



LE GLOBE-VEILLEUR

Baromètres

SÉMINAIRES RÉGIONAUX

Sous surveillance

Thèmes de veille

Accessibilité - Transport

Clientèles

Destinations/Produits émergents

e-tourisme et dist.

Gestion

Hébergement

Intérêt général

Marketing

Politiques et programmes

Produits et activités

Sécurité: dossier spécial

Technologies

Comptes rendus de conférences

Sondages

Service de références

Qui sommes-nous?

Contactez-nous

About US

ABONNEZ-VOUS : C'EST GRATUIT!

La référence québécoise en information sur l'évolution du tourisme

Vous êtes ici :: Accueil :: [Thèmes de veille](#) :: [Produits et activités](#)

Le tourisme et l'observation de la faune

[3 décembre 2006] Les activités d'observation de la faune gagnent en popularité et plusieurs adeptes pratiquent ce loisir pendant leurs voyages. Le nombre de voyages exclusivement motivés par l'observation faunique est encore restreint, mais il connaît une croissance soutenue. Plusieurs destinations oeuvrent actuellement à développer leurs offres ainsi que leurs initiatives promotionnelles, et le Québec est du nombre!

L'observation de la faune et de la flore: un loisir qui gagne en popularité

Au Québec, l'observation des animaux, l'ornithologie et la photographie animalière suscitent beaucoup d'intérêt. En fait, selon les données du ministère des Ressources naturelles et de la faune du Québec, plus de 1,2 million de Québécois pratiquent annuellement des activités de déplacements d'intérêt faunique (autres que la chasse ou la pêche) et ce, principalement dans leur région.

Les États-Unis comptent plus de 75 millions d'adeptes (16 ans et plus) de l'observation de la faune et on estime que cette activité connaîtra une croissance annuelle de 15% au cours des prochaines années.

Selon la dernière étude du gouvernement américain (2001), les adeptes de l'observation de la faune ont investi 38,4 milliards USD dans la pratique de cette activité. L'achat d'équipement représente une part importante de ces dépenses (61%) et les voyages liés à l'observation de la faune comptent pour 21% du total, soit 8,2 milliards USD.

Le tourisme d'observation de la faune

Lors d'une récente analyse de différentes niches de clientèles, Mintel, firme de recherche réputée, s'est intéressée au créneau du tourisme d'observation de la faune (*wildlife tourism*) à l'échelle mondiale.

Pour les besoins de cette recherche, ce marché a été limité aux touristes dont le principal facteur de motivation de voyage était l'observation de la faune. Compte tenu de cette définition restrictive, et malgré une croissance soutenue d'environ 5%/an au cours des 15 dernières années, cette niche de clientèle demeure relativement modeste avec 3 millions de consommateurs.



Toutefois, l'étude soutient que ce segment devrait connaître une croissance légèrement supérieure (+ 2 ou 3 %) au taux de croissance total du tourisme mondial. On souligne que la clientèle des *boomers*, qui dispose souvent de revenus plus élevés, devrait fortement contribuer à cette augmentation, car les séjours d'observation actuellement offerts sont relativement dispendieux.

Selon Mintel, le marché européen est très friand de ce type de produit, particulièrement en Allemagne, aux Pays-Bas et encore plus au Royaume-Uni où l'on recense aujourd'hui plus de 60 petits producteurs de voyages d'observation, alors qu'il n'y en avait que 15 en 1987.

Selon les spécialistes du domaine, l'Afrique semble incontestablement le continent vedette pour les voyages motivés par l'observation de la faune. Les destinations de prédilection de ce genre de tourisme sont la Tanzanie, le Kenya, le Botswana, la Namibie, l'Inde, l'Antarctique et l'Uganda.

Cette réalité pourrait toutefois changer rapidement puisque les grossistes majeurs s'intéressent plus activement à ce marché. En 2000 et en 2002, les

Recherchez



IMPRIMEZ



ENVOYEZ À UN AMI

deux plus importants producteurs britanniques de voyages d'aventure et d'observation (Exodus Travel et Explore Worldwide) ont été achetés par de grands voyagistes et on prévoit que ce mouvement d'acquisition se poursuivra.

Cette implication des grossistes généralistes pourrait contribuer à accélérer la démocratisation de ce marché et le développement de nouvelles destinations. Puisqu'un nombre grandissant de touristes pratiquent des activités d'observation de la faune lors de leurs déplacements de vacances, les grossistes pourraient être tentés de développer de nouveaux produits moins spécialisés, mais qui assurent une plus grande présence de ce type d'activités.

Le potentiel du Québec

Avec son vaste territoire, ses forêts boréales, sa toundra, son fleuve, son million de lacs et de rivières, le Québec présente un climat nordique qui lui permet de proposer à ses visiteurs une faune riche et différente.

Quelques expériences d'observation faunique contribuent déjà au rayonnement international du Québec, notamment l'observation des baleines (qui attire annuellement plusieurs centaines de milliers de visiteurs), des oiseaux migrateurs (bernaches et oies blanches) ou encore des blanchons aux Îles-de-la-Madeleine.

L'invitation à observer la faune québécoise est souvent utilisée avec succès pour séduire les clientèles d'outre-mer. Toutefois, selon les données de Statistiques Canada (2004), seulement 5% des touristes québécois et canadiens déclarent avoir participé à une activité d'observation des oiseaux ou de la faune au cours de leurs vacances au Québec.

Pourtant, plusieurs producteurs de tourisme d'aventure et d'écotourisme offrent des expériences variées qui permettent de profiter de la diversité faunique québécoise. Par exemple :

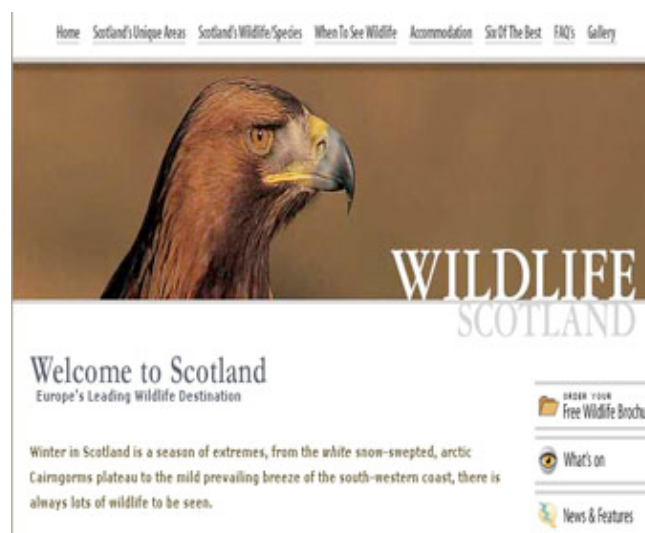
- les activités d'interprétation faunique de la Sépaq partout au Québec
- la route thématique des baleines sur la Côte-Nord
- les séjours ornithologiques d'Ornitour en Chaudière-Appalaches
- les expéditions d'observation de Vert et Mer aux Îles-de-la-Madeleine
- les activités d'observation de l'ours de Souvenirs sauvages en Outaouais
- etc.

Le site Internet BonjourQuébec.com répertorie d'ailleurs l'observation de la faune parmi les douze activités de sports et de plein air qui sont offertes aux visiteurs du Québec.

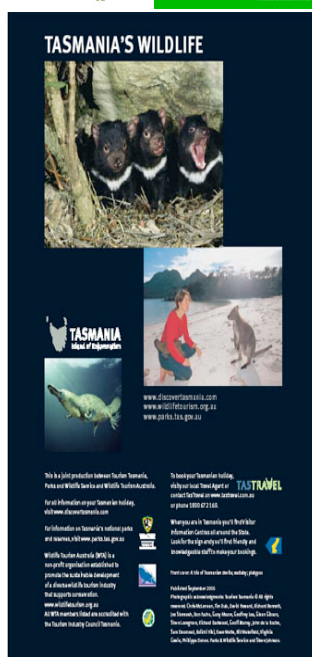
Développement des destinations

Plusieurs autres destinations investissent afin de développer leur offre d'observation de la faune et s'attaquent au défi de la rendre plus accessible aux visiteurs.

Par exemple, en 2002, une étude a soulevé le potentiel inexploité de la diversité faunique en Écosse. Avant leur venue au pays, seulement 51% des visiteurs associaient le pays et la possible pratique de l'observation faunique alors que, après le séjour, plus de 90% d'entre eux affirmaient qu'ils recommanderaient l'Écosse comme destination de tourisme de nature et d'observation de la faune. La destination a donc développé une stratégie intégrée autour de la signature Wildlife Scotland afin de se positionner et a même développé un site Internet spécialisé : <http://wildlife.visitscotland.com/>.



L'Australie, pour sa part, a déployé des efforts afin de structurer l'offre et la rendre plus facilement accessible. Créée en 2003, la Wildlife Tourism Association contribue à mobiliser le milieu et à promouvoir les initiatives de développement du tourisme de nature et d'observation. Parmi les réalisations, soulignons la création de trois routes thématiques qui présentent les meilleurs lieux pour l'observation de la faune.



Le marché des voyages d'observation de la faune étant promis à un avenir florissant, le Québec aurait donc beaucoup à gagner à s'inspirer de telles initiatives afin de positionner encore plus avantageusement la richesse de la faune et la diversité des activités disponibles pour l'observer.

François-G. Chevrier

Sources:

- Millington, Kevin. «Niche Market Tourism? Travel & Tourism Analysts», Mintel, août 2006.
- «La faune et la nature ça compte», Ministère des Ressources naturelles et de la Faune du Québec, www.fauenatureenchiffres.gouv.qc.ca, 2004.
- «2001 National and State Economic Impacts of Wildlife Watching? Report 2001-2», U.S. Fish & Wildlife Service, août 2003.
- «Review of Wildlife Tourism in Scotland? Main Report», A&M? The Tourism and Environment Forum, 30 janvier 2002.

Copyright © 2006 Réseau de veille en tourisme, Chaire de tourisme Transat, École des sciences de la gestion, UQAM. **nyris**

Vos commentaires | Politiques de confidentialité

Tous droits réservés | Conception Onyris