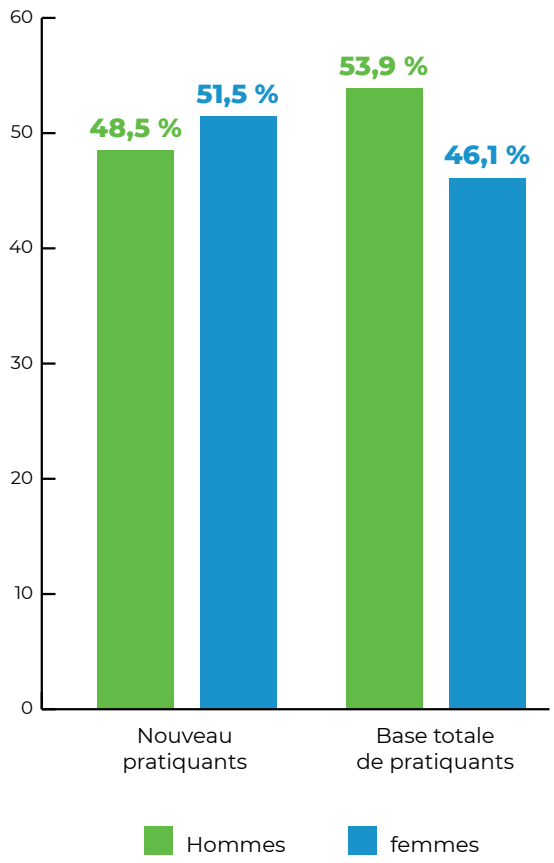
Une enquête effectuée par l'Adventure Travel Trade Association (ATTA) en 2023 montre un intérêt de la part des entreprises membres de l'organisation pour diversifier leur clientèle en portant attention davantage aux familles (45 %), aux femmes (41 %) aux voyageurs de 50 ans et plus (41 %) et aux voyageurs LGBTQ+ (23 %).

En ce sens, les expériences sur mesure ainsi que les activités destinées aux petits groupes privés gagnent du terrain.

Les femmes

L'intérêt des femmes envers le tourisme d'aventure est bien réel. Le rapport de 2023 de l'Outdoor Industry Association montre un taux de participation élevé des femmes aux activités de plein air.

Taux de participation à des activités de plein air selon le sexe (2022)



Source: Outdoor Industry Association, adapté par la Chaire de tourisme Transat.

Notons que les nouvelles pratiquantes sont plus nombreuses. Ces résultats indiquent un mouvement vers la parité entre les taux de participation masculins et féminins aux activités d'aventure. Deux phénomènes pourraient expliquer cette croissance.

- Les communautés de pratique. Elles contribuent à la démocratisation des activités de plein air auprès des femmes. Ces groupes leur permettent de développer leurs habiletés et leur autonomie, d'expérimenter sans crainte du jugement et de se sentir soutenues sans la pression de la performance. C'est le cas de la communauté des Chèvres de Montagne qui rend accessibles plusieurs sports de plein air aux femmes et vise à développer leur confiance sur le terrain.
- Les voyages d'aventure au féminin. Le caractère sécuritaire et rassembleur des voyages d'aventure organisés contribue à réduire les freins à vivre des expériences en nature. À titre d'exemple, l'agence canadienne Wild Women Expeditions propose une cinquantaine d'itinéraires un peu partout dans le monde, rassemblant des femmes de tous âges, origines et orientations sexuelles.

Les familles

Le rapport de l'Outdoor Industry Association révèle une croissance soutenue du taux de participation des familles américaines aux activités de plein air depuis 2013.

Au Québec, le sondage effectué par la Chaire de tourisme Transat en novembre 2023 montre que, parmi les voyageurs québécois ayant participé à une activité de plein air à l'été 2023, plus du tiers a l'intention de voyager en famille avec leurs enfants dans la prochaine année. Pour répondre à cet engouement, les entreprises en tourisme d'aventure s'assurent de plus en plus d'accueillir convenablement les familles, mais surtout d'intéresser les petits comme les grands.

Visit Norway outille les parents en leur donnant des astuces pour inclure et impliquer leurs adolescents dans la planification d'un séjour en nature. Des activités d'initiation à la Via Ferrata et du vélo de montagne sont notamment proposés.

Les communautés ethniques

Les données de Statistique Canada indiquent que plus de 80 % de la croissance démographique au pays est attribuable à l'immigration. La population canadienne est multiculturelle et cette particularité doit être considérée dans les façons d'interagir avec elle.

Chez les Américains, les nouveaux adeptes et les jeunes qui s'adonnent à des activités de plein air ont des origines de plus en plus variées. Selon le rapport de l'Outdoor Industry Association :

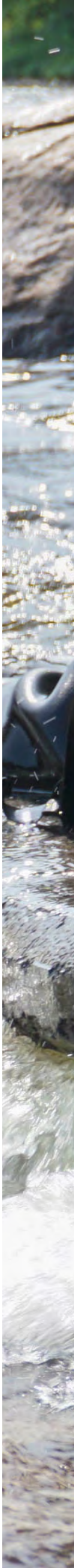
- Le taux de participation des personnes d'origine hispanique est passé de 34 % en 2015 à 56 % en 2022.
- Le taux de participation des personnes d'origine afro-américaine a augmenté de plus de 5 % en 2022 pour atteindre 40,7 %.

Cette tendance porte à croire que le nombre d'adeptes racisés augmentera dans les années à venir. De nombreux organismes de plein air souhaitent attirer davantage les communautés culturelles sur leurs sites. Ils le font pour agrandir leur bassin de clientèle, pour les sensibiliser à la protection de la faune et de la flore, mais aussi pour favoriser leur adhésion aux activités en nature.

Au Willamette Valley National Wildlife Refuge Complex, en Oregon, l'équipe de gestion a mis sur pied un programme pour attirer davantage de Latino-Américains sur leurs sites de plein air. Pour ce faire, la direction a engagé une personne d'origine latine pour coordonner les activités et les actions liées à l'attraction de cette clientèle. Elle crée des ponts avec la communauté, puis tisse des liens à travers le milieu scolaire, avec les groupes de femmes, dans le milieu des affaires, etc. Depuis, les activités bilingues se sont multipliées et plusieurs bénévoles d'origine latino-américaine s'engagent désormais dans les événements. On remarque aussi que la croissance du nombre de visiteurs d'origine latino-américaine aurait entraîné une plus grande diversité parmi les autres groupes ethniques.

Les personnes en situation de handicap

Dans une récente enquête, l'ATTA constate que ses membres s'efforcent davantage de répondre à un éventail plus large de besoins venant faciliter l'expérience de visite des personnes en situation de handicap. Pour 2024, quelque 12 % d'entre eux envisagent de porter davantage attention aux installations et services qui permettent l'accueil de ces clientèles. Certains sites naturels sont aménagés pour une meilleure accessibilité. Des programmes et des services sont aussi développés.



© Expéditions Nouvelle Vague

Au Québec, l'organisme Kéroul, en collaboration avec l'Association québécoise pour le loisir des personnes handicapées, publie le guide Le plein air pour tous : pratiques inspirantes et matériel adapté. Ce coffre à outils rassemble des fiches thématiques pour aider les gestionnaires dans la mise en place d'activités et de sites de plein air inclusifs.

À titre d'exemple, depuis 2019, le programme d'initiation au camping de Parcs Canada s'associe à BC Parks, au Canucks Autism Network, à Mountain Equipment Company et à Power To Be pour offrir une première expérience de camping aux personnes du spectre de l'autisme ainsi qu'à leurs familles.

Outil d'AEQ

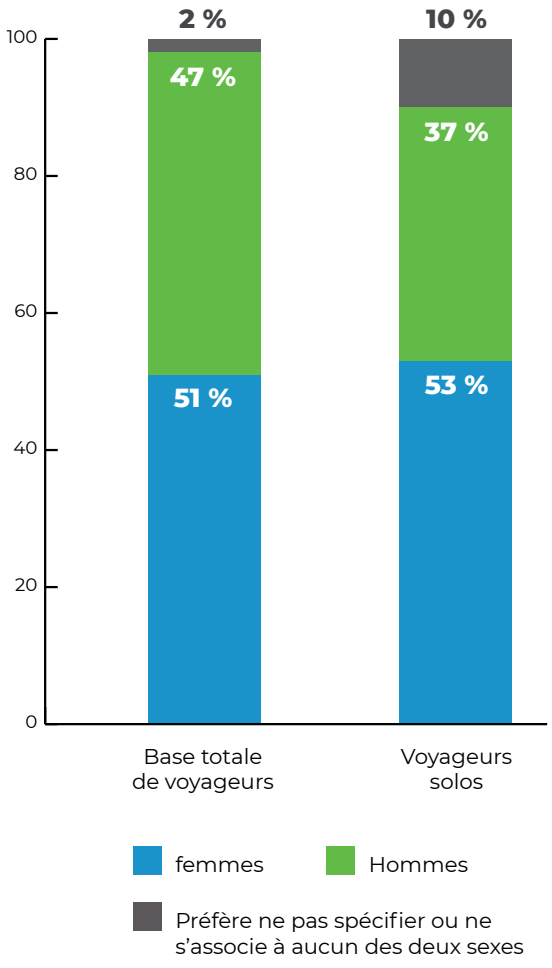
Le Manuel de références pour l'organisation d'activités de plein air adaptées, accessibles et inclusives a été créé pour informer et accompagner les membres d'AEQ dans l'adaptation de leurs activités de plein air. Il a notamment pour objectif d'informer les entreprises des ressources et outils disponibles pour organiser des activités adaptées, accessibles et inclusives, d'inspirer les producteurs à l'aide d'exemples et de bonnes pratiques et de promouvoir des actions de tourisme durable et responsable.

Les voyageurs solos

Selon une étude effectuée en 2023 par l'ATTA auprès de ses membres, les voyages solos sont parmi les séjours les plus sollicités par les clientèles. Ce type de voyage figure pour la première fois dans le palmarès des expériences les plus courues.

La même enquête dévoile que les femmes sont particulièrement plus enclines à voyager seules. En effet, 53 % des voyageurs solos seraient des femmes, alors que 37 % sont des hommes et 10 % préfèrent ne pas l'indiquer ou ne s'associent à aucun des deux.

Taux de répartition des voyageurs d'aventure selon le sexe (2022)



Source: Adventure Travel Trade Association, adapté par la Chaire de tourisme Transat.

Booking.com détient la même observation. Parmi les voyageurs sondés par la firme lors d'une enquête effectuée en 2023, 54 % des femmes ont exprimé leur intention de voyager seule durant la prochaine année. La croissance de la popularité de ce type d'aventure se discerne particulièrement chez celles âgées de plus de 50 ans.

Bien que ces voyageurs partent en solo, plusieurs n'adoptent pas les comportements d'un solitaire tout au long de leur séjour. Près de 65 % des sondés d'une enquête menée par Solo Traveler en novembre 2022 affirment aimer parfois prendre part à des tours guidés de groupe, tandis que près du quart s'y adonne à chacun de leur périple.

> *« Du côté des voyages solos, oui, il y a des gens seuls dans la vie, mais aussi des gens en couple, avec ou sans enfant, qui se greffent à un groupe pour rencontrer des personnes qui ont les mêmes intérêts qu'elles ne retrouvent pas nécessairement chez leur conjoint, par exemple. »*
>
> Eric Balian, directeur général, Terres d'Aventure.

Un public vaste, des expériences adaptées

Les clientèles de plein air sont de plus en plus variées. Pour les satisfaire, les activités déployées par les entreprises du secteur sont tout aussi diversifiées. La personnalisation est certainement une avenue à développer.

03

Et le Québec s'inscrit-il dans la tendance 3 ?

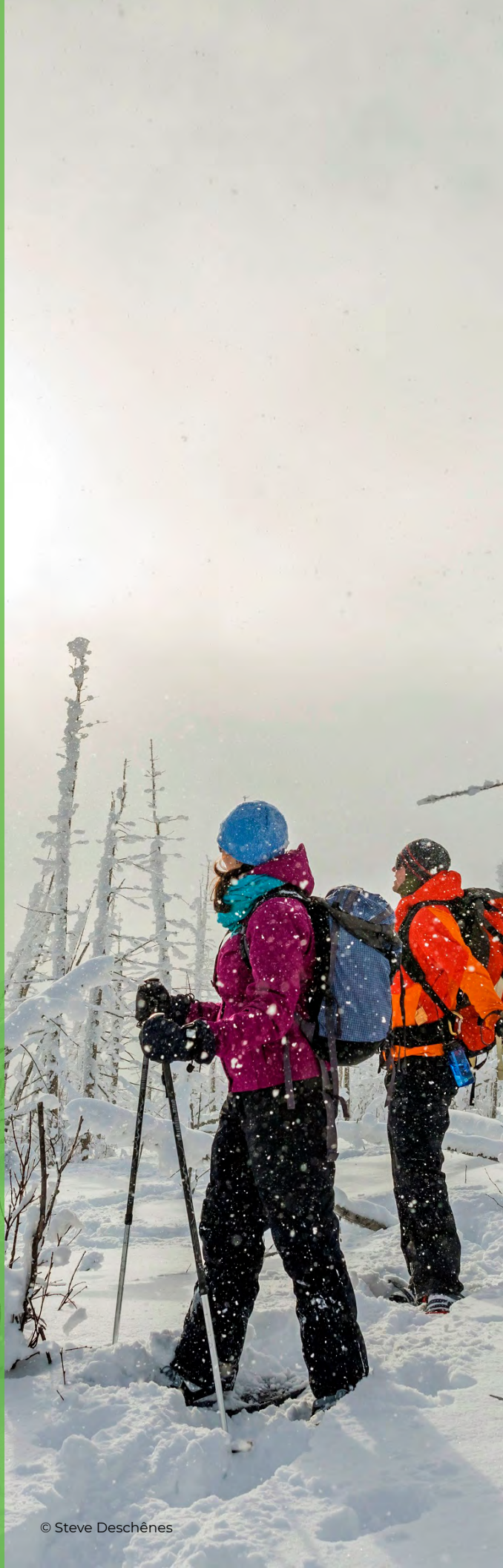
- L'offre québécoise est extrêmement diversifiée et permet de satisfaire le néophyte, mais aussi le pratiquant expérimenté, ainsi que de nombreux segments de clientèle aux attentes variées.
- L'accès et la démocratisation du plein air font partie des préoccupations des acteurs du tourisme de nature et des actions concrètes se déploient dans le but d'instaurer une véritable culture du plein air au Québec (bibliothèques avec prêt d'équipement, location, service de navettes pour les personnes sans voiture, etc.).
- Un défi : Le Québec gagnerait à donner une plus grande représentativité de la diversité dans ses actions marketing en matière de tourisme de nature et d'aventure.

Tendance 3 - Voici quelques pistes d'action pour les producteurs en tourisme d'aventure

- Évaluer de quelle façon l'offre peut s'adapter à différents segments de clientèles (multigénérations, clientèle affaires, solos, néophytes, etc.) afin d'élargir leur marché potentiel.
- Envisager d'adapter les installations et les services pour les personnes en situation de handicap en se référant aux outils développés à cette fin.
- Créer des liens avec des organisations qui représentent les communautés ethniques ou issues de la diversité pour s'adresser à ces marchés.
- Adapter le site Web pour s'adresser à une clientèle diversifiée et provenant de différents marchés géographiques (par la traduction, la localisation de l'entreprise dans la province, le recours à des termes clairs, non familiers.).

Tendance 04

Destinations plus fraîches, moins fréquentées, moins chères



© Steve Deschênes

Popularité des destinations tempérées

Longtemps synonymes de soleil et de chaleur, les vacances idéales en été prennent une nouvelle tournure. Les destinations au climat tempéré, mais surtout en mesure d'offrir de la fraîcheur durant la période estivale, gagnent en intérêt. Cette tendance est observable surtout depuis les dernières années alors que de nombreux pays doivent composer avec des épisodes de chaleur intense.

Les Anglo-saxons parlent de *coolcationing*: vacances rafraîchissantes ou dans un climat tempéré.

L'année 2023 fut la plus chaude jamais enregistrée, et ce, au niveau mondial. Pour 2024, des destinations comme l'Écosse, l'Islande, la Norvège, la Finlande ou encore la Lettonie, deviennent plus populaires, selon l'entreprise en tourisme d'aventure Intrepid Travel.

Des températures qui vont continuer d'augmenter

Le Québec demeure une destination aux conditions météo confortables en été. Mais le consortium en science du climat Ouranos prévoit des hausses de températures importantes sur l'ensemble du Québec jusqu'en 2100. En été, cette croissance se produira, entre autres, par une augmentation des vagues de chaleur, particulièrement dans le sud de la province.

> *« Par exemple, en Outaouais, alors que la température maximale régionale dépassait 30 °C environ 3 jours par année durant les dernières décennies, elle pourrait la dépasser jusqu'à 25 jours par année en 2050 et 50 jours en 2080, ce qui correspond à plus d'un mois et demi par année. »*
>
> Ouranos.

Le tourisme d'aventure au Québec se positionne avantageusement par rapport à cette tendance puisqu'il se déroule souvent en forêt, en montagne ou sur le bord des cours d'eau. Bref, la possibilité de se rafraîchir constituera certainement une plus-value pour les voyages en été au cours des prochaines années.

© Dany Coulombe

Comme le souligne Shannon Stowell, PDG de l'Adventure Travel Trade Association, lorsque la météo prévoit des températures très élevées, l'entreprise en tourisme d'aventure peut adapter l'horaire en concentrant les activités physiques ou intenses le matin, en laissant une période libre en après-midi, ou en proposant des activités nautiques.

Communiquer le climat

Compte tenu de la progression rapide et imprévisible du climat, les voyageurs chercheront à connaître la météo des destinations qu'ils envisagent. Pour faciliter la tâche, l'entreprise en voyage d'aventure Wilderness Scotland réserve une partie de son site Web pour expliquer la variabilité des saisons en Écosse, mais aussi pour présenter les données météo. Par exemple, on y expose les moyennes mensuelles de précipitation, d'ensoleillement et de température pour les mois d'été. Voilà qui permet d'outiller le visiteur dans ses choix et la préparation de son séjour, le cas échéant. Outre les données factuelles, chaque mois fait aussi l'objet d'une courte présentation.

Summer Weather in Scotland

Scotland's weather is notoriously unpredictable – and this is just as true in summer as it is in winter. However, the summer months enjoy longer days, drier weather, and an average daytime temperature high of 18°C. During summer, sunny and warm days tend to come in 2-3 day-long stretches, followed by some milder days with wetter weather. Read What is a Scottish Summer Like? for more information.

	June	July	August
Average monthly rainfall (mm)	59mm	53mm	59mm
Average days of rainfall ≥1 mm (days)	11	10	11.7
Average daytime temperature (High)	17°C	19°C	18°C
Average daytime temperature (Low)	9°C	11°C	11°C
Average daylight hours	17	16	15

Source: metoffice.gov.uk and timeanddate.com | based on Inverness (capital of the Highlands) as location.

Source : Wilderness Scotland

Miser sur le « hors-saison »

Selon un sondage réalisé par l'Adventure Travel Trade Association auprès de leurs membres, les séjours hors-saison ou hors des sentiers battus devraient marquer le tourisme d'aventure pour plus de la moitié des organisations répondantes. Les données de réservation illustrent d'ailleurs cette tendance. Selon le rapport TourRadar's 2023 sur les séjours organisés en tourisme d'aventure, les mois de septembre et d'octobre (2023) remplacent ceux de juin, juillet et août (2019) pour le nombre de réservations.

« Pour une entreprise qui fabrique des séjours d'aventure, avec les vagues de chaleur qui vont se reproduire, peut-être même s'intensifier, il faut réorganiser la répartition des itinéraires, miser davantage sur le hors-saison. »

Eric Balian, directeur général, Terres d'Aventure.

Le National Park Service a enregistré une croissance des visites durant les périodes traditionnellement appelées « basse saison », soit au printemps et à l'automne, dans de nombreux parcs nationaux américains.

© Centre d'activités Tremblant

Éviter les foules et la chaleur accablante

Les périodes de canicule qui se succèdent combinées à de fortes fréquentations de certains sites touristiques expliquent en partie l'intérêt des voyageurs pour les expériences hors-saison. Les températures douces des mois de septembre et d'octobre, du moins dans l'hémisphère nord, et l'accalmie marquée par la rentrée scolaire en font des moments de prédilection pour les amateurs de plein air, surtout ceux qui ont la possibilité de voyager durant cette période.

Selon le sondage de la Chaire de tourisme Transat réalisé en novembre 2023, parmi les voyageurs québécois ayant participé à une activité de plein air à l'été 2023 à l'occasion d'un séjour :

- 87 % jugent possible de voyager au Québec en dehors des périodes de vacances habituelles pour un court séjour ;
- 73 % jugent possible de le faire au Québec pour leurs vacances principales de l'année ;
- 63 % disent voyager souvent ou à l'occasion hors des périodes de vacances habituelles.

Des expériences plus authentiques, immersives, et plus durables

Par ailleurs, voyager en dehors de la haute saison est plus propice à des connexions avec la culture locale et à des contacts authentiques étant donné l'apaisement de l'achalandage et le retour à la routine d'une grande part de la population sur place. Aussi, les voyages hors-saison réduisent la pression sur les sites vulnérables et permettent une meilleure répartition des retombées touristiques sur l'année.

Intérêt pour des destinations moins fréquentées, moins chères

En réaction au surtourisme, la recherche de destinations peu fréquentées ou hors des sentiers battus gagne du terrain. Le tourisme d'aventure s'est toujours inscrit dans cette mouvance. Il s'agit d'une tendance qui prend de l'ampleur.

« Le surtourisme est certainement l'un des principaux enjeux à l'heure actuelle et pour les années à venir. Les destinations ne sont pas toujours cohérentes entre leur désir d'attirer un nombre grandissant de visiteurs versus celui de mettre en place un tourisme plus responsable et durable et de livrer des expériences de qualité. L'accent devrait être mis sur la qualité et non la quantité de visiteurs. »

Shannon Stowell, président-directeur général, ATTA.

Selon les données du sondage de Léger sur l'attractivité et le positionnement de la nature et du plein air comme expérience touristique, la quasi-totalité (96 %) des répondants considèrent qu'une destination de plein air idéale est de préférence « peu fréquentée » plutôt qu'« achalandée ».

Aux États-Unis, la National Parks Conservation Association (NPCA) a rassemblé les politiques de réservation de certains parcs nationaux parmi les plus populaires ainsi que quelques statistiques révélatrices afin d'outiller les visiteurs dans leur planification de voyage. Selon un sondage mené par la NPCA, 84 % des visiteurs ont déjà expérimenté la surfréquentation dans un parc national. On y révèle aussi que 86 % des visiteurs ont changé leurs plans pour éviter les périodes achalandées.

Pour maximiser les chances de vivre une expérience de qualité, la NPCA suggère aux voyageurs de bien planifier leur visite en ayant en main toutes les informations. La page Know Before You Go indique les formules de réservation pour une dizaine de parcs. En cliquant sur le nom du parc, on obtient des données sur l'évolution du nombre de visiteurs au fil des années, mais surtout, les informations détaillées concernant le système de réservation.

© Epic Trails

Les destinations secondaires prennent du galon

Parce que les plus populaires sont souvent trop achalandées et que les prix associés sont souvent très élevés, les destinations moins connues, secondaires, gagnent en popularité. Des voyageurs vont ainsi chercher des destinations qui correspondent à leurs critères, mais évitent les choix les plus évidents ou les lieux les plus courus. Selon la firme Skift, des destinations européennes jusque-là sous-estimées, comme Malte ou Albanie, ont enregistré des taux de croissance de fréquentation touristique parmi les plus élevés en Europe pour l'année 2023. Le groupe Expedia publiait le concept des « *destination dupes* », qui consiste en des destinations alternatives comportant des caractéristiques semblables à d'autres lieux très populaires et coûteux. À titre d'exemple, Expedia propose la ville de Québec comme alternative à Genève.

L'offre en tourisme d'aventure dans les régions du Québec peut très bien s'inscrire dans cette tendance, pour le marché du Québec qui n'est pas familier avec les produits, mais aussi pour certaines clientèles hors Québec. Les destinations plus tempérées, méconnues, plus abordables, mais non moins intéressantes sont ainsi dans la mire des voyageurs. C'est le moment de faire valoir les secrets bien gardés.

> *« Les grands espaces québécois, l'accès à la nature et les territoires à l'état sauvage et très peu peuplés constituent une opportunité à saisir, surtout dans un contexte où le surtourisme affecte plusieurs destinations. En voyage, vivre une expérience exclusive et à l'écart des foules représente un luxe en soi. »*
>
> Marie-Hélène Hudon, directrice de la représentation internationale, Alliance de l'industrie touristique du Québec.

04

Et le Québec s'inscrit-il dans la tendance 4 ?

- La destination québécoise s'inscrit très bien dans cette tendance avec des températures estivales somme toute très confortables, surtout en comparaison avec les pays du sud de l'Europe et des États-Unis.
- Un défi : l'offre hors-saison. La disponibilité de l'offre à l'automne, les activités, mais aussi la restauration, les attraits, l'hébergement, surtout en région, ne sont pas toujours au rendez-vous, faute de main-d'œuvre.
- Les enjeux de surtourisme ne sont pas observables au Québec. Les voyageurs qui recherchent la nature et l'aventure dans des lieux peu fréquentés y trouveront leur compte.
- Une opportunité : La destination québécoise regorge de sites méconnus et de secrets bien gardés, des aspects convoités par les voyageurs d'aventure qui souhaitent sortir des sentiers battus.

Tendance 4 - Voici quelques pistes d'action pour les producteurs en tourisme d'aventure

- Ajuster l'offre ou le déroulement des activités lors des journées de canicules (ex. ajouter baignade en plan d'eau naturel, réduire l'intensité de l'activité, etc.).
- Inclure une section sur leur site Web qui présente le climat, selon le les périodes de l'année et le type d'habillement suggéré.
- Développer des ententes avec d'autres entreprises de la région pour constituer des offres suffisamment étoffées et attractives afin d'attirer les voyageurs à l'automne (septembre et octobre).
- Proposer une grille tarifaire avantageuse, ou offrir des privilèges pour les voyageurs hors-saison ou en dehors des périodes de pointe.

Tendance 05

Produits : les grands classiques indétrônables, le luxe et le bien-être s'immiscent de plus en plus

© Parc Aventures Cap Jaseux

Le plein air ne perd pas d'attrait, ses classiques prennent encore du galon

Les données américaines les plus récentes indiquent que 80 % des catégories d'activités de plein air ont enregistré une croissance du taux de pratique durant l'année 2022. Cela concerne les grands classiques comme le camping et la pêche tout autant que les produits de niche comme l'escalade et le surf.

Les activités de plein air qui cumulent les taux de pratique les plus élevés sont les suivantes :

- Randonnée
- Course à pied
- Vélo
- Pêche
- Camping

Celles ayant enregistré la plus forte croissance annuelle en 2022 :

- Raquette : croissance de 20,7 %
- Camping : 12 %
- Ski de fond : 8,5 %

Ainsi, la randonnée demeure l'activité de plein air de prédilection, à titre de loisir, comme dans le cadre d'un voyage. Selon le sondage Léger sur l'attractivité et le positionnement de la nature et du plein air comme expérience touristique, la randonnée pédestre est l'activité la plus pratiquée au Québec, et ce, par tous les marchés sondés (1648 répondants ayant pratiqué le plein air au Québec, originaires du Canada, des États-Unis, de l'Europe et d'ailleurs dans le monde). Les clientèles provenant de l'Europe francophone en sont particulièrement friandes.

> *« En France, l'image du randonneur a changé, pour le mieux. Autrefois considérée plutôt ringarde par les jeunes, la randonnée est devenue à la mode et de plus en plus pratiquée par la clientèle des millénariaux. »*
>
> Eric Balian, directeur général, Terres d'Aventure.

© Montebello Vélo de montagne

Voici le top 5 des activités les plus pratiquées par les adeptes de plein air lors d'un séjour au Québec, selon leur provenance.

Été				Hiver
Québec	**Ontario et provinces atlantiques**	**Nord-Est des États-Unis**	**Europe francophone**	**Tous les marchés**
90 % Randonnée pédestre en nature	**89 %** Randonnée pédestre en nature	**83 %** Randonnée pédestre en nature	**98 %** Randonnée pédestre en nature	**64 %** Randonnée pédestre en nature
42 % Baignade/plage en lac ou en rivière	**38 %** Baignade/plage en lac ou en rivière	**30 %** Ornithologie ou observation de la faune	**39 %** Ornithologie ou observation de la faune	**19 %** Location de chalet en nature (sans pêche)
40 % Camping en tente ou prêt-à-camper	**35 %** Camping en tente ou prêt-à-camper	**27 %** Baignade/plage en lac ou en rivière	**33 %** Baignade/plage en lac ou en rivière	**16 %** Raquette en nature
31 % Vélo sur pistes cyclables	**29 %** Vélo sur pistes cyclables	**26 %** Camping en tente ou prêt-à-camper	**28 %** Location de chalet en nature	**16 %** Patin sur glace
25 % Camping avec un véhicule récréatif	**26 %** Camping avec un véhicule récréatif	**20 %** Vélo sur pistes cyclables	**27 %** Séjour en auberge ou hôtel en nature	**15 %** Glissade

Source : Léger pour ministère du Tourisme, 2023.

Les données en rouge signifient une différence significative à la baisse ; ceux en vert traduisent une différence significative à la hausse.

Cette même étude s'intéresse à l'attractivité des activités de plein air au Québec : les voyageurs les trouvent-elles attrayantes ? La randonnée pédestre en forêt arrive au 1er rang. En été, la baignade en lac ou en rivière puis le canot/kayak suivent. Le vélo puis le camping ou le prêt-à-camper sont attrayants pour plus des trois quarts des répondants.

En hiver, la randonnée domine au même titre que la location de chalet en nature, suivi par les séjours en auberge ou hôtel en nature. La glissade et la raquette sont attrayantes pour plus de sept répondants sur dix.

Les activités les plus attrayantes au Québec

La proportion entre parenthèses correspond à la part de répondants qui jugent cette activité plutôt ou très attrayante

Été	Hiver
Randonnée pédestre en forêt (97 %)	Randonnée pédestre en nature (81 %)
Baignade/plage en lac ou en rivière (81 %)	Location de chalet en nature (81 %)
Canot/kayak (78 %)	Séjour en auberge ou hôtel en nature (79 %)
Vélo sur pistes cyclables (77 %)	Glissade (72 %)
Camping en tente ou prêt-à-camper (76 %)	Raquette en nature (72 %)

Source : Léger pour ministère du Tourisme, 2023.

Les produits tendance

L'Adventure Travel Trade Association (ATTA) demandait à ses membres, en 2023, leurs observations quant aux activités de tourisme d'aventure qui semblaient marquer une progression en termes de réservations ou d'intérêt de la part de la clientèle. La randonnée figure au premier rang, suivi des activités culturelles puis de tourisme culinaire/gastronomique. Voici les 10 activités tendance en matière de tourisme d'aventure selon les membres sondés de l'ATTA :

1. Randonnée
2. Activités culturelles
3. Activités culinaires/gastronomiques
4. Vélo (montagne ou surface non pavée)
5. Safaris/observation de la faune
6. Activités de bien-être
7. Vélo électrique
8. Vélo de route ou sur surface pavée
9. Photographie de la nature/faune
10. Ornithologie

Voilà qui illustre bien l'idée que le tourisme d'aventure va au-delà des activités sportives à sensation forte. L'aventure, c'est aussi la contemplation de la nature, de la faune, la découverte d'une culture, des saveurs locales, de moments de bien-être ou d'expériences enrichissantes sur le plan personnel.

Culture et gastronomie en tourisme d'aventure

Les expériences culturelles se traduisent notamment par les contacts avec la communauté locale, par des échanges avec elle, par le fait de vivre à son rythme et de fréquenter les mêmes lieux. Les entreprises en tourisme d'aventure gagneront à mettre de l'avant le milieu dans lequel elles évoluent en documentant l'histoire de la région, les mœurs et coutumes, les gens qui ont contribué à son dynamisme, etc. L'art du *storytelling* s'impose ici, tout comme le recours aux acteurs culturels concernés pour assurer une transmission juste et adéquate des connaissances.

Aussi, les visiteurs souhaitent prendre le temps de découvrir les lieux et de s'offrir des occasions d'échanger avec la population locale, avec les commerçants, bref avec les gens de la place. Ils veulent se donner une chance de vivre quelque chose d'inattendu. Voilà qui s'inscrit dans la tendance du tourisme lent.

> *« De nombreux petits opérateurs en tourisme d'aventure conçoivent des itinéraires moins chargés, avec davantage de temps libre. Les voyageurs d'aventure apprécient ce temps leur permettant de vivre des expériences non planifiées, comme de fréquenter, au hasard, un marché fermier ou un festival local. »*
>
> Shannon Stowell, président-directeur général, ATTA.

Cet échange culturel peut aussi se produire par la cuisine, par la présentation de traditions culinaires ou même par la cueillette sauvage et l'accompagnement d'un chef pour apprêter ces aliments.

En Suède, on propose des safaris d'aliments sauvages. Ils consistent à parcourir les bois à la fin de l'été ou au début de l'automne à la recherche de baies ou encore de champignons. Les visiteurs peuvent réclamer les services de guides experts en mycologie pour faire des choix sécuritaires, trouver les meilleurs sites, approfondir leurs connaissances et même se faire concocter un festin en plein air. Des safaris de fruits de mer sont aussi proposés. Les visiteurs vont pêcher crevettes, moules, huîtres, langoustines et homards qui seront ensuite cuisinés et dégustés directement sur le bateau ou sur la plage. On offre même des ateliers de cueillette d'algues, un ingrédient qui fait maintenant partie de la cuisine suédoise.

Au Québec, ce type d'activités fait partie des mœurs et coutumes de certaines communautés des Premières Nations. Le tourisme autochtone ainsi que le tourisme de nature pourraient conjointement bénéficier du déploiement d'une offre de guide et d'interprétation des plantes comestibles et médicinales en nature.

Aventure et bien-être : une combinaison gagnante

L'économie du bien-être poursuit sa progression. Les projections du Global Wellness Institute confirmées en 2023 indiquent une croissance moyenne annuelle de 8,6 % de 2022 à 2027. Le tourisme de bien-être, quant à lui, devrait croître de 16,6 % durant cette même période. Bien que ce secteur d'activité ne soit pas entièrement lié au tourisme d'aventure, les composantes de l'un et l'autre sont complémentaires, et parfois même se chevauchent.

C'est notamment le cas pour les activités de connexion à la nature, qu'il s'agisse de bains de forêt, de randonnée, de baignade dans des plans d'eaux naturels, le tourisme d'aventure et celui du bien-être sont ici intimement liés. Les bienfaits physiques et psychologiques du contact prolongé avec la nature sont documentés abondamment. Certaines organisations, comme Verdon Canoe, une entreprise de location d'embarcations à pagaie, rappellent ces vertus dans les pages de son blogue.

Les séjours qui combinent activités d'aventure et de bien-être, comme le yoga, la médiation ou une expérience thermale suscitent l'intérêt. Une telle mixité suggère un équilibre qui correspond aux attentes d'une clientèle grandissante.

L'aventure, oui ! Mais avec un certain confort

Le tourisme de plein air et d'aventure n'est pas synonyme de minimalisme, contraintes physiques ou frugalité. Il peut très bien se conjuguer avec confort, luxe ainsi qu'accessibilité. Le vieillissement de la population et l'intérêt pour le plein air d'une clientèle grandissante et diversifiée contribuent à cette tendance.

L'intérêt pour les vélos à assistance électrique illustre cette recherche d'un certain confort. L'entreprise Backroads, qui conçoit des voyages d'aventure, propose la Dolce Tempo Collection. Celle-ci comprend des itinéraires à vélo à assistance électrique et s'adresse aux voyageurs qui s'initient aux séjours actifs ou simplement à ceux qui souhaitent découvrir la destination de façon active, mais à un rythme modéré.

Ainsi, la composition de l'offre évolue. L'activité demeure sensiblement la même, mais on y ajoute un peu ou beaucoup de commodités afin de la rendre plus accessible à un grand nombre. Le confort lié à l'hébergement prend de l'importance, surtout pour la clientèle nord-américaine. Le transport de bagages d'un site à l'autre, la présence de piscine sur les lieux de l'hébergement, la qualité de la nourriture, voilà des attributs qui comptent de plus en plus.

Selon le sondage Léger sur l'attractivité et le positionnement de la nature et du plein air comme expérience touristique, plus de sept voyageurs sur dix estiment qu'une destination idéale de plein air offre du confort en nature, par opposition au camping sauvage. Néanmoins, 93 % sont d'avis que la proposition doit être économique plutôt que luxueuse. On cherche donc un bon rapport confort/prix. Cette recherche s'illustre par l'intérêt pour le glamping, le prêt-à-camper et l'hébergement d'expérience. L'hébergement devient pratiquement une activité, une expérience d'aventure en soi.

Ces expériences, qu'il s'agisse de cabanes dans les arbres, de yourtes ou de pods par exemple, figurent d'ailleurs parmi les attraits du tourisme d'aventure au Québec. C'est, du moins, l'avis de plusieurs opérateurs de séjours d'aventure qui œuvrent dans la province et ailleurs dans le monde. L'offre y est diversifiée, attrayante et de plus en plus abondante.

> *« Notre clientèle démontre un grand intérêt pour des hébergements atypiques qui contribuent en effet à ajouter de la couleur à nos road trips. C'est quand même parfois difficile de les intégrer dans les circuits, vu la grande popularité (et donc le manque d'intérêt pour les hébergements de passer par des agences) et le peu d'unités disponibles. »*
>
> Catherine Deschamps, directrice produit, Authentik Canada.

L'intérêt pour les produits sur mesure, de luxe, exclusifs

Le luxe en tourisme d'aventure prend de nombreuses formes, dépendamment des attentes des voyageurs. Outre l'hébergement ou la qualité des installations, le luxe peut aussi se traduire par des expériences ou des itinéraires sur mesure pour de petits groupes, par un accès exclusif à un territoire ou par un séjour qui nécessite une logistique complexe. La diversité des activités dans un même voyage peut aussi être considérée comme une expérience luxueuse.

L'entreprise G Adventure vient de développer une série d'itinéraires guidés de luxe. La collection Geluxe est conçue spécifiquement pour une clientèle active et mature à la recherche d'un certain confort et d'exclusivité. Les circuits sont composés, par exemple, d'hébergements d'expérience haut de gamme, de restauration gastronomique, d'ateliers de cuisine avec des chefs locaux, de séances de yoga dans des sites idylliques et, bien sûr, d'activités d'aventure comme de la randonnée en montagne, de la descente de rivière en kayak ou encore de vélo sur routes de gravelle. Cette offre fait suite à une demande de la clientèle fidèle à l'entreprise depuis plusieurs années, et dont les besoins et attentes évoluent.

« L'offre en matière de tourisme d'aventure au Québec véhicule bien l'idée de sortir des sentiers battus, une notion qui résonne auprès de la clientèle européenne, notamment. L'accès à la nature sauvage, à de grands espaces sans devoir affronter les foules constitue une forme d'exclusivité très attrayante. »

Vincent Pinto, directeur commercial Monde, Manawa.

Mobilité : virage électrique

Le tourisme d'aventure implique souvent des moyens de transport non conventionnels, qu'ils soient actifs comme la marche, le vélo et le ski de fond, ou à moteur comme le quad ou la motoneige. L'électrification de certains d'entre eux est bien remarquable. C'est le cas des vélos à assistance électrique, qu'ils soient pour la route, de montagne ou à pneus surdimensionnés (*fatbike*). Cette offre récolte un fort engouement.

Bien qu'encore marginaux, la motoneige et le quad ont aussi leurs modèles électriques. Le Fairmont Chateau Montebello propose des circuits guidés à bord de telles motoneiges. En plus d'émettre moins de GES, ces appareils sont plus silencieux et permettent d'apprécier davantage les sons de la nature. Les quads qui carburent à l'électricité se font plus timides. En Australie, l'entreprise Eco Adventure propose des tours guidés sur de tels appareils depuis déjà quelques années.

Mais les défis qui concernent l'autonomie et la recharge de la batterie demeurent. Pour l'instant, les escapades en territoire éloigné, loin des bornes, sont moins propices pour de tels véhicules.

Des produits qui permettent de se connecter au lieu, dans un climat changeant

Des activités qui permettent un contact unique avec la nature, avec le lieu, avec la faune, mais aussi avec le climat (été comme hiver) correspondent à cette volonté de la clientèle à se connecter avec le moment, avec la communauté et la destination. L'activité d'aventure constitue un médium et tous les services qui l'accompagnent vont permettre de favoriser, d'accentuer ou non cette connexion, et de constituer une expérience mémorable. Les effets des changements climatiques pourraient inciter les entreprises en tourisme d'aventure à remettre en question leur offre, à la bonifier ou à la diversifier pour plus de résilience.

Et le Québec s'inscrit-il dans la tendance 5 ?

- La destination québécoise propose une offre de produits attrayante et très diversifiée qui lui permet de figurer parmi les options de séjours des adeptes de plein air, et ce, été comme hiver.
- L'offre de randonnée, activité de prédilection des voyageurs, est aussi très abondante et facile d'accès.
- Le patrimoine et la culture associés aux différentes régions, le tourisme autochtone ainsi que l'agrotourisme participent à la bonification des produits de tourisme d'aventure pour une offre plus complète et attrayante.
- La destination québécoise se démarque par une offre d'hébergements d'expériences et insolites abondante et variée. La recherche de confort y est directement associée.
- L'immensité du territoire contribue à cette notion de luxe que confère l'idée d'exclusivité et de contact privilégié avec le milieu naturel.
- Un défi : Le virage électrique des véhicules hors route demeure lent. Plusieurs enjeux ralentissent cette transition, dont des facteurs économiques, mais aussi les grandes distances à couvrir en matière d'électrification.
- Une opportunité : La longue randonnée gagnerait à être davantage structurée (itinéraires avec hébergement) ainsi que promue.

Tendance 5 - Voici quelques pistes d'action pour les producteurs en tourisme d'aventure

- Référencer des organisations/activités complémentaires situées dans la région à leurs clients pour créer des expériences étoffées et signifiantes ainsi que pour mettre en valeur l'offre locale.
- Développer des partenariats avec des organisations locales pour structurer et diversifier l'offre (ex. Rafting + cuisine gourmande locale en plein air + hébergement insolite).
- Se familiariser avec les bienfaits reconnus du contact avec la nature et favoriser leur déploiement auprès de la clientèle en tenant compte des conditions de succès (durée, type de contact, etc.).
- Envisager des services qui rendent l'expérience plus luxueuse ou plus confortable (ex. service de transport de bagages, boites à lunch gourmet, location d'équipement haut de gamme, etc.).
- Proposer une offre sur mesure, pour petits groupes privés.
- Offrir de l'encadrement : La clientèle internationale cherche à obtenir des sorties guidées, même s'il s'agit de randonnée. Cet accompagnement permet de réduire les craintes par rapport aux rencontres possibles avec la faune, ou encore pour l'habillement en hiver, par exemple.

Perspectives du tourisme d'aventure au Québec

© Fondation sur la Pointe des pieds

Les perspectives de développement du tourisme d'aventure pour les prochaines années sont plutôt favorables. Bien que des enjeux de taille soient dans le radar, ils ne paraissent pas insurmontables, et ils ne sont pas exclusifs à ce secteur d'activités. Les aléas économiques, la pénurie de main-d'œuvre, les effets des changements climatiques et la nécessité de réduire les GES pousseront les organisations à s'ajuster, tout comme la plupart des milieux d'affaires. Mais comme démontré à travers les sections précédentes, les tendances qui rythmeront le tourisme d'aventure sous-entendent globalement un avenir réjouissant pour la destination québécoise.

Voici, en complément des informations présentées en contexte et dans les grandes tendances, quelques éléments permettant de mieux envisager l'avenir du tourisme d'aventure au Québec.

Intentions de voyages au Québec au cours des cinq prochaines années

Les voyageurs ayant fait du plein air au Québec, originaires des principaux marchés cibles de la destination, sont majoritairement intéressés à voyager à nouveau dans la province dans un horizon de cinq ans. C'est vrai pour les touristes venus en été (voir tableau ci-dessous), comme pour ceux accueillis en hiver qui, d'ailleurs, reviendraient durant la saison hivernale (69 %). En effet, c'est l'une des conclusions du sondage réalisé par la firme Léger pour le ministère du Tourisme de décembre 2022 à février 2023. Cette enquête démontre aussi que dans l'esprit des visiteurs, le Québec jouit d'un positionnement fort enviable en tant que destination de plein air et nature.

Intentions de voyage au Québec en période estivale au cours des cinq prochaines années par les voyageurs ayant fait du plein air lors de leur séjour au Québec en 2022

Marchés d'origine	% intéressés
Québec	**89 %**
Ontario + Atlantique	**86 %**
Nord-Est des États-Unis	**72 %**
Europe francophone	**56 %**
Autres	**51 %**

Source : Léger marketing pour ministère du Tourisme, 2023.

Les incertitudes économiques : un contexte favorable au tourisme d'aventure au Québec

Comme mentionné dans le contexte en début de document, les perspectives économiques canadiennes et québécoises incertaines pourraient bien favoriser les voyages au pays. D'ailleurs, les marchés canadiens, comme l'Ontario et les provinces maritimes, démontrent un grand intérêt pour les voyages avec activités de plein air au Québec.

Les séjours effectués par le marché américain, en forte progression actuellement, pourraient ralentir d'ici les prochaines années compte tenu d'une certaine fatigue économique chez nos voisins du sud. Néanmoins, la proximité géographique de certains segments, jumelée à l'intérêt de ce marché pour les activités de plein air en voyage, pourraient bien privilégier le secteur du tourisme d'aventure au Québec. Mais selon quelques experts consultés, il existe une méconnaissance de cette offre auprès des Américains qui ont surtout l'image des villes de Québec et de Montréal en tête lorsqu'il est question de voyager dans la belle province.

Le marché français, quant à lui, semble bien en selle. Les prévisions du Conference Board of Canada indiquent des progressions élevées pour les prochaines années. Les entreprises en tourisme d'aventure ont tout intérêt à considérer ce marché dans leurs efforts marketing, notamment par une présentation claire de l'offre et de sa situation géographique dans la province, des autres activités possibles dans les environs ou encore par des partenariats avec des hébergements, par exemple.

Virage technologique

Accueil

Technologie et nature sonnent parfois contre-intuitif. Mais sur le plan marketing, ce qui ne se trouve pas en ligne, n'existe pas. Un site Web attrayant et à jour et une animation pertinente et récurrente des pages de l'organisation sur les médias sociaux constituent des composantes de base à l'accueil des visiteurs. Ceux-ci s'attendent aussi à pouvoir réserver en ligne. De façon plus marginale, les visiteurs apprécient obtenir de l'information complémentaire en interagissant avec un chatbot (robot conversationnel).

Intelligence artificielle

Et l'intelligence artificielle (IA) s'immiscera-t-elle dans le milieu du plein air ? C'est déjà le cas. Quelque 6 % des voyageurs québécois ont utilisé une plateforme d'IA pour les aider dans la planification de leur séjour pour leurs voyages en 2023 (Chaire de tourisme Transat, 2023). Compte tenu de la progression extrêmement rapide de cette technologie, elle pourrait bien devenir un outil courant de planification très prochainement. Il s'avère d'autant plus important pour les organisations de fournir sur le Web de l'information adéquate et à jour pour s'inscrire parmi les options que considérera l'intelligence artificielle.

Outils d'accompagnement

L'IA sert aussi les visiteurs lors de leurs expériences de plein air et d'aventure. C'est notamment le cas avec l'application développée pour Balkan Natural Adventure afin d'outiller les randonneurs dans la conception de leur itinéraire dans le Peaks of the Balkans Trail.

Les outils technologiques au service des clientèles en situation de handicap favorisent la démocratisation du plein air. À titre d'exemple, le parc national des Cévennes, en France, lançait l'application Openway qui permet aux personnes malvoyantes de randonner de façon autonome. Le GPS guide l'utilisateur d'un point à l'autre par aide vocale.

Les organisations qui savent tirer profit de ces technologies y trouveront leur compte.

Une volonté marquée de soutenir le tourisme de nature et d'aventure

L'accès à la nature représente l'un des piliers stratégiques du ministère du Tourisme (MTO) dans son plan 2023-2027. Tout comme le tourisme autochtone, le tourisme hivernal, le tourisme haut de gamme et le tourisme d'affaires, ces filières bénéficieront du soutien du MTO pour leur développement. Voilà un bon indicateur de la volonté politique de miser sur le tourisme de nature et d'aventure dans le positionnement de la destination québécoise. L'accès à la nature, les nombreux produits d'observation de la faune combinés à la grande diversité des activités, tout au long des saisons, font partie des atouts de la province.

Des perspectives favorables

Les intervenants rencontrés dans le cadre de l'élaboration de ce cahier ont partagé leurs impressions quant à l'avenir du tourisme d'aventure et son positionnement au Québec. Ces éléments sont disséminés à travers les tendances appropriées. Voici ces propos rassemblés, librement interprétés par la Chaire.

- Le **Québec communique très bien le plein air**, son image touristique est favorable. En matière de **tourisme durable**, l'offre en tourisme d'aventure dispose d'un rayonnement tout aussi positif.
- L'**hiver** fait partie des facteurs de différenciation qui s'inscrivent dans les prochaines années, du moins pour les régions plus au nord qui ont un bon couvert neigeux.
- Le **prolongement de la saison touristique vers l'automne** (septembre et octobre) représente une belle occasion de dispersion de la clientèle à travers les saisons.
- La province se distingue des destinations qui doivent conjuguer avec des **enjeux de surtourisme** : trouver le calme dans le bois et les grands espaces devient un luxe qui est disponible au Québec.
- Chaque région détient ses propres **spécificités** et plusieurs croisements peuvent facilement être effectués avec d'autres secteurs d'activités complémentaires au plein air, comme l'agrotourisme ou la culture.
- Les **pourvoiries** sont bien positionnées pour proposer des expériences luxueuses répondant aux demandes grandissantes des voyageurs en matière de confort en nature et de découverte de territoires d'exception.

- À l'international, la destination québécoise souhaite interpeller davantage les **touristes « à haute valeur »**, soit ceux qui voyagent moins mais plus longtemps, qui apprécient la qualité et dépensent pour l'obtenir, qui souhaitent une connexion avec les lieux et qui ont des valeurs similaires à celles de la population. Le tourisme de nature et d'aventure représente un créneau cohérent avec cette clientèle.
- Compte tenu des canicules prolongées dans certaines régions du monde, le **climat tempéré** joue en la faveur de la destination québécoise.
- L'intérêt pour les destinations **moins fréquentées et hors des sentiers battus** correspond à l'offre de certaines régions québécoises.
- La destination québécoise se positionne bien en matière d'**hébergement d'expérience et de chalets**, il s'agit même d'un atout distinctif.
- Le **tourisme autochtone** suscite un intérêt grandissant et s'inscrit de façon naturelle dans l'offre du tourisme d'aventure.
- Le **tourisme lent** fait certainement partie des approches d'intérêt ayant un fort potentiel dans la province.
- Les certifications qui attestent de la **qualité** des expériences en nature représentent un atout pour le Québec. Elles garantissent que les activités promues sont **sécuritaires**. À plus grande échelle, la sûreté et la quiétude de la destination constituent une plus-value fort recherchée par les clientèles internationales.

Imposer, faire preuve d'audace

Comme l'indique Shannon Stowell, président-directeur général de l'ATTA, les entreprises en tourisme d'aventure doivent faire preuve d'audace et imposer leurs règles en matière de tourisme durable. Un sondage de l'ATTA auprès des tours opérateurs membres en 2022 dévoile que 68 % d'entre eux adhèrent ou sont en processus d'adhésion à une certification durable. Cette proportion s'élevait à 45 % l'année d'avant, en 2021. La progression est donc rapide. Les entreprises pavent de plus en plus la voie à l'adoption de comportements responsables. Les clients s'adapteront puis adhèreront.

Le tourisme d'aventure est un vecteur de connaissance des régions québécoises et des communautés qui y habitent, d'une faune et d'une flore qui lui sont propres ainsi que de cultures et de saveurs uniques. Les entreprises du secteur doivent imaginer une offre révélatrice de la vraie nature de la destination et ne pas craindre de déstabiliser les visiteurs par des propositions audacieuses. Ils ont choisi l'aventure après tout !

Liste des sources

Contexte économique et touristique

BC2. « Enquête sur le profil des membres d'aventure écotourisme Québec - Édition 2022 », Aventure Écotourisme Québec, mars 2023.

Janowski, Ingo ; Gardiner, Sarah et Anna Kwek. « Dimensions of adventure tourism », Tourism Management Perspectives, Volume 37, janvier 2021.

Léger. « Attractivité et positionnement de la nature et du plein air comme expérience touristique », Tourisme Québec, 20 juin 2023.

Le Groupe DBSF. « Étude sur la valeur économique de l'écotourisme et du tourisme d'aventure », Aventure Écotourisme Québec, 2004.

The Conference Board of Canada. « Attache Ta Tuque ! - Quebec's Travel Markets Outlook to 2026 », inFact, 23 janvier 2023.

The Conference Board of Canada. « Easing Off the Brakes: Canada's Five-Year Outlook », inFact, 16 janvier 2024.

UN Tourism. « UN Tourism Barometer », consulté le 18 mars 2024.

Van Mulligen, Kiefer. « French Tourists Leading the Way to Recovery: Quebec's travel Markets Outlook to 2027 », The Conference Board of Canada, 6 février 2024.

Tendance 1 — Développement durable : c'est dans la « nature » du tourisme d'aventure

Adventure Travel Trade Association. « Adventure Travel industry Snapshot », juin 2023.

Adventure Travel Trade Association. « Creating Sustainable Experiences in Adventure Travel », mai 2023.

Bleau et al., (2012) Analyse socioéconomique des impacts et de l'adaptation aux changements climatiques de l'industrie touristique au Québec, Chaire de tourisme Transat et Ouranos.

Chaire de tourisme Transat. « Enquête portant sur le comportement des voyageurs québécois », novembre 2023.

Chaire de tourisme Transat. Enquête trimestrielle auprès des entreprises touristiques québécoises (résultats du 3e trimestre - 2023), menée pour le compte du ministère du Tourisme, octobre 2023.

Derelle, Camille. « Composer avec les changements climatiques », Réseau de veille en tourisme, 17 septembre 2018.

European Travel Commission. « Sustainable travel in an era of disruption: impact of covid-19 on sustainable tourism attitudes », janvier 2022.

Germain, Kate. « Guider les visiteurs vers un tourisme plus responsable », Réseau de veille en tourisme, 13 février 2024.

Kelly, Heather. « Industry Outloog 2024 : The key Trends, Challenges, and Issues Shaping Adventure Travel », Adventure Travel Trade Association, 7 février 2024.

Leung, Yu-Fai ; Spenceley, Anna ; Hvenegaard, Glen et Ralf Buckley. « Gestion du tourisme et des visiteurs dans les aires protégées : Lignes directrices pour la durabilité », UICN, 2019, 120 pages.

Ouranos. « Les secteurs d'activité du tourisme affectés par les réalités climatiques régionales », consulté le 11 mars 2024.

Vachon, Marc-Antoine. « Le tourisme : plus qu'une industrie », Réseau de veille en tourisme, 31 janvier 2024.

World Weather Attribution, « Climate change more than doubled the likelihood of extreme fire weather conditions in Eastern Canada », 22 août 2023.

Wortley, Kathryn. « Adventure travel could facilitate responsible tourism development : opinion leaders », TTG Asia, 19 septembre 2023.

WWF. « Publication du Rapport Planète Vivante 2022 - Pour un bilan "nature positif" », consulté le 7 mars 2024.

Tendance 2 — Bien-être : la contribution du tourisme d'aventure au bonheur personnel et communautaire

Barry, Claudine. « La randonnée de longue distance gagne du terrain », Réseau de veille en tourisme, 25 avril 2023.

Brophy, Selene. « Adventure Travel: 7 Sector Trends to Track in 2024 », Skift, 3 janvier 2024.

Chaire de tourisme Transat. « Enquête portant sur le comportement des voyageurs québécois », novembre 2023.

Collège des médecins du Québec. « Prescri-Nature : premier programme de prescriptions d'exposition à la nature au Québec ! », 16 mai 2022.

Global Wellness Institute. « Global Wellness Economy Monitor 2023 », novembre 2023.

Kelly, Heather. « Industry Outloog 2024 : The key Trends, Challenges, and Issues Shaping Adventure Travel », Adventure Travel Trade Association, 7 février 2024.

Laroye, Claudia. « 6 Key Travel Trends in 2024 », Modern Traveller, 18 décembre 2023.

OECD iLibrary. « Bien-être subjectif », consulté le 13 mars 2023.

Pomfret, Gill ; Sand, Manuel et Carola May. « Conceptualising the power of outdoor adventure activities for subjective well-being: A systematic literature review », Journal of Outdoor Recreation and Tourism, vol 42, juin 2023.

Sépaq. « Les bienfaits de la nature sur la santé globale », mars 2021.

Wortley, Kathryn. « Adventure travel could facilitate responsible tourism development: opinion leaders », TTG Asia, 19 septembre 2023.

Tendance 3 — Clientèle élargie, mais des expériences sur mesure

Adventure Travel Trade Association. « Adventure Travel industry Snapshot », juin 2023.

Adventure Travel Trade Association. « Wild Women Expeditions Voted #1 Adventure Tour Operator in the 2023 USA Today 10Best Readers' Choice Awards », 14 juin 2023.

Barry, Claudine. « S'ouvrir aux communautés culturelles », Réseau de veille en tourisme, 23 mai 2023.

Beckmann, Christina. « Global Family Travels Blends Climate Education With Action on Trips », Adventure Travel Trade Association, 17 octobre 2023.

Brophy, Selene. « Adventure Travel: 7 Sector Trends to Track in 2024 », Skift, 3 janvier 2024.

Chaire de tourisme Transat. « Enquête portant sur le comportement des voyageurs québécois », novembre 2023.

Courrier international. « Ces "Fritidsbanken" suédoises où tout s'emprunte : un ballon, une tente ou des skis », 29 janvier 2023.

Gouvernement du Canada. « Rapport annuel au Parlement sur l'immigration, 2020 », consulté le 15 mars 2024.

Kelly, Heather. « Industry Outloog 2024 : The key Trends, Challenges, and Issues Shaping Adventure Travel », Adventure Travel Trade Association, 7 février 2024.

Laroye, Claudia. « Invisible no more: The rise of the 50+ solo woman traveler », Adventure.com, 26 janvier 2023.

Sirois, Elisabeth. « À deux c'est bien, mais seul c'est parfois mieux », Réseau de veille en tourisme, 28 mars 2023.

Solo Traveler. « Solo Travel Statistics and Data: 2022 –2023 », novembre 2022.

St-Pierre, Marie-Ève. « Orienter et faciliter la mise en oeuvre d'initiatives de prêts d'équipements récréatifs et sportifs au Québec », Observatoire québécois du loisir, vol 21, 2024.

Tendance 4 — Destinations plus fraîches, moins fréquentées, moins chères

Allard, Sarah. « The biggest travel trends for 2024 », Condé Nast Traveller, 18 décembre 2023.

Brophy, Selene. « Adventure Travel: 7 Sector Trends to Track in 2024 », Skift, 3 janvier 2024.

Chaire de tourisme transat. « Enquête portant sur le comportement des voyageurs québécois », novembre 2023.

Duchesne, André. « 2023 déclarée année le plus chaude de l'histoire », La Presse, 9 janvier 2024.

Kelly, Heather. « Industry Outloog 2024: The key Trends, Challenges, and Issues Shaping Adventure Travel », Adventure Travel Trade Association, 7 février 2024.

Léger. « Attractivité et positionnement de la nature et du plein air comme expérience touristique », Tourisme Québec, 20 juin 2023.

Lindberg, Richard. « Why Off-Season Travel Equates to Sustainable Travel », One Planet Journey, 27 avril 2023.

National Park Service. « Hidden gems, off-season trips highlights pf 325,5 million national park visits in 2023 », communiqué de presse, 22 février 2024.

Ouranos. « Températures – changements projetés », consulté le 12 mars 2024.

TourRadar. « TourRadar Wrapped 2023: Global Edition », consulté le 12 mars 2024.

Tendance 5 — Produits : les grands classiques indétrônables, le luxe et le bien-être s'immiscent de plus en plus

Adventure Travel Trade Association. « Adventure Travel industry Snapshot », juin 2023.

Allard, Sarah. « The biggest travel trends for 2024 », Condé Nast Traveller, 18 décembre 2023.

Barry, Claudine. « L'appel du luxe en voyage », Réseau de veille en tourisme Transat, 12 mars 2024.

Chaire de tourisme Transat. « Cahier tendances 2024 », Réseau de veille en tourisme Transat, janvier 2024.

Global Wellness Institute. « Global Wellness Economy Monitor 2023 », novembre 2023.

Kelly, Heather. « Industry Outloog 2024 : The key Trends, Challenges, and Issues Shaping Adventure Travel », Adventure Travel Trade Association, 7 février 2024.

Léger. « Attractivité et positionnement de la nature et du plein air comme expérience touristique », Tourisme Québec, 20 juin 2023.

Outdoor Industry Association. « 2023 Outdoor Participation Trends Report », 2023.

Aventure
Écotourisme
Québec

L'Association des professionnels

953, chemin du Lac-Echo, bureau 109-A
Prévost (Québec) J0R 1T0
450 661-2225
info@aventure-ecotourisme.qc.ca
www.aventure-ecotourisme.qc.ca