



# Route bleue du Grand Montréal

**RAPPORT 2018**

## **TOURNÉE DES PARTENAIRES**

PAR

CHRISTIAN DESAUTELS ET DAPHNÉE GUÉRARD

RÉVISION

THIBAUT HUGUENY ET MYRIAM D'AUTEUIL

JANVIER 2019

Introduction



Avec la collaboration de



En janvier 2018, l'équipe de La Route de Champlain a entamé une recension de partenaires qui pourraient être intéressés à s'impliquer dans le développement de la Route bleue du grand Montréal (RBGM). Entre mai et octobre 2018, une deuxième phase de concertation a été conduite auprès de ces partenaires. Ce travail collectif s'inscrit dans le projet Naviguons Montréal, soutenu par Montréal Physiquement Active, et qui vise à améliorer l'accessibilité aux activités nautiques pour l'ensemble de la population, et ce, de façon durable. Le présent rapport présente les résultats de cette deuxième étape de concertation.

Lors de cette tournée des partenaires, les personnes approchées ont été invitées à répondre à un questionnaire informatique. Vingt-deux organisations et deux citoyens impliqués ont rempli le sondage. Cette étape servait principalement à dresser un portrait de la réalité et des actions menées par les acteurs impliqués en récréotourisme nautique à Montréal. Le questionnaire a également permis à ses répondants d'identifier les enjeux et les défis liés au développement durable de la Route bleue du Grand Montréal.

Les observations et les recommandations tirées des réponses à ce questionnaire seront présentées au cours du Rendez-vous de la Route bleue du Grand Montréal qui aura lieu le 23 mars 2019 à la Maison culturelle et communautaire de Montréal-Nord. Des ateliers de concertation seront également au programme du Rendez-vous. L'ensemble des données récoltées durant les trois premières étapes de Naviguons Montréal serviront à alimenter la rédaction du Plan stratégique (étape 4) et à planifier sa mise en action (étape 5).



Avec la collaboration de



## Profil des répondants

Nombre de répondants : 24

Statuts des répondants :

- 10 organismes à but non lucratif
- 9 entreprises privées
- 3 arrondissements/municipalité
- 2 individus

Provenance :

- 21 répondants viennent de l'île de Montréal
- 2 répondants viennent de la Rive-Sud
- 1 répondant vient de la Rive-Nord

Missions des répondants

- 6 OBNL à vocation de formation et de pratique nautique
- 4 OBNL à vocation de promotion / conseil / concertation
- 7 Entreprises en récréotourisme nautique
- 2 Entreprises autres
- 3 Acteurs municipaux



Avec la collaboration de



## Activités proposées

Plus des trois quarts des organisations sondées (soit 17 répondants) proposent des activités ou événements nautiques sur le territoire de l'île de Montréal. Les organisations n'offrant pas d'activité nautique le font chacune pour des raisons qui leur sont propres (tableau 1). Néanmoins, toutes sont des parties qui doivent être impliquées dans le développement de la RBGM, car leurs activités et leurs expériences influencent le récréotourisme nautique à Montréal.

Profil de l'organisation ne proposant pas d'activité nautique à Montréal	Raison
Entreprise à vocation de pratique nautique unique	Cette entreprise propose des activités nautiques, mais hors de l'île de Montréal
Entreprises autres	Cette entreprise a cessé depuis peu ses activités nautiques
Entreprises autres	Cette entreprise est spécialisée dans l'aménagement d'infrastructure servant la pratique d'activités nautiques
OBNL à vocation de promotion / conseil / concertation	Cet OBNL est un utilisateur fréquent de l'offre en récréotourisme nautique, mais ne propose pas lui-même des activités
Acteur municipal	Cet acteur municipal est propriétaire de berges publiques, mais ne propose pas d'activités nautiques

Parmi les organisations proposant des activités nautiques, 65% proposent un service d'accompagnement (guide, groupe, randonnée sur mesure, etc.) et plus de la moitié offre un encadrement à la pratique (circuit déterminé, point d'arrêt et de service, etc.). Ces deux types d'activités sont la première et la troisième option les plus plébiscitées et sont complémentaires (chaque répondant offrant de l'encadrement propose aussi de l'accompagnement). En effet, comparativement à de nombreuses pratiques de loisirs (marche, loisir culturel, jeux), la pratique d'activités nautiques comporte un potentiel de risque plus élevé, en particulier pour les pratiquants peu formés ou imprudents. Les organisations mettent donc en place des services



Avec la collaboration de



d'accompagnement et d'encadrement pour faciliter la pratique et la rendre plus sécuritaire. Les exigences préalables à la pratique diffèrent d'une activité à l'autre. Ainsi, quand une promenade en chaloupe ou en pédalo sur un plan d'eau calme requiert un niveau de prévention basique, une sortie autonome en rafting ou en kayak d'eau vive nécessite une formation minimum du pratiquant. D'ailleurs, les cinq organismes offrant des activités de formation sont spécialisés dans la pratique d'une discipline techniquement exigeante (aviron, voile (2), raft et pratique nautique en eau vive). La considération des exigences en matière de formation et d'accompagnement du pratiquant sera primordiale dans le développement de l'offre d'activités récréotouristiques sur les cours d'eau à Montréal.

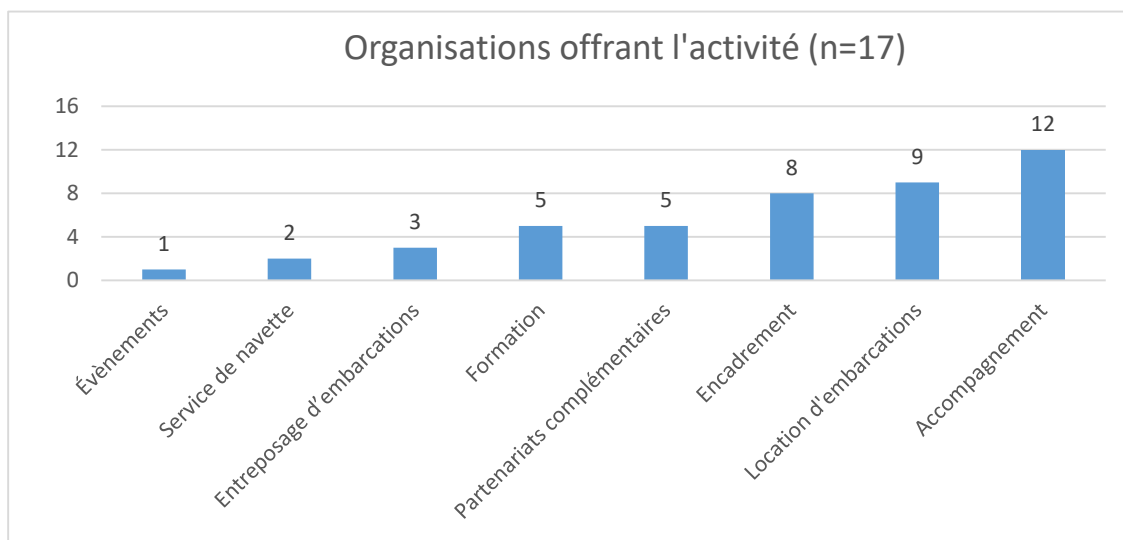
L'autre type d'activité offerte par plus de la moitié des organisations est la location d'embarcation (9/17). La location d'embarquement facilite la pratique libre qui est un moyen privilégié d'accroissement de l'intérêt du public pour une discipline nautique et un formidable vecteur d'attachement à l'eau et ses berges. Le matériel de pratique nautique est assez dispendieux et volumineux, ce qui ne facilite pas la possession individuelle d'équipement. Les pratiquants se tournent alors vers les organisations pour accéder au matériel. Pour certaines organisations, la mise à la location de matériel est un moyen simple de gagner de l'argent, car cela requiert des ressources humaines moins importantes que la formation ou l'accompagnement.

Un tiers des organisations sondées ont noué des partenariats complémentaires afin de bonifier leur offre d'activité. Parmi les cinq organisations proposant de tels arrangements, quatre sont des organisations dont la mission principale n'est pas la pratique d'activité nautique. Pour eux, l'accès à l'eau est un atout de mise en valeur du territoire. Les types d'activités les moins offertes sont l'entreposage d'embarcation (problème d'espace), le service de navette (problème de ressource et de demande) et l'organisation d'événements (écart par rapport à la mission/problème de ressources matérielles).



Avec la collaboration de





### Formations possédées par les organisations

En plus des activités offertes, le questionnaire permettait aux organisations d'indiquer si leurs employés possèdent des formations pertinentes dans l'encadrement de sorties sur l'eau. Il est à noter que 95% des organisations proposant des activités ont dans leur équipe un ou plusieurs membres titulaires de formations. Le seul organisme dont aucun membre ne possède une formation en lien avec les activités nautiques est une société de promotion patrimoniale qui offre, via un partenariat avec La Route de Champlain, des promenades en bateau électrique, soit une activité comportant peu de risque et accessible à tous. Treize des dix-sept organisations avec une offre en activité nautique ont au moins un membre ayant suivi une formation spécifique en secourisme. Trois des organisations n'ayant pas indiqué posséder dans leur équipe une personne ayant suivi ce genre formation mentionnent cependant qu'au moins un de leurs membres a suivi une formation de moniteur d'une discipline particulière. Ces formations de moniteur ont des exigences en matière de secourisme/sauvetage.

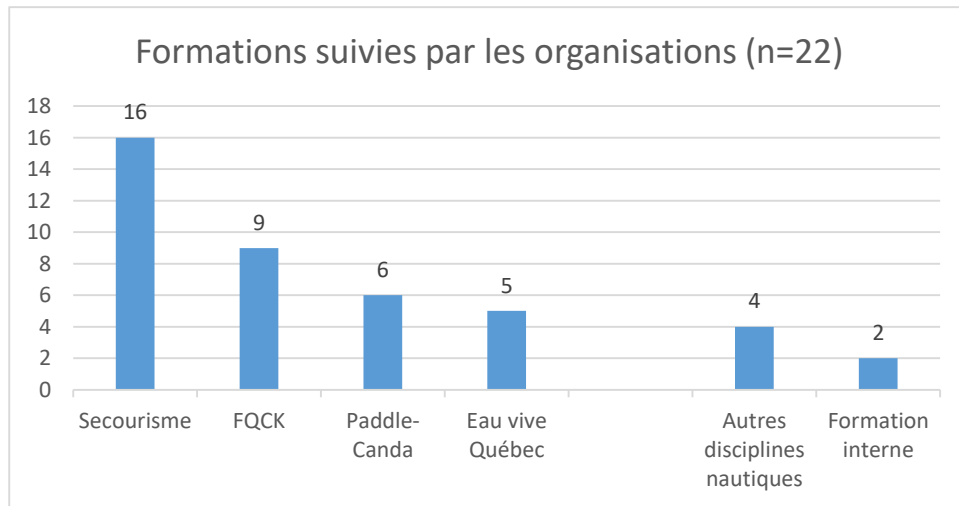
Les organismes n'offrant pas d'activité nautique depuis l'île de Montréal disposent également d'un bagage important de formation. Au total, quinze organisations sur vingt-deux mentionnent que leur équipe a suivi plus qu'une seule formation. En plus du secourisme, les autres formations plébiscitées



Avec la collaboration de



sont les formations moniteurs de Canot Kayak Québec (9/22), celle d'Eau Vive Québec (5/22) et les certificats d'instructeur de Stand Up Paddleboard (6/22). Trois organisations possèdent des formations dans une autre discipline nautique (raft et voile) et deux organisations ont développé des formations en interne. Cet état des lieux montre la préoccupation de confier l'accompagnement de sortie sur l'eau à une équipe formée et compétente, car les approximations peuvent avoir des conséquences graves pour les pratiquants.



Avec la collaboration de



## Clientèle

Concernant les types de clientèle desservis par les organisations sondées, deux seulement sont spécialisées auprès d'un public précis. Il s'agit d'une entreprise dont la mission est axée sur la spiritualité et qui n'est ouverte qu'aux adultes et un organisme spécialisé dans l'animation pour les enfants. Le reste des organisations offrent des activités pour différents groupes. Il est intéressant de noter que seulement les deux tiers des organisations ont affirmé offrir des activités pour « tous », alors que 90% ont indiqué offrir des activités pour « enfants », « adultes » et « aînés », mais de manière compartimentée. Il est probable que ces organisations offrent des activités à tous les publics, mais sans les mélanger, d'où le fait de ne pas avoir coché « offre pour tous ». D'ailleurs, les organismes offrant des activités à « tous » sont plutôt des organismes axés sur la promotion territoriale (société d'histoire ou de naturalisme, arrondissements) et sur le récréotourisme (rafting, paddle board, canot-camping), alors que les organisations ayant compartimenté les clientèles sont plus spécialisées dans la pratique d'une discipline (aviron, kayak, voile). Dans l'ensemble, tous les types de clientèle peuvent trouver une activité nautique qui leur est destinée sur le territoire de l'île de Montréal, que ce soit une activité généraliste ou quelque chose de plus spécialisé (Graphique 3).

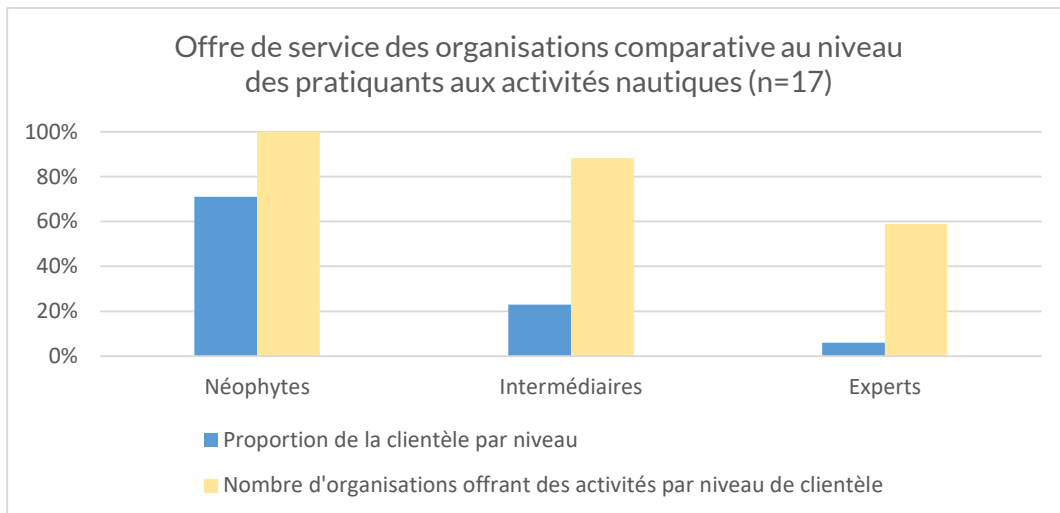


Avec la collaboration de





La clientèle des organisations sondées est composée à environ 75% de novices, 20% de pratiquants intermédiaires et 5% d'experts. Montréal n'est pas spécialement réputée pour la qualité de ses aménagements de plein air nautique malgré les nombreux avantages physiques de son territoire (variété des cours d'eau et des plans d'eau, accessibilité, qualité environnementale). La recherche de nature étant un des incitatifs majeurs de la pratique d'activités nautiques, les pratiquants récurrents privilégieront des espaces plus préservés (parcs régionaux et nationaux ailleurs au Québec). De plus, la pratique d'activités nautiques requiert des investissements (en temps et en matériel) importants qui limitent les opportunités de pratique continue, donc de perfectionnement, d'où le faible pourcentage de pratiquants expérimentés. Enfin, les organisations spécialisées dans le récréotourisme ne cherchent pas, et n'ont pas forcément les compétences, pour accommoder des experts en activité nautiques. Ainsi, les seules organisations à offrir des activités à une population d'experts sont des organismes spécialisés dans une discipline précise (kayak, aviron, voile) et qui offrent un service de formation. Malgré tout, la proportion d'experts parmi la clientèle de ces organisations reste faible (Graphique 4). Il faut donc différencier la pratique de loisir de la pratique de perfectionnement qui ne s'adresse pas au même public, la pratique de loisir comptant pour la vaste majorité des personnes prenant part aux activités de la Route bleue du Grand Montréal.



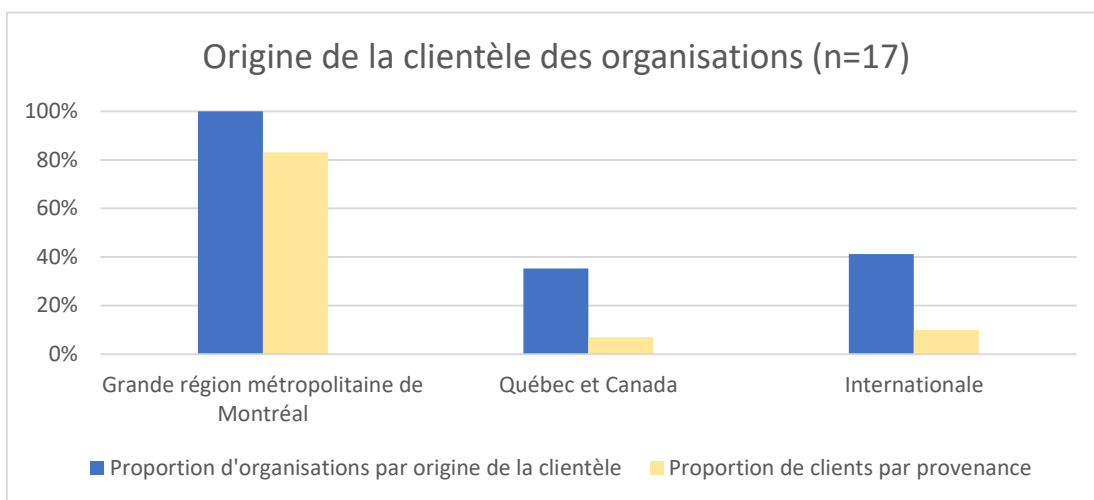
Le positionnement de Montréal comme un pôle local en matière d'activités nautiques est renforcé par les données sur la provenance des pratiquants. En effet, 83% de la clientèle est originaire de la



Avec la collaboration de



grande région métropolitaine de Montréal, contre 7% au reste du Québec et du Canada et 10% à l'international. Si toutes les organisations disent recevoir une clientèle locale, seuls 35% indiquent accommoder une clientèle du reste du Québec et du Canada, et 40% mentionnent une clientèle internationale. Les organisations qui attirent une clientèle éloignée sont celles offrant des activités récréotouristiques ouvertes à tous. Cette clientèle vise les activités de loisir et de découverte que permettent aisément les sorties nautiques sur des embarcations requérant peu de technique (chaloupe, paddle board) ou des sorties très encadrées (rafting, rabaska).



### Infrastructures et accessibilité

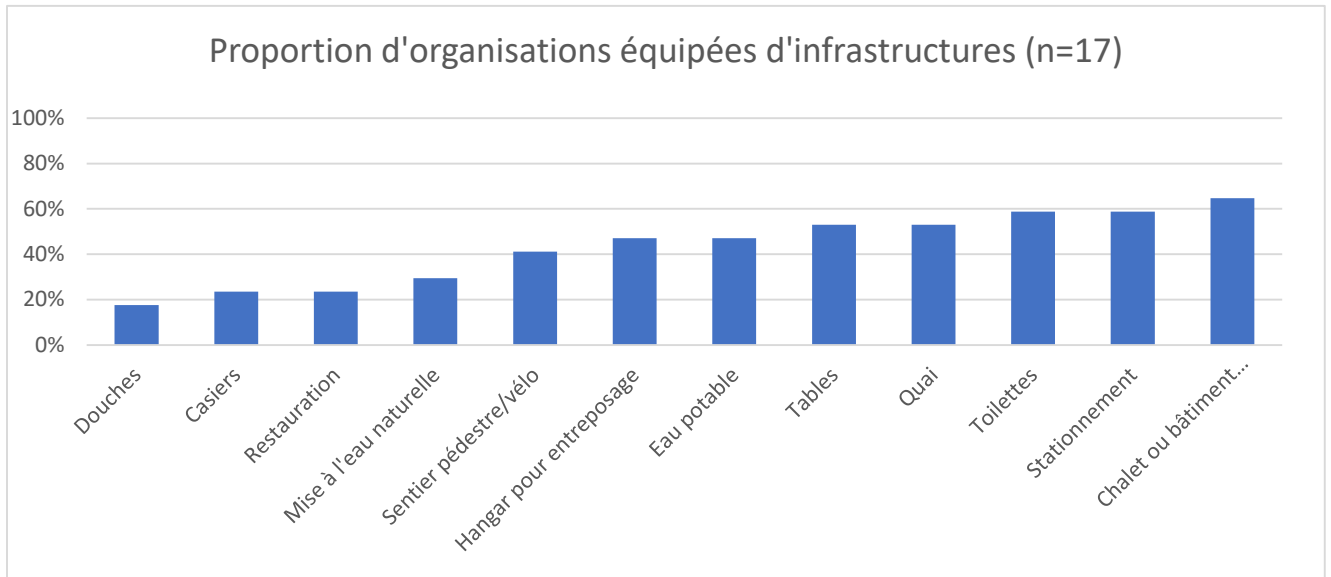
Les répondants au questionnaire étaient invités à indiquer les infrastructures dont leurs organisations étaient équipées. Quatre organisations sont dépourvues de toute infrastructure sur l'île de Montréal. Soit leur matériel est entreposé dans les locaux d'organismes partenaires, soit leurs locaux sont situés à l'extérieur de l'île. Les infrastructures les plus présentes sont conventionnelles (bâtiment d'accueil (65%), toilettes (59%), stationnement (59%), table (53%)). Les quais aménagés sont presque deux fois plus nombreux que les zones de mise à l'eau naturelles (53% contre 29%). Les casiers (24%) et les douches (18%) sont assez peu disponibles.



Avec la collaboration de



Il est intéressant de constater le peu de sentier pédestre et vélo pour accéder aux sites de pratique (41%), alors qu'il est facile d'imaginer qu'une personne amoureuse du plein air nautique le soit également du plein air terrestre. Cette donnée est à mettre en parallèle avec l'origine des pratiquants (si 83% viennent de la grande région de Montréal, seulement 38% proviennent de l'île) et le type d'activité. Pour une activité de récréotourisme, l'activité physique passe après la recherche de divertissement. L'accessibilité aux berges par le transport en commun et le besoin de transporter une embarcation pour les pratiquants libres explique la prévalence des stationnements dans près de 60% des sites.

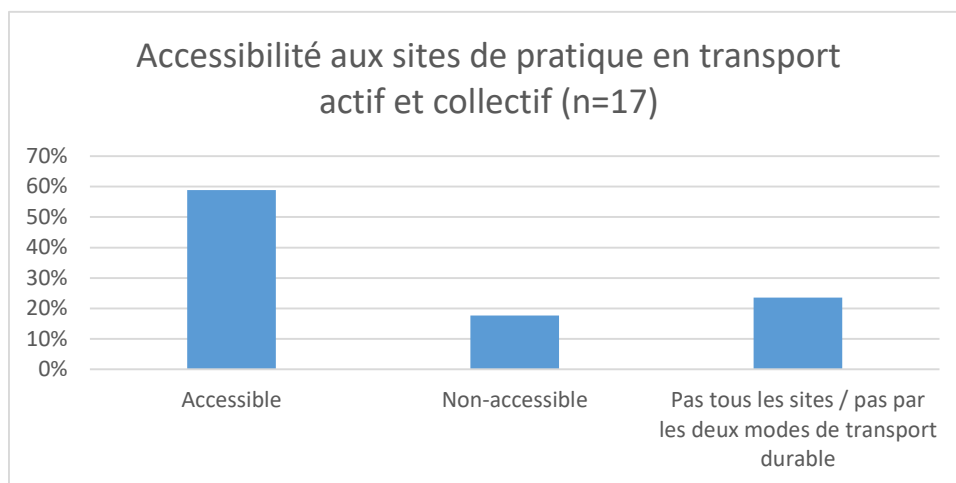


Si l'aménagement automobile est priorisé, la plupart des sites de pratiques demeurent accessibles à la fois en transport actif et transport en commun. Dix organismes sur dix-sept jugent que c'est le cas pour l'ensemble de leurs sites. Trois organismes estiment que leurs sites ne sont accessibles que par automobile et quatre organismes précisent que leurs sites sont accessibles que par l'un ou l'autre des modes de transport actif ou collectif ou que tous leurs sites ne sont pas accessibles de manière égale. La desserte en transport et en infrastructures cyclables est hétérogène sur l'ensemble de l'île de Montréal et cela se répercute sur l'accessibilité aux espaces de pratique de plein air.



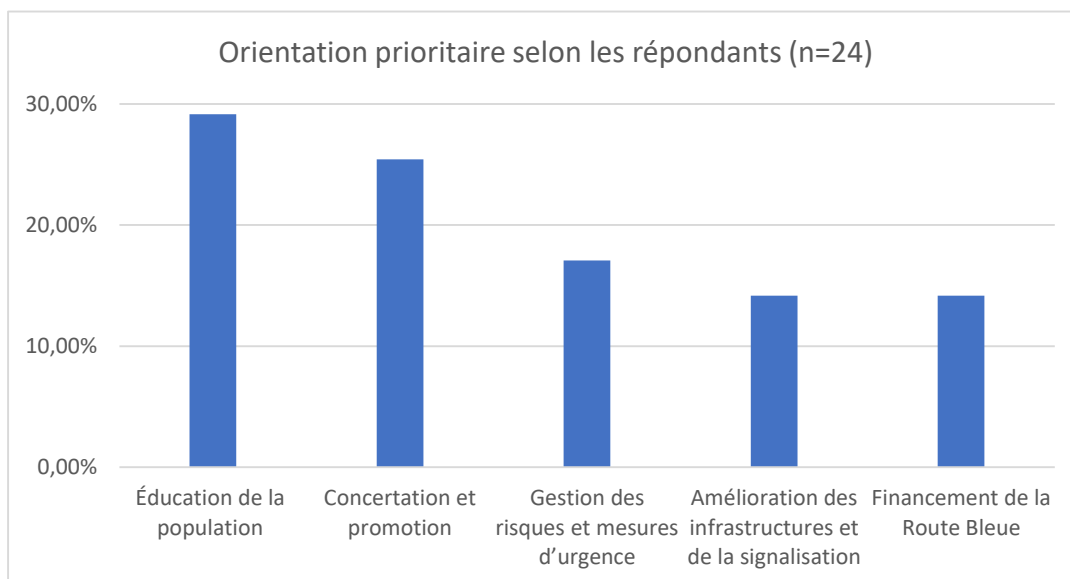
Avec la collaboration de





### Actions prioritaires

Lors du Rendez-Vous de la Route bleue du Grand Montréal qui a eu lieu en avril 2017, 24 partenaires ont participé à des tables de concertation qui ont permis d'identifier collectivement des enjeux. Cette première rencontre a également permis d'identifier cinq orientations prioritaires que les répondants au questionnaire ont eu l'occasion de hiérarchiser (en classant de 1 à 4 les orientations jugées les plus importantes). Par un jeu de pondération, voici le classement des orientations prioritaires, selon les participants :



Avec la collaboration de



50% des répondants ont identifié l'éducation à la population comme la priorité pour le développement de la Route bleue du Grand Montréal. L'éducation, la sensibilisation, la formation prendra différentes formes en fonction des objectifs discutés lors du Rendez-Vous RBGM 2019. Des utilisateurs informés seront autant de soutien à la préservation et à la gestion durable de la RBGM. L'éducation à la population a systématiquement été citée comme une des quatre priorités pour les partenaires sondés.

40% des répondants favorisent la concertation et le partenariat entre les organismes ainsi que la promotion continue de la RBGM comme orientation prioritaire. Les répondants sont déjà les acteurs de la Route bleue et ils estiment qu'un travail collectif est nécessaire pour améliorer la gestion des activités récréatives nautiques à Montréal. D'ailleurs, 80% des sondés ont manifesté un intérêt à collaborer à la Route bleue du Grand Montréal, notamment pour partager leur expertise et pour participer à la réflexion et à la planification. La majorité n'a cependant pas d'idée précise de ce que pourrait être leur rôle, mais souhaite tout de même s'engager dans la collaboration.

La troisième orientation jugée prioritaire concerne l'uniformisation de la gestion des risques et des mesures d'urgence. Les activités nautiques doivent impérativement être correctement encadrées, car elles sont menées dans un environnement avec un potentiel de risque, comme le prouve la récurrence d'accidents qui touchent aussi bien les pratiquants novices que les pratiquants d'expérience. Bien que la quasi-totalité des organisations sondées disent avoir suivi des formations axées sur la sécurité et la prévention, le fait que la proposition d'uniformiser la gestion des risques et les mesures d'urgence soit plébiscité deux fois (lors des tables de concertation et lors de la tournée) montrent l'importance de l'enjeu aux yeux des encadrants de la pratique nautique. Une uniformisation permettrait d'établir des standards élevés maximisant la sécurité du pratiquant.

Enfin, les deux orientations qui ont été retenues en dernière position sont très complémentaires l'une à l'autre : le financement de la Route bleue et l'amélioration des infrastructures d'accueil et de signalisation. Le financement de la Route bleue est la seule orientation n'ayant été sélectionnée comme priorité par aucune des organisations. Cette orientation est transversale, car la mise en place de l'ensemble des orientations nécessite un financement. Cependant, une demande de



Avec la collaboration de



financement doit être précédée d'une réflexion stratégique préalable pour en maximiser les retombées.

L'amélioration des infrastructures d'accueil et de signalisation fut le quatrième choix le plus populaire (10 participants ont placé cette orientation au quatrième rang des priorités). Cette orientation est moins axée sur une planification collective de la Route bleue. En effet, les sites de pratiques et les espaces d'accueil diffèrent, pour la plupart, d'une discipline à l'autre. Chaque organisme serait en mesure de proposer des aménagements dédiés principalement à sa discipline. De plus, le fait que cette orientation ne soit pas la grande priorité montre que les infrastructures déjà en opération sont considérées par les organisations comme adéquates. Toutefois, ce n'est pas une réalité pour l'ensemble des mises à l'eau existante et potentiellement exploitable pour l'ensemble du territoire.

Le Rendez-vous de la RBGM devra permettre de classifier et préciser les actions concrètes visant l'atteinte des orientations prioritaires. Au regard des résultats de la tournée des partenaires, les axes de discussion prioritaires devraient être, dans l'ordre : la pédagogie, la concertation, la gestion des risques, l'aménagement et enfin, le financement.



Avec la collaboration de



## Interprétation

La tournée des partenaires a permis de broser un portrait de la situation actuelle de la Route bleue du Grand Montréal. Plusieurs faits saillants se dégagent des réponses au questionnaire.

De par la diversité de son réseau hydrographique, la Route bleue du Grand Montréal sert de lieu de pratique pour des disciplines et des publics divers. Chaque organisation fait face à une réalité qui lui est propre. Une des tendances majeures qui est sortie de la tournée des partenaires est la différence dans les missions que portent les organisations sondées. Pour certains répondants, la pratique d'activités nautiques est au cœur du fonctionnement de leur structure, alors que pour d'autres, les sorties sur l'eau s'insèrent dans une offre de service plus étendue et axée autour du développement touristique et de la promotion du territoire. La planification durable passera par l'élaboration d'une vision commune entre ces partenaires hétérogènes pour répondre à des enjeux collectifs. Les répondants se sont déjà positionnés dans ce sens dans le questionnaire en affirmant majoritairement vouloir s'impliquer dans le développement collectif de la Route bleue du Grand Montréal.

Actuellement, des clientèles variées avec des attentes différentes se côtoient sur la RBGM. Ainsi, une partie importante des utilisateurs est constituée de personnes novices à la pratique d'activités nautiques, provenant en majorité de la grande région de Montréal et prise en charge par un service d'accompagnement offert par les organisations locales. Cependant, ce profil type ne représente pas l'ensemble des utilisateurs du réseau hydrographique, qui est également le terrain de jeu de passionnés expérimentés, de touristes locaux et internationaux, ou de libre-pratiquants. Il serait alors contre-productif d'élaborer une vision de la RBGM comme un produit ouvert à un seul type de clientèle. Les partenaires devront garder en tête les données collectives issues des activités de concertation afin de proposer les actions les plus en phase avec la réalité.

La tournée des partenaires a permis aux répondants de commencer cette réflexion en se positionnant sur les orientations prioritaires, et plus indirectement, à envisager le rôle potentiel de leur organisation dans le développement de la Route bleue. La partie finale de ce rapport présente une proposition de positionnement de la RBGM qui pourrait permettre de passer de la situation



Avec la collaboration de



actuelle à une réalisation de la vision de la RGBM qui tienne compte des deux premières phases de consultation.

## Application

Le travail de concertation a permis d'établir les 4 piliers qui devraient définir notre Produit.

➤ Éducation, Promotion, Sécurité et Protection des écosystèmes

La **concertation et le réseautage** entre partenaires sont des incontournables.

L'ensemble de la stratégie doit préconiser une libre circulation de l'information et des données pertinentes dans le respect des entités propres. C'est par la force du nombre et une stratégie d'inclusion que nous pourrions atteindre notre plein mandat.

Une réalité bien montréalaise due au volume important de partenaires utilisateurs fait aussi l'unanimité : la proposition lancée de constituer la Route Bleue en utilisant les partenaires/producteurs déjà en place comme pôles d'activités et de bâtir des circuits interconnectés entre les pôles semble faire consensus.

L'élaboration du Plan stratégique devra intégrer un Plan Marketing qui définira la mise en marché.

Le **Produit** : Nous savons clairement où l'orienter, mais la définition d'un service/produit marchandable (rentabilité à long terme) est encore à réfléchir.

L'Éducation et la Sécurité sont des thèmes qui ressortent de façon importante.

C'est le reflet des enjeux identifiés par les principaux utilisateurs.

Le **Prix** : À définir en fonction du produit et du financement dédié au fonctionnement de la RGBM.

La **Promotion** pourra se présenter à deux niveaux.

- 1- La Promotion des partenaires/ producteurs
- 2- La Promotion des activités de la RGBM



Avec la collaboration de





L'usage des médias sociaux et des plateformes de chacun des partenaires pour la diffusion de l'information et le partage des activités de chacun d'entre eux sur une plateforme centrale offriront une force promotionnelle imposante.

La **Distribution** sera établie particulièrement via les pôles. Ils sont à la fois, les utilisateurs et les producteurs. C'est un réseau de partenaires ayant des standards semblables, préconisant des usages à faible impact, souhaitant élaborer et partager la gestion des risques et les mesures d'urgence sur les plans d'eau tout en offrant les principaux sites d'accès et de services sur l'île.

Il s'agit d'un positionnement stratégique à impact élevé.

- ❖ Cela positionne la saine concurrence en termes d'élément motivateur et d'inclusion.
- ❖ Permet de minimiser les coûts de promotion et d'aménagement (autonomie des pôles)
- ❖ Identifie les pôles comme centres de multiactivités et lieux de partage et d'inclusion pour les différents utilisateurs des plans d'eau.



Avec la collaboration de



## À propos du financement

C'est là le grand défi. Bien que cet élément ne soit pas la principale priorité, il va de soi que la réalisation d'un plan stratégique, orienté sur un mandat impliquant la promotion, l'éducation et la sécurité, demandera des ressources financières importantes. L'amélioration des infrastructures et l'ajout de signalisation demanderont aussi une portion importante d'ajout de financement. Plusieurs éléments demanderont la mise en place d'un système de géoréférencement (sous forme de carte, d'applications ou autres), la centralisation de certains éléments promotionnels et une coordination permanente. Le plan stratégique devra définir le cadre financier en détail.

## Conclusion

Cette démarche entreprise par le comité directeur de la RBGM depuis 18 mois, nous a permis de cibler les principaux éléments qui constitueront notre Plan stratégique. Le comité directeur devra se pencher sur la définition et l'évolution du produit pour une présentation au Forum. Celui-ci sera orienté de façon précise sur certains éléments clefs en vue de la rédaction du Plan stratégique.

Les enjeux et actions prioritaires identifiés nous interpellent grandement. La Sécurité et l'Éducation sont clairement identifiées. Démocratiser l'accessibilité passe inévitablement par assumer notre responsabilité envers les pratiquants d'activités nautiques légères!



Avec la collaboration de



## Annexe 1 : Liste des répondants

1. Aménagement & Développement Nautiques Québec
2. Arrondissement Ahuntsic-Cartierville
3. Arrondissement Montréal-Nord
4. Club d'aviron de Montréal
5. Club de canoë-kayak d'eau vive de Montréal
6. Club Raft
7. Colonie Ste-Jeanne-D'Arc
8. Coriolis Aventure
9. Eau Vive Québec
10. École de voile de Lachine
11. Enviro Kayak
12. GUEPE
13. Jeunes Marins Urbains
14. KSF
15. La Route de Champlain
16. Club de Canot-Camping et d'eau-vive Les Portageurs
17. Nerrivik Aventures
18. Pop Spirit
19. Rafting Montréal
20. Société d'histoire et de généalogie de Montréal-Nord
21. SUP Montréal
22. Ville de Montréal (Service des grands parcs)
23. Manon Belair
24. Pierre André D'Asti



Avec la collaboration de



## LA ROUTE BLEUE DU GRAND MONTRÉAL

La mission de la Route bleue du Grand Montréal est de démocratiser l'accessibilité aux activités nautiques écoresponsables. La vision de ce projet est de positionner la Route bleue du Grand Montréal comme infrastructure d'accessibilité, de concertation, de promotion, d'éducation et d'intérêt touristique. La population visée par ce projet est tout d'abord les pratiquants de sport nautique, mais aussi de potentiels pratiquants. La Route bleue du Grand Montréal est d'abord mise de l'avant pour la population montréalaise, mais toute personne est en droit d'en profiter.

La Route de Champlain devient l'organisme gestionnaire de la RBGM en janvier 2017. À la suite de cette nomination, un comité directeur est créé en avril 2017. Il est composé d'Ariane Cimon-Fortier (Zip Jacques-Cartier), Myriam D'Auteuil (SLIM), Gabrielle Normand (GUEPE) et Christian Desautels (La Route de Champlain).

Le comité directeur oriente présentement son travail sur une tournée des partenaires possibles pour la réalisation d'un Forum en novembre 2018. Cette tournée permettra la collecte d'informations pour cibler les besoins et les attentes des différents acteurs nautiques.



Avec la collaboration de



# QUESTIONNAIRE

## INFORMATIONS GÉNÉRALES

### #1. Coordonnées

- \* Nom de l'organisme :
- \* Nom :
- \* Titre :
- \* Adresse :
- \* Ville :
- \* Code postal :
- \* Adresse courriel :
- \* Numéro de téléphone:

### #2. Quelle est la forme légale de votre organisme ?

- Organisme à but non lucratif à vocation nationale
- Organisme à but non lucratif à vocation régionale
- Organisme à but non lucratif à vocation locale
- Corporation à but non lucratif
- Coopérative
- Municipal
- Gouvernemental ou para gouvernemental/ fédéral
- Gouvernemental ou para gouvernemental/ provincial
- Entreprise privée lucrative
- Autre (veuillez préciser)

### #3. Est-ce que votre organisme exploite un lieu de pratique d'activités nautiques sur le territoire de Montréal ?

- Oui, à titre de propriétaire
- Oui, à titre de gestionnaire délégué
- Non, mais mon organisme s'implique dans le développement de lieux de pratique
- Non, mais mon organisme est consulté par l'exploitant
- Non
- Autre :



Avec la collaboration de



## OFFRE DE SERVICES

#4. Est-ce que votre organisme offre des activités ou des événements nautiques sur le territoire de l'île de Montréal ?

- Oui       Non

Si oui, de quels types ?

- Location d'embarcations à propulsion humaine ( avec ou  sans guide)
- Location d'embarcations à propulsion éolienne ( avec ou  sans guide)
- Location d'embarcations à moteur ( avec ou  sans guide)
- Activités éducatives →
  - **Type :**
    - Construction
    - Techniques d'utilisation
    - Sécurité
  - **Niveau :**
    - Néophyte
    - Intermédiaire
    - Avancé
- Compétitions
- Expéditions
- Autre :

#5. Quelles sont les clientèles touchées par votre offre de services ?

- Offre pour la petite enfance
- Offre dans le cadre d'activités scolaires
- Offre dans le cadre d'activités parascolaires
- Offre dans le cadre d'activités de camps de vacances ou de camps de jour
- Offre pour la famille
- Offre pour les adultes



Avec la collaboration de



- Offre pour les aînés
- Offre pour une clientèle particulière
- Offre pour tous
- Autre :

#6. Vos activités sont offertes approximativement à quel pourcentage à ces clientèles?

- Néophytes
- Intermédiaires
- Experts

#7. Quel matériel est à la disposition de vos clients ? (De façon exhaustive)

#8. Avez-vous des formations pertinentes ?

- Secourisme
- Eau vive Québec
- FQCK
- Paddle Canada
- Autre :

#9. Quelles sont vos infrastructures et comment sont-elles équipées ? (Casiers, toilettes, etc.)

- Toilettes
- Douches
- Casiers
- Tables (à picnic, de travail)
- Sentier pédestre/vélo
- Quai
- Mise à l'eau naturelle
- Eau potable
- Restauration
- Stationnement (voitures, vélos)
- Chalet ou bâtiment d'accueil
- Hangar pour entreposage
- Autre :



Avec la collaboration de



## ENJEUX

#10. Votre ou vos sites d'opérations sont-ils facilement accessibles en transport en commun ou transports actifs ?

#11. Selon vous, quels sont les enjeux nécessitant des actions prioritairement pour développer la route bleue et favoriser l'activité nautique? (Classer de 1 à 7)

- Financer la Route Bleue
- Éduquer la population pour changer les deux perceptions du grand public
- La qualité de l'eau
- La sécurité sur l'eau
- Concerter et réseauter les organismes et entreprises utilisateurs (ou potentiellement utilisateurs), partage de connaissance et de statistique pour développer une masse critique ayant un meilleur levier sur les instances décisionnelles.
- Promouvoir de façon continue la RBGM en réalisant (et intégrant dans une programmation) des activités sur plusieurs semaines et à plusieurs endroits.
- Améliorer les infrastructures d'accueil et la signalisation
- Uniformiser la gestion des risques et la prise en charge des mesures d'urgence
- Assurer la cohabitation avec d'autres utilisateurs des plans d'eau (pêcheurs, embarcations à essences)
- Suggestions :

#12. Avez-vous des besoins/ souhaits pour favoriser la pratique d'activités nautiques?

## IMPLICATION

#13. Seriez-vous intéressé à collaborer sur la Route bleue du Grand Montréal ?

- Oui  Non

#14. Si oui, de quelle manière ? (Énergie, expertise, temps, bénévole)

*Ex : Leader d'un groupe de travail, bénévole au forum 2018, personne ne ressource externe, etc.*



Avec la collaboration de





#15 Quels autres acteurs locaux devrions-nous impliquer sur la RBGM ?

MERCI DE VOTRE TEMPS ET DE VOTRE PARTICIPATION !

AU PLAISIR,

COMITÉ DIRECTEUR DE LA ROUTE BLEUE DU GRAND MONTRÉAL



Avec la collaboration de

