



**Les Îles-de-la-Madeleine**  
Communauté maritime

# POLITIQUE-CADRE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DES ÎLES-DE-LA-MADELEINE

Adoptée à la séance du conseil d'agglomération du 11 juillet 2006  
Version révisée et adoptée à la séance de la Communauté maritime  
du 10 avril 2018



## **Équipe de réalisation de la mise à jour en 2018**

### **Comité de suivi de la Politique-cadre de développement touristique**

Gabrielle Landry, directrice du développement du milieu et des communications, Municipalité des Îles-de-la-Madeleine

Serge Bourgeois, directeur de l'aménagement du territoire et de l'urbanisme, Municipalité des Îles-de-la-Madeleine

Jean-Étienne Solomon, conseiller en stratégie et en développement, Municipalité des Îles-de-la-Madeleine

Michel Bonato, directeur, Tourisme Îles de la Madeleine

Jason Bent, agent de développement/directeur du créneau ACCORD Récrétourisme, Tourisme Îles de la Madeleine

### **Partenaires du comité de validation**

Simon Beaubien, directeur, Bon goût frais des Îles-de-la-Madeleine

Anne-Marie Boudreau, directrice, Arrimage Corporation culturelle des Îles-de-la-Madeleine

### **Révision linguistique**

Nathalie Chiasson, secrétaire de direction adjointe

## **Équipe d'élaboration de la Politique en 2006**

---

### **Coordination et rédaction**

Jeannot Gagnon, directeur du développement du milieu et de l'aménagement du territoire, Municipalité des Îles-de-la-Madeleine

### **Recherche, entrevues et sondages**

Dominique Gagnon, chargé de projet

### **Comité technique**

Michel Bonato, directeur, Tourisme Îles de la Madeleine

Claude Richard, agent de développement, Conférence régionale des élus (CRÉ) de la Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine

Lucien Landry, directeur de la Société d'aide au développement de la collectivité (SADC) des Îles-de-la-Madeleine

Joël Bourque, directeur du Centre local de développement (CLD) des Îles-de-la-Madeleine

Arthur Miousse, organisateur communautaire, Centre local des services communautaires (CLSC) des Îles

Photographies : Municipalité des Îles-de-la-Madeleine

## MOT DU MAIRE ET PRÉSIDENT DE LA COMMUNAUTÉ MARITIME DES ÎLES-DE-LA-MADELEINE

Si, aujourd'hui, on parle du tourisme comme étant une composante intrinsèque de la vie madelinienne, l'époque où l'archipel connaissait ses premières importantes fréquentations touristiques n'est pourtant pas si lointaine. Au début des années 2000, la forte croissance du nombre de visiteurs combinée à l'exiguïté du territoire amène les autorités locales à prendre collectivement en charge le défi du développement touristique.



C'est dans cette perspective que l'Agglomération des Îles-de-la-Madeleine, devenue aujourd'hui la Communauté maritime des Îles-de-la-Madeleine, a piloté dès 2003, un important travail de réflexion et de concertation avec ses partenaires et sa population. Cet exercice avait pour principal objectif d'assurer un développement touristique harmonieux en adéquation avec les particularités du territoire et les attentes de la population locale.

Ainsi, en 2006, les Îles-de-la-Madeleine devenaient l'un des premiers territoires du Québec à adopter une politique destinée à tracer les contours d'un développement souhaitable en matière de tourisme. Il convient de souligner l'apport et le travail des citoyens ainsi que des intervenants locaux qui ont contribué à l'élaboration de la toute première Politique-cadre de développement touristique de notre archipel. Ils ont tracé la voie à ce qui apparaît aujourd'hui comme une industrie en accord avec notre culture, notre identité et en respect avec notre milieu de vie. C'est cet exercice collectif qui a permis d'identifier les quatre grands fondements qui constituent encore aujourd'hui les assises du développement touristique sur notre territoire.

Plus de dix ans après son adoption, le temps était venu de procéder à une révision de cette importante Politique afin de mieux refléter l'évolution de l'industrie. En effet, d'une industrie complémentaire, le tourisme est devenu au fil des ans un des piliers du développement de l'archipel dont la reconnaissance ne constitue plus un enjeu. Nous pouvons affirmer sans nul doute que ce secteur contribue non seulement au développement économique, mais à l'amélioration de la qualité de vie, et ce, en respect des valeurs propres à notre collectivité.

Par l'adoption de cette Politique-cadre de développement touristique révisée, la Communauté maritime reconnaît le secteur tourisme comme créneau d'excellence, maintient les fondements initiaux de la Politique et réaffirme son engagement envers un développement touristique harmonieux et durable.

Le maire et président de la Communauté maritime des Îles-de-la-Madeleine,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jonathan Lapierre', with a stylized flourish at the end.

Jonathan Lapierre

## Table des matières

Mot du maire et président de la Communauté maritime des Îles-de-la-Madeleine.....	iii
<b>1. MISE EN CONTEXTE ET PRÉSENTATION DE LA DÉMARCHE .....</b>	<b>5</b>
1.1. Une Politique-cadre de développement touristique... ..	5
1.2. ... le fruit d'un travail collectif... ..	5
1.3. ... aux retombées structurantes.....	6
1.4. ... qui, 10 ans plus tard, démontrent toujours sa pertinence et la nécessité d'une actualisation!.....	6
<b>2. ÉVOLUTION ET PARTICULARITÉS DU TOURISME AUX ÎLES-DE-LA-MADELEINE .....</b>	<b>7</b>
2.1. Les premiers pas.....	7
2.2. L'organisation.....	7
2.3. Le développement.....	8
2.4. Une allure de croisière .....	9
2.5. Une destination particulière.....	9
<b>3. LES ENJEUX DU TOURISME AUX ÎLES-DE-LA-MADELEINE .....</b>	<b>11</b>
3.1. Dimension économique.....	11
3.2. Dimension sociale .....	12
3.3. Dimension culturelle.....	12
3.4. Dimension environnementale.....	13
<b>4. LES FONDEMENTS ET LES ENGAGEMENTS .....</b>	<b>14</b>
4.1. Premier fondement.....	14
4.2. Deuxième fondement .....	15
4.3. Troisième fondement .....	15
4.4. Quatrième fondement .....	16
<b>5. LA MISE EN ŒUVRE ET LE PLAN D'ACTION .....</b>	<b>17</b>

# 1. MISE EN CONTEXTE ET PRÉSENTATION DE LA DÉMARCHE

## 1.1. Une Politique-cadre de développement touristique...

En 2006, la Municipalité des Îles-de-la-Madeleine était l'une des premières municipalités au Québec à adopter une politique visant à encadrer le développement touristique de son territoire.



Cette démarche prenait racine dans un contexte particulier où l'archipel madelinot connaissait une augmentation significative et rapide de la fréquentation touristique sur son territoire. En effet, en 2002 et 2003, les Îles ont connu une hausse d'achalandage de 30 % qui a élevé à quelque 54 000 le nombre annuel de visiteurs. La forte croissance du nombre de visiteurs combinée à la fragilité du milieu ainsi qu'à l'exiguïté du territoire amène les autorités locales à prendre collectivement en charge le défi du développement touristique.

C'est dans cette perspective que la Municipalité des Îles-de-la-Madeleine amorce, en 2003, un véritable travail de réflexion, d'échanges et de concertation avec ses partenaires et sa population afin d'identifier les grands enjeux liés au développement du secteur touristique. Cet exercice avait pour principal objectif d'assurer un développement touristique harmonieux en adéquation avec les besoins de la population.

## 1.2. ... le fruit d'un travail collectif...

À l'automne 2003, le conseil municipal a confié le mandat à la Direction du développement du milieu et de l'aménagement du territoire d'entreprendre une démarche de consultation et de concertation sur l'activité touristique. Cette démarche a été réalisée par un comité technique formé des partenaires initiaux : Tourisme Îles de la Madeleine, Conférence régionale des élus (CRÉ), Centre local de développement (CLD), Société d'aide au développement des collectivités (SADC), Centre local de services communautaires (CLSC) et la Municipalité des Îles.

Une vaste consultation a été entreprise conduisant, en mars 2004, à un grand colloque. Parallèlement, le travail d'un comité consultatif composé d'intervenants socioéconomiques a permis de valider les informations recueillies. Le comité technique a, par la suite, élaboré les fondements, les engagements et dressé un premier plan d'action.

En 2006, suite au consensus dégagé par cette démarche, le conseil a adopté la Politique-cadre de développement touristique (ci-après « Politique ») visant l'harmonisation du développement touristique et de la qualité du milieu de vie de la population.

Au cours des dix dernières années, un comité de suivi s'est réuni annuellement pour élaborer un plan d'action, pour assurer sa mise en œuvre ainsi que pour élaborer et diffuser un bilan des réalisations.

### 1.3. ... aux retombées structurantes...

Dix ans après son adoption, les partenaires sont en mesure de constater les résultats positifs engendrés par la Politique et l'évolution de la perception générale de la population envers le secteur touristique. Parmi les nombreuses réalisations et avancées, mentionnons seulement celles-ci :

- ⊙ Développement d'un maillage entre le secteur touristique, le secteur agroalimentaire et le secteur culturel, par les missions et activités du Bon goût frais des Îles-de-la-Madeleine et d'Arrimage Corporation culturelle des Îles-de-la-Madeleine.
- ⊙ Développement de plusieurs projets territoriaux visant la conciliation du tourisme et de la qualité de vie par le renforcement des liens entre les intervenants et la population soutenus par une vision et des objectifs communs.
- ⊙ Encadrement, harmonisation et financement de projets touristiques sur le territoire.
- ⊙ Valorisation de l'identité madelinienne, de la culture et du mode de vie maritime et insulaire par le produit touristique.

### 1.4. ... qui, 10 ans plus tard, démontrent toujours sa pertinence et la nécessité d'une actualisation!

D'importants changements structurels comme l'abolition d'organismes associés à la démarche initiale tels que la Conférence régionale des élus (CRÉ) et le Centre local de développement (CLD) ainsi que l'adoption, par le gouvernement du Québec, d'un décret reconnaissant les particularités liées à l'insularité des Îles-de-la-Madeleine ont engendré des changements significatifs au niveau de la gouvernance territoriale. Ainsi, la désignation de l'Agglomération en tant que Communauté maritime des Îles-de-la-Madeleine et l'attribution de nouvelles compétences, notamment en matière de développement territorial et économique, confirment l'importance des responsabilités de ce véritable gouvernement de proximité.

En 2013, la Communauté maritime s'est dotée d'un itinéraire à suivre afin de baliser le développement de l'archipel durant les prochaines années : le projet de territoire Horizon 2025. Le projet de territoire confirme le choix du tourisme comme secteur économique, notamment par la reconnaissance du Créneau d'excellence Récrotourisme issu de la stratégie ACCORD.

Aujourd'hui, on parle du tourisme comme un pilier de l'économie locale et une partie intégrante de la vie madelinienne. En ce sens, la perception des gens envers le tourisme a grandement évolué et la reconnaissance du secteur n'est plus un enjeu. Avec recul, nous pouvons affirmer que la Politique-cadre de développement touristique et ses fondements constituent à la fois un guide de référence utilisé par les décideurs et un outil de transmission d'informations auprès de la population.

Voilà pourquoi les partenaires souhaitent procéder à son actualisation pour suivre l'évolution des enjeux liés au développement touristique et réaffirmer l'engagement de la communauté envers le développement d'un tourisme harmonieux et durable.



## 2. ÉVOLUTION ET PARTICULARITÉS DU TOURISME AUX ÎLES-DE-LA-MADELEINE

L'historique du développement du secteur touristique aux Îles peut se présenter en quatre phases qui en illustrent bien son évolution graduelle. D'abord, les premiers pas ont conduit à un stade de structuration et, par la suite, à une période de réel développement. Celle-ci nous amène aux portes de ce que l'on pourrait appeler l'harmonisation, où le développement touristique acquiert une allure de croisière qui contribue à la qualité de vie des Madelinots.

### 2.1. Les premiers pas

Bien que l'on situe au début des années 70 le point de départ d'une activité touristique aux Îles-de-la-Madeleine, déjà dans les années 60, les travaux du Bureau d'aménagement de l'Est du Québec faisaient référence à un potentiel touristique certain à développer en complément aux activités économiques plus traditionnelles du milieu. La mise en service du traversier *Le Manic*, en 1971, d'une capacité de quelques 45 voitures, a constitué le coup d'envoi d'une activité dont on ne soupçonnait pas à l'époque l'ampleur qu'elle prendrait au cours des décennies à venir.

Les premiers visiteurs sont séduits par la beauté des lieux et l'accueil chaleureux de la population. Un bureau d'information est opéré pendant quelques semaines par la Chambre de commerce et une hôtellerie se résumant à quelques motels affichant vite complet est heureusement relayés en situation de pénurie par la location de maisons et de chambres chez des particuliers. Déjà à cette époque, des questions ne tardent pas à surgir au sein de la population quant aux conséquences de cette affluence touristique qui prend un peu par surprise; on parle déjà d'envahissement...!

Face à ce phénomène, au milieu des années 1970, le conseil de comté de l'époque fait appel aux ressources du ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche afin de procéder à une évaluation de cette nouvelle activité. Les autorités régionales forment donc, en 1977, la Commission de développement touristique. Celle-ci formule alors certains objectifs visant la préservation et la mise en valeur du milieu naturel, la nécessité que les Madelinots ne se sentent pas envahis ni incommodés par la venue des touristes, mais que néanmoins ces derniers puissent jouir d'un séjour agréable et, enfin, que l'activité touristique devienne un levier important de la vie économique de l'archipel. La mise en service à l'automne 1975 du *Lucy Maud Montgomery*, qui assurera la liaison Souris-les Îles durant 22 ans, est venue doubler la capacité d'accès et subséquentement le nombre de visiteurs. En effet, de 1973 à 1976, on passe de 9 000 à 18 000 visiteurs.

### 2.2. L'organisation

À partir des années 80, après une première décennie de mise en place d'une structure d'accueil apte à répondre à une demande qu'on n'avait pas vraiment prévue, on assiste au développement et à l'expansion de cette jeune industrie. L'offre touristique évolue et se développe tant sur le plan de l'accès que de l'hébergement, de la restauration, des activités culturelles et de plein air; le tout s'oriente graduellement vers un produit original et de qualité.

En 1983, la Commission de développement touristique de la Municipalité régionale de comté devient l'Association touristique régionale des Îles (ATR). L'année 1983 marque également l'ouverture de la Maison du tourisme à Cap-aux-Meules, qui en plus d'héberger les bureaux administratifs de l'ATR, sert de bureau d'accueil et d'information touristique.

En 1988, un premier plan de développement touristique fixe les orientations qui guideront les actions de l'ATR pour les années suivantes et identifie certaines interventions prioritaires. Celles-ci sont la préservation du milieu naturel et de la culture unique des Îles, l'amélioration de la qualité de l'hébergement, le développement de marchés pouvant contribuer à l'étalement de la saison touristique, la diversification de l'origine géographique des touristes, le renforcement du positionnement général de la destination et de ses avantages distinctifs sur les divers marchés.

### 2.3. Le développement

Les années 90 débutent par la réalisation d'un plan marketing visant à mettre en œuvre une véritable mise en marché du produit touristique régional. Parallèlement, la CTMA implante un service de réservations sur son traversier. Les Îles bénéficient d'une excellente couverture médiatique, l'Association touristique se dote d'une gamme de produits promotionnels qui mettent en valeur les atouts distinctifs de la destination. Conséquemment, la fréquentation touristique augmente d'année en année jusqu'à passer le cap des 30 000 personnes. C'est là un nouveau plateau d'achalandage caractérisé par une importante concentration, voire une saturation, au cœur de la saison estivale, c'est-à-dire de la mi-juillet à la mi-août, avec les conséquences d'une telle situation, dont la faible rentabilité des entreprises et des difficultés d'embauche de main-d'œuvre qualifiée.

Devant cette situation, un nouveau plan marketing axé sur l'étalement de la saison est réalisé en 1995. Parmi les recommandations, on retient notamment la création d'une nouvelle image de la destination intégrant davantage la basse saison, la forfaitisation des produits touristiques et l'identification du Corridor atlantique comme nouveau marché prioritaire en basse saison. La stratégie promotionnelle s'articule donc maintenant sur trois volets, soit le marché québécois qui compte toujours pour 80 % de la clientèle, les marchés internationaux sous la bannière du Québec-Maritime (Gaspésie, Bas-Saint-Laurent, Côte-Nord) et le Corridor atlantique.

Toujours en 1995, la mise en service pendant deux étés consécutifs d'un lien maritime entre Carleton et les Îles démontre, malgré certaines difficultés qui aboutiront à l'interruption du service en 1997, l'intérêt de certaines clientèles pour une traversée de type croisière en lien avec la Gaspésie. D'ailleurs, ce concept sera repris et amélioré par la CTMA avec la mise en service du *Vacancier* à l'été 2002, offrant une croisière entre Montréal et les Îles, avec escales à Québec et à Chandler.

En 1997, le traversier *Lucy Maud Montgomery* est remplacé par *Le Madeleine* d'une capacité d'accueil plus que doublée; on passe ainsi de 90 à 200 voitures et de 400 à 800 passagers. L'atteinte de cette nouvelle capacité et la mise en place d'un nouveau lien maritime à l'été 2002 avec le traversier-croisière le *Vacancier*, reliant Montréal aux Îles-de-la-Madeleine, se traduisent par une augmentation conséquente de la fréquentation; celle-ci connaît un bond significatif à l'été 2001 dépassant alors les 40 000 visiteurs et encore davantage en 2002 pour franchir cette fois-ci le cap des 50 000 visiteurs, tendance qui s'est maintenue en 2003, 2004 et 2005.



## 2.4. Une allure de croisière

De 2005 à 2017, le maintien d'un achalandage estival de quelque 50 000 visiteurs pousse le territoire à vouloir encadrer cette industrie qui se développe et se renforce. C'est d'ailleurs dans cette foulée que les acteurs socioéconomiques mettent en place en 2006 une première Politique-cadre de développement touristique afin de tenter d'en baliser la croissance. L'année 2008 est marquée par l'application de la taxe sur l'hébergement (TSH) de 2 \$ la nuitée afin de financer la promotion de la destination. Cette mesure permet également de réaliser deux Ententes de partenariat régional en tourisme afin de financer divers projets de développement et de structuration de l'offre touristique.

Une étude sur les retombées économiques du tourisme aux Îles-de-la-Madeleine réalisée sur les années 2010, 2011 et 2012 chiffre les dépenses significatives des visiteurs à destination et trace un portrait précis par mode d'accès. Cette étude révèle également l'importance structurelle du tourisme dans les revenus et les investissements des entreprises locales.

En 2013, Tourisme Îles de la Madeleine accentue le passage de la destination à l'ère du numérique avec la mise en place d'un nouveau site Web adaptatif offrant un moteur de recherche transport-hébergement performant, ainsi qu'une présentation en temps réel de l'offre touristique. Le nouveau site est doté d'indicateurs de performance tant sur la destination que sur les entreprises membres et comprend une section sur le tourisme responsable et durable.

La mise en place d'un nouveau modèle d'affaire par le ministère du Tourisme en 2016 par le projet de loi 67 redéfinit le mode de fonctionnement de l'industrie touristique au Québec. Une des principales mesures est le transfert de la responsabilité de la promotion internationale du Québec vers une nouvelle agence autonome qu'est l'Alliance. Le resserrement des mesures de contrôle sur l'hébergement illégal et l'harmonisation à 3,5 % de la TSH dans toutes les régions du Québec constituent les deux autres mesures les plus importantes de cette restructuration.

La Communauté maritime des Îles-de-la-Madeleine et les intervenants placent l'enjeu des liaisons maritimes et aériennes comme priorité tant pour assurer la qualité de vie des résidents que pour diversifier l'économie. On constate des avancées importantes sur les problématiques en lien avec la saisonnalité, mais le développement de la basse saison demeure un objectif en continu. Enfin, le développement de l'industrie des croisières internationales commence à porter ses fruits avec un nombre de navires en nette croissance.

## 2.5. Une destination particulière

Le produit touristique qu'offre le milieu madelinot se distingue de ce qu'on retrouve ailleurs au Québec. Les Îles-de-la-Madeleine proposent à leurs visiteurs un séjour aux caractéristiques singulières : dépaysement, insularité et isolement, environnement maritime, accueil convivial, cuisine locale et terroir de qualité, produits culturels distinctifs, hébergement diversifié, grande variété d'activités d'interprétation et de plein air aventure, culture acadienne et mode de vie étroitement lié à la mer. Bien que la saison touristique demeure à ce jour fortement concentrée sur les mois de juillet et d'août, des progrès considérables ont été enregistrés : ainsi, on est graduellement passé de 5 à pratiquement 8 semaines pour ce qu'on appelle la haute saison.

En termes d'accessibilité, les entrées se font toujours en forte majorité via les liaisons maritimes de traverse puis de croisière de la CTMA et, plus récemment, des escales des croisières internationales. D'autre part, les entrées aériennes occupent une place de plus en plus importante et cette desserte répond aux besoins d'autres types de voyageurs pour le tourisme de court séjour ou d'affaires. Dans ce contexte, la qualité des infrastructures portuaires et aéroportuaires, les investissements et le maintien de leur propriété collective sont des enjeux d'importance fondamentale en situation insulaire. Ces infrastructures constituent, en quelque sorte, le prolongement de la route ou les portes d'accès à destination des Îles ou du continent.

La clientèle touristique est toujours en grande majorité francophone d'origine québécoise. On assiste cependant durant les dernières années à une diversification de la clientèle, surtout en début et en fin de saison où l'on rencontre des visiteurs provenant notamment des Maritimes, de l'Ontario et du nord-est des États-Unis. La clientèle touristique se renouvelle tout en démontrant une certaine fidélité à la destination. Cette fidélisation se démontre par le nombre significatif de visiteurs qui en sont au moins à leur deuxième séjour, ceux qui déclarent vouloir y revenir et ceux qui recommanderaient la destination. Par ailleurs, le séjour moyen du visiteur aux Îles demeure le plus long au Québec avec une moyenne de neuf nuitées.

Quant aux entreprises touristiques des Îles, elles sont majoritairement propriété des résidents. L'entreprise madelinienne demeure de petite taille – c'est le cas en restauration et en plein air aventure – et souvent familiale. En ce qui a trait à l'hébergement, on ne retrouve pas d'équipements d'envergure appartenant à de grandes chaînes hôtelières. L'hébergement offert est en grande majorité dans des résidences de tourisme, type d'hébergement très prisé des visiteurs. Par ailleurs, l'entreprise d'économie sociale et l'organisation à but non lucratif occupent une place fondamentale dans l'offre touristique, notamment sur le plan culturel, de l'hébergement, des activités récréatives et des services. Dans le cas des événements, l'activité dépend étroitement du bénévolat.

### 3. LES ENJEUX DU TOURISME AUX ÎLES-DE-LA-MADELEINE

Afin que le tourisme continue de contribuer au maintien et à l'amélioration de la qualité de vie des citoyens, la Communauté maritime estime nécessaire de tenir compte de certains enjeux.

#### 3.1. Dimension économique

L'atteinte d'une véritable allure de croisière pour le tourisme aux Îles-de-la-Madeleine implique qu'avec l'industrie des pêches, le tourisme constitue un véritable pilier de l'économie madelinienne. Bien que l'économie touristique soit toujours marquée par son caractère saisonnier, plusieurs stratégies sont en place pour allonger la saison touristique et pour développer un tourisme de basse saison.



Si l'offre touristique s'est améliorée et s'est diversifiée tant sur le plan de l'hébergement, de la restauration et des services, le tourisme a aussi favorisé la diversification économique d'autres secteurs d'activités : transformation de produits de la mer, valorisation des produits du terroir, diversification de l'offre culturelle.

Par ailleurs, l'agroalimentaire, secteur particulièrement soutenu par de nombreux jeunes entrepreneurs et un organisme phare de concertation, est en plein essor. Celui-ci participe à la définition d'une identité gourmande pour le territoire et contribue inéluctablement à la dynamique touristique et aux retombées économiques locales.

L'achalandage lié au tourisme profite assurément aux entreprises touristiques, mais bénéficie aussi aux différents commerces au détail, entreprises agroalimentaires, artisans, marchés d'alimentation, entreprises de services et culturelles qui sont, sur l'archipel, presque entièrement propriété des résidents. Le caractère isolé des Îles a pour effet que la plupart des recettes économiques du tourisme sont retenues et redistribuées dans l'archipel.

L'effet structurant de l'industrie touristique sur l'économie locale se révèle notamment par l'importance des dépenses des visiteurs à destination, le nombre d'emplois équivalent temps plein et en haute saison, les investissements et le chiffre d'affaires des entreprises locales attribuables au tourisme. D'ailleurs, les dépenses à destination placent les Îles-de-la-Madeleine comme la région touristique québécoise détenant la plus forte dépendance de l'activité touristique en rapport de son économie globale.

Néanmoins, l'accès des entreprises aux outils d'innovation technologique, mais surtout le manque de main-d'œuvre demeurent des enjeux très préoccupants. Les intervenants locaux travaillent activement pour relever ces importants défis qui concernent l'ensemble des secteurs économiques de l'archipel.

### 3.2. Dimension sociale



L'augmentation rapide du nombre de personnes sur un même territoire engendre inévitablement une relative pression sur les différents services de l'archipel en haute saison : densité du trafic routier, congestion et délais dans les transports maritimes et aériens, saturation dans les commerces, restaurants et autres activités. Cet

achalandage engendre, à l'occasion, des coûts additionnels à la dispense de services pour certaines institutions, notamment pour les services municipaux et ceux de santé.

Par ailleurs, une réalité particulière touche les résidents qui sont ou souhaitent être locataires d'hébergement. Plusieurs d'entre eux doivent quitter leur logement en saison touristique au bénéfice d'une location plus lucrative à la clientèle touristique. Permettant des revenus d'appoint intéressants pour les propriétaires et une expérience d'hébergement authentique pour le visiteur, cette activité locative a néanmoins pour effet de diminuer l'offre d'hébergement locatif sur une base annuelle. Enfin, le resserrement des mesures de contrôle sur l'hébergement illégal par le gouvernement du Québec permettra de mieux financer la promotion.

Malgré une relative stabilisation du marché immobilier, il existe un lien structurel entre le regain économique d'un territoire et la hausse des valeurs immobilières de celui-ci. En ce sens, la question d'accès à la propriété demeure un enjeu important pour les résidents et pour ceux portés à vouloir s'établir sur l'archipel. Également, la collectivité doit continuer de veiller à une croissance mesurée et adaptée aux besoins afin d'éviter le surdimensionnement des infrastructures et des services publics.

Enfin, le secteur touristique engendre de nombreux avantages pour la population, que ce soit sur le plan de la qualité, du nombre et de la diversité des services tant publics que privés, services dont ne pourrait bénéficier la population en l'absence de cette activité touristique importante.

### 3.3. Dimension culturelle



Le milieu culturel madelinot est dynamique et s'exprime à travers une diversité grandissante de formes d'expression. L'identité culturelle est partie intégrante du produit touristique madelinot. L'émergence d'une pratique artistique de plus en plus affirmée et la naissance de regroupements ou de projets rassembleurs favorisent le développement du secteur et le rayonnement de celui-ci auprès des citoyens et des visiteurs. Par le marché qu'il génère, le maillage entre le tourisme et l'expérience culturelle a permis la création de nombreuses entreprises des métiers d'art et d'arts visuels. Sur le plan des arts de la scène, le tourisme a contribué à la diversification de l'offre et à la rentabilité de plusieurs événements culturels.

Néanmoins, les éléments identitaires et culturels relatifs au mode de vie insulaire et maritime, aux savoir-faire locaux et au patrimoine bâti impliquent d'importants enjeux de mise en valeur et de préservation. Le développement du secteur culturel est étroitement lié à la présence dans le milieu d'organismes phares dont il faudra assurer la pérennité.

### 3.4. Dimension environnementale

L'environnement naturel est un élément central de la qualité de vie des résidents et de la signature touristique des Îles. Comme pour tous les milieux insulaires, la fragilité de l'environnement et de la biodiversité, accentuée par la faible superficie de l'archipel madelinot, pose un défi majeur en matière de gestion du territoire. La pérennité du secteur touristique est étroitement liée à la protection de cet environnement ainsi que des paysages. En effet, la qualité du milieu naturel constitue l'un des principaux éléments attractifs des visiteurs.

Que ce soit sur le plan de la protection de la nappe phréatique, seule source d'eau potable, ou des milieux humides ou dunaires, de la gestion des déchets ou du traitement des eaux usées, de l'érosion des côtes, du maintien du couvert forestier, de la protection des paysages, les défis particuliers sont nombreux, commandent une grande vigilance et exigent des investissements municipaux importants sur le plan des ressources techniques et financières.

L'achalandage touristique apporte inévitablement une certaine pression sur l'environnement naturel. Les aménagements et les activités touristiques doivent donc être planifiés afin d'assurer leur intégration à l'environnement environnemental et bâti madelinot. Enfin, la richesse et la fragilité du milieu physique imposent un cadre de gestion serré du territoire dans l'objectif de protéger les zones sensibles, tout en encadrant les activités récréatives dans les secteurs plus propices.



## 4. LES FONDEMENTS ET LES ENGAGEMENTS



Au-delà de ces enjeux, le défi principal demeure celui de la prise en charge collective de l'orientation du développement touristique et de son harmonisation continue avec les besoins des résidents. C'est la mobilisation des intervenants locaux, autour de fondements et d'engagements qui guideront leurs interventions de sorte à favoriser l'essor de l'identité culturelle ainsi qu'à préserver l'intégrité environnementale et l'équilibre social et économique. Ces éléments sont nécessaires à une saine croissance du tourisme et au respect de ce qui est, d'abord et avant tout, un milieu de vie.

Ainsi, la Communauté maritime et ses partenaires, au nom de la collectivité des Îles, confirment le choix du tourisme comme avenue de développement durable. Par les fondements et les engagements qui suivent, les partenaires conviennent de contribuer, chacun dans son domaine, à un développement touristique en harmonie avec les valeurs que la collectivité entend préserver.

### 4.1. Premier fondement

**Le développement touristique doit, par ses retombées économiques, sociales et culturelles, profiter à l'ensemble de la collectivité et contribuer à un accroissement de la qualité de vie des résidents.**

Le premier fondement de la présente Politique vise à favoriser un développement touristique équitable. En effet, les effets positifs de l'activité touristique doivent se ressentir auprès de l'ensemble de la communauté, que l'on parle d'amélioration de l'accès aux services et de la qualité de ceux-ci ou encore de retombées économiques globales, y incluant l'emploi; bref, ceux-ci doivent contribuer à améliorer la qualité de vie de l'ensemble des résidents.

En ce sens, la Communauté maritime et ses partenaires s'engagent à :

- Optimiser le partage des retombées économiques auprès de l'ensemble de la population;
- Concilier le développement touristique avec le maintien et l'amélioration de la qualité de vie des résidents.



## 4.2. Deuxième fondement

**Le développement touristique doit contribuer à mettre en valeur, tout en les préservant, la diversité, la richesse et la spécificité de notre milieu physique.**

Ce deuxième fondement vise à préserver l'intégrité environnementale des Îles-de-la-Madeleine, que le regard extérieur nous a permis de découvrir et de mieux apprécier. Cette redécouverte de notre environnement nous permet d'en saisir à la fois la richesse et la fragilité, ce qui commande vigilance ainsi que l'adoption de mesures de protection. Celles-ci doivent être mises en pratique tant par les Madelinots que par les visiteurs.

En ce sens, la Communauté maritime et ses partenaires s'engagent à :

- Resserrer le cadre de gestion du territoire;
- Assurer la conservation d'espaces naturels accessibles à tous de même que celle de certains sites et paysages;
- Encadrer l'implantation et le déploiement des infrastructures, des équipements et des activités touristiques sur le territoire dans le respect de l'environnement.
- Mettre en œuvre des stratégies de développement durable applicables au quotidien dans l'offre touristique.

## 4.3. Troisième fondement

**Le développement touristique doit constituer une opportunité de mettre en valeur, tout en les préservant, l'identité, la culture locale, le mode de vie maritime et insulaire.**

Ce troisième fondement vise à assurer le respect de l'intégrité socioculturelle locale. Les particularités du mode de vie madelinot sont au cœur du produit touristique et cette industrie ne doit pas dénaturer notre identité.

En ce sens, la Communauté maritime et ses partenaires s'engagent à :

- Valoriser l'identité madelinienne, la culture et le mode de vie maritime et insulaire;
- Faire valoir les retombées sociales et culturelles de l'activité touristique et les bénéfices qu'en retire la population;
- Favoriser les rapports harmonieux entre les visiteurs, les villégiateurs et les résidents;
- Appuyer le développement de produits, d'attraits, d'activités et d'évènements authentiques et de qualité.

#### 4.4. Quatrième fondement

**Le développement touristique doit s'inscrire en complémentarité aux autres activités économiques et particulièrement à celles liées à l'exploitation des ressources de la mer et de la terre.**

Ce dernier fondement vise à s'assurer que le développement touristique contribue à mettre en valeur les activités économiques traditionnelles des Îles-de-la-Madeleine. En effet, la pêche et la transformation des produits halieutiques sont non seulement à la base de l'activité économique de l'archipel, mais elles sont aussi profondément ancrées dans le mode de vie. Il en va de même pour le secteur agroalimentaire qui demeure indispensable au bien-être de la communauté. Le tourisme doit donc s'inscrire en complémentarité à ces activités et leur offrir une vitrine, à l'exemple du tourisme gourmand qui vient mettre en valeur nos savoir-faire traditionnels ainsi que les expériences agroalimentaires.

En ce sens, la Communauté maritime et ses partenaires s'engagent à :

- Favoriser l'interaction entre les pêches, la mariculture et le tourisme;
- Appuyer les initiatives de développement de l'activité bioalimentaire ainsi que l'agrotourisme et le tourisme gourmand;
- Valoriser les produits du terroir et la cuisine locale comme composantes importantes du produit touristique;
- Sensibiliser les acteurs touristiques et les autres commerçants à l'importance de la qualité de l'accueil, des produits et des services offerts aux visiteurs.

## 5. LA MISE EN ŒUVRE ET LE PLAN D'ACTION

Afin de mettre en œuvre la présente Politique, la Communauté maritime et ses partenaires conviennent, dans leurs actions en continu et dans leur planification, de considérer, d'intégrer et de faire rayonner les fondements et les engagements de celle-ci.

Pour leur part, les instances gouvernementales sont invitées à reconnaître la présente Politique et à s'y référer préalablement à leurs interventions sur le territoire des Îles-de-la-Madeleine en matière de développement touristique, et ce, conformément au décret n° 354-2016 concernant la reconnaissance par le gouvernement du Québec du statut particulier lié au caractère insulaire des Îles-de-la-Madeleine.

Enfin, la Communauté maritime convient de mettre sur pied un comité de suivi de la Politique. Celui-ci aura pour mandat d'identifier annuellement les interventions prioritaires les plus urgentes et adéquates à mener. De plus, ce comité produira chaque année un bilan plus large des actions réalisées par l'ensemble des intervenants afin de bien suivre le développement touristique et d'apprécier sa contribution à l'amélioration de la qualité de vie des résidents.

