



Parc national du
Mont-Riding

Escarpement du Mont-Riding Stratégie de secteur

Photo : Dene Sinclair



Parcs
Canada

Parks
Canada

Canada



ESCARPEMENT DU MONT-RIDING

STRATÉGIE DE SECTEUR

Avec ses panoramas spectaculaires, son terrain accidenté, son riche patrimoine, sa faune et sa végétation diversifiées, l'escarpement du Mont-Riding est un endroit fascinant pour les visiteurs, et pourrait devenir l'une des principales attractions du Manitoba.

Je suis fier d'annoncer que nous avons complété la Stratégie de secteur de l'escarpement du Mont-Riding (Stratégie de secteur) et que nous avons commencé à passer à l'action.

La Stratégie de secteur fait partie des engagements pris dans le Plan directeur de 2007 du parc national du Canada du Mont-Riding et du lieu historique national du Canada du Centre-d'Inscription-de-l'Entrée-Est-du-Parc-du-Mont-Riding. La section 7.9 du plan indiquait que le parc inciterait les intervenants clés et les Premières Nations à participer aux discussions sur les possibilités d'expérience pour les visiteurs dans le secteur est du parc, poursuivrait l'élaboration du plan de secteur et le mettrait en œuvre selon la disponibilité des ressources.

Au cours des trois dernières années, Parcs Canada a travaillé avec un Comité consultatif, des experts et des membres et des dirigeants des communautés pour élaborer la Stratégie de secteur. Parcs Canada les remercie de leurs conseils éclairés, de leurs connaissances et de leur engagement, et souhaite poursuivre la collaboration afin de mettre au point et de concrétiser la Stratégie de secteur.

La Stratégie de secteur a pour but de s'assurer que les visiteurs ont de réelles possibilités de découvrir et d'apprécier ce secteur et de s'y initier tout en le protégeant pour les générations futures. Par la mise en œuvre de sa vision, de ses objectifs et des mesures connexes, Parcs Canada espère que les visiteurs, les intervenants et les communautés avoisinantes seront encore plus inspirés par le parc et la région.



Richard Dupuis
Directeur par intérim, Unité de gestion du Mont-Riding



M. Robert Sopuck, député fédéral de Dauphin-Swan River-Marquette, inaugure le sentier du Ravin-Reeve en compagnie de (de gauche à droite) : M. Jon Hopkins, garde de parc, M. Deron Ash, président de la Manitoba Escarpment Trails Society, Mme Kathy Swann, directrice exécutive de Parkland Tourism et membre du Comité consultatif de l'escarpement du Mont-Riding, M. Richard Dupuis, directeur p.i. du parc national du Mont-Riding, et M. Les Campbell, garde de parc.



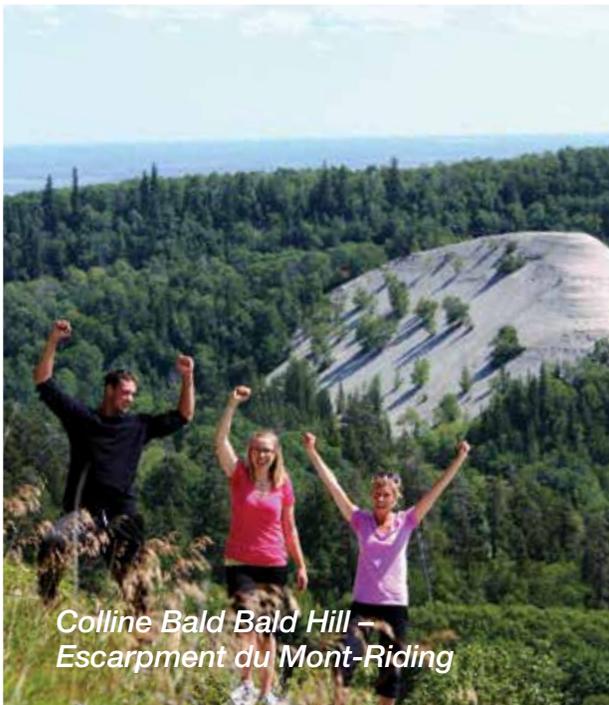
Sentier du Ravin Reeve's

Terrain accidenté



Ours noir

Faune diversifiée



*Colline Bald Bald Hill –
Escarpment du Mont-Riding*

**Avec ses panoramas
spectaculaires**



*Lieu historique du Centre-
d'Inscription-de-l'Entrée-Est*

Riche patrimoine

TABLE DES MATIÈRES

1. Introduction	6
2. Objectif de la Stratégie de secteur de l’escarpement du Mont-Riding	7
3. Participation du public.....	7
4. Portée.....	8
5. Vision pour le secteur de l’escarpement du Mont-Riding	10
6. Objectifs et mesures.....	11
7. Évaluation environnementale stratégique	14

Figures

Figure 1 : Cadre régional	7
Figure 2 : Caractéristiques du secteur de l’escarpement du Mont-Riding	9

Annexes

Annexe 1 : Histoire du développement de l’escarpement du Mont-Riding	15
Annexe 2 : Principales conclusions tirées de la participation du public	19
Annexe 3 : Considérations futures – Quatre questions clés sur la mise en valeur du secteur de l’escarpement du Mont-Riding en tant que destination.....	25
Annexe 4 : Description du secteur	31
Annexe 5 : Station de ski du mont Agassiz.....	34
Annexe 6 : Principes de gestion de Parcs Canada	36
Annexe 7 : Membres du Comité consultatif de l’escarpement du Mont-Riding	38

1.0 Introduction

Les stratégies de gestion de secteur se concentrent sur les secteurs d'un parc national ou d'un lieu historique national qui doivent faire l'objet d'une attention particulière sur le plan de la gestion. Elles établissent une orientation en ce qui a trait à l'expérience des visiteurs, à la protection des ressources, à l'éducation et à la collaboration au sein du secteur. Elles doivent être vues comme des documents de base qui permettent d'obtenir des résultats, de respecter des normes importantes et d'unir les gens qui doivent travailler ensemble pour faire avancer les choses.

1.0

“

Une chose que de nombreuses années d'expérience m'ont appris : nous ne pouvons réaliser ce dont nous parlons qu'en travaillant ensemble. Si nous recommençons à travailler seulement au sein de nos organisations respectives, nous n'accomplirons pas de progrès.

– Membre du Comité consultatif

”

Les stratégies de gestion de secteur sont par la suite intégrées aux plans directeurs, lesquels sont approuvés par le ministre et déposés au Parlement. La prochaine mise à jour complète du plan directeur du Mont-Riding est prévue pour 2017. Une grande part de la présente stratégie peut être mise en œuvre dans le respect de l'orientation du plan directeur actuel (2007).

Le plan directeur actuel indiquait qu'il nous fallait élaborer une stratégie de secteur pour la portion est du parc. Cette recommandation reconnaissait la nature unique de l'escarpement du Mont-Riding, son potentiel d'expériences améliorées pour les visiteurs et la nécessité de protéger ce secteur. C'est pour cette raison que l'on a élaboré la Stratégie de secteur de l'escarpement du Mont-Riding (Stratégie de secteur).

2.0 Objectif de la Stratégie de secteur de l'escarpement du Mont-Riding

« La Stratégie de secteur de l'escarpement du Mont-Riding permettra de s'assurer que les visiteurs ont de réelles possibilités de découvrir et d'apprécier ce secteur, et de s'y initier tout en le protégeant pour les générations futures. Elle définira une vision et une série de mesures qui éveilleront l'intérêt des visiteurs, des intervenants et des collectivités avoisinantes pour le parc et la région. »

3.0 Participation du public

La Stratégie de secteur de l'escarpement du Mont-Riding a été élaborée à la lumière des commentaires du public et continuera d'être mise à jour à mesure que de nouveaux renseignements sont reçus et des observations recueillies dans le futur. Un survol des travaux exécutés en vue de faire participer le public à une réflexion sur les possibilités offertes par l'escarpement du Mont-Riding se trouve en annexe (voir annexe 2). Parcs Canada espère que les particuliers, les organisations et les groupes du secteur est du parc et d'ailleurs continueront à lui transmettre leurs idées et à participer aux travaux visant à élaborer une vision pour le parc.

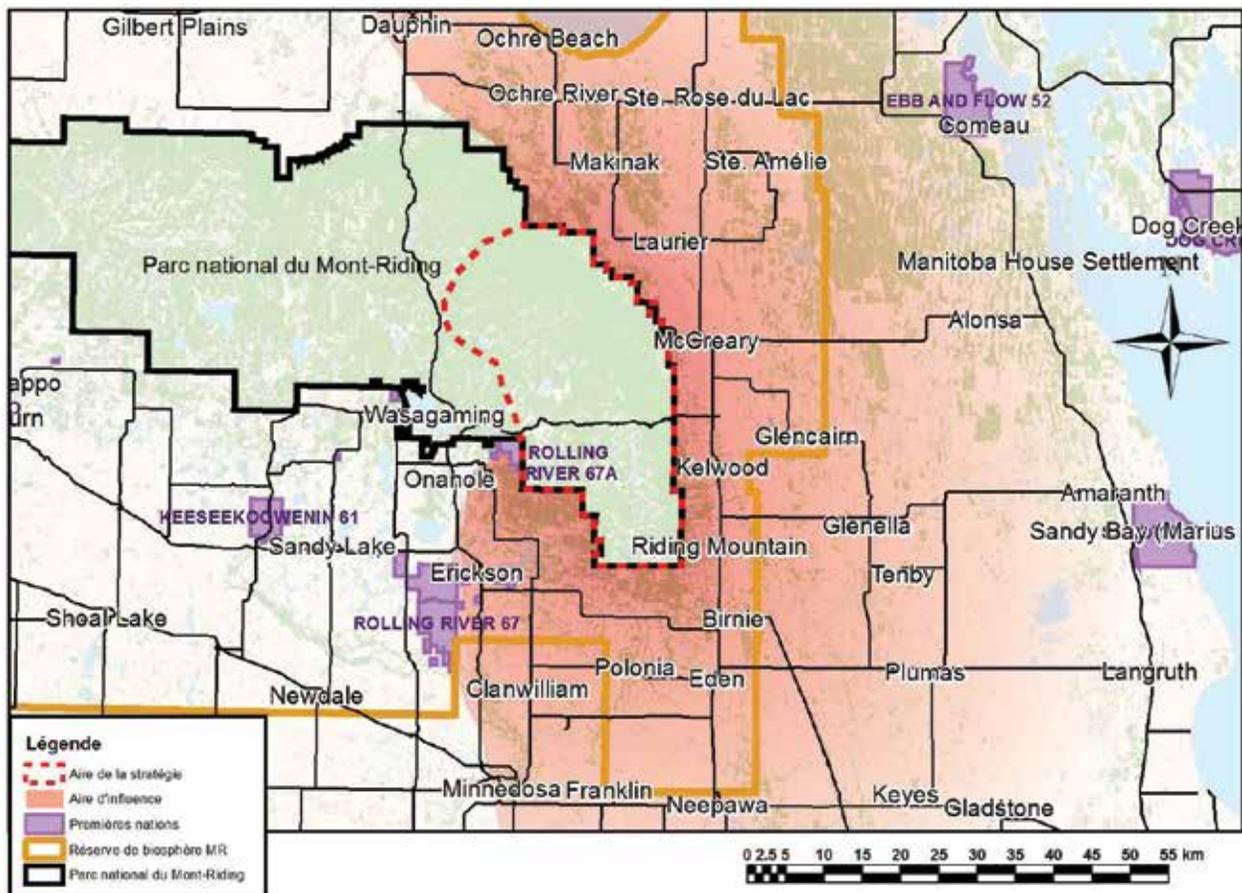


Figure 1 : Cadre régional

4.0 Portée

La portée géographique particulière de la Stratégie de secteur vise un secteur bien précis du parc (voir Figure 2), lequel constitue le principal centre d'intérêt. Cependant, le secteur d'influence souhaité s'étend au-delà du parc. La prémisse sur laquelle est fondée cette portée élargie comporte deux volets :

Premièrement, l'expérience des visiteurs ne doit pas se limiter à l'enceinte du parc. De nombreuses expériences complémentaires existent ou peuvent être développées au sein des municipalités avoisinantes. Nous espérons que les « responsables » du secteur sauront inciter les régions qui entourent le parc à passer à l'action. Deuxièmement, Parcs Canada peut travailler avec d'autres intervenants pour offrir, au sein du parc, des services qui améliorent l'expérience des visiteurs.

Nous nourrissons l'ambition de faire en sorte que la Stratégie de secteur soit un catalyseur d'action collective dans le secteur de l'escarpement, tant au sein du parc qu'au-delà de celui-ci.

Les responsabilités de Parcs Canada à l'égard de la Stratégie de secteur se limiteront à sa sphère de compétence, soit aux terres du parc national reconnues dans la Loi sur les parcs nationaux du Canada. La Stratégie de secteur ne peut donc suggérer que Parcs Canada engage des fonds à l'extérieur du parc.

Parcs Canada examinera chaque année la mise en œuvre de la présente Stratégie de secteur et fera rapport en conséquence, en collaboration avec des intervenants.

“

Nous ne pouvons y arriver seuls. En travaillant ensemble, nous pouvons tous être gagnants. Ce que nous faisons, nous le faisons pour les Canadiens, avec les Canadiens, d'une manière définie par les Canadiens. En tissant et en maintenant des liens solides, le parc peut créer des possibilités nouvelles et élargies qui lui permettront de rehausser sa capacité d'offrir une expérience de qualité aux visiteurs, d'établir des relations avec les autres et de s'assurer que le parc est protégé.

- Parcs Canada

”

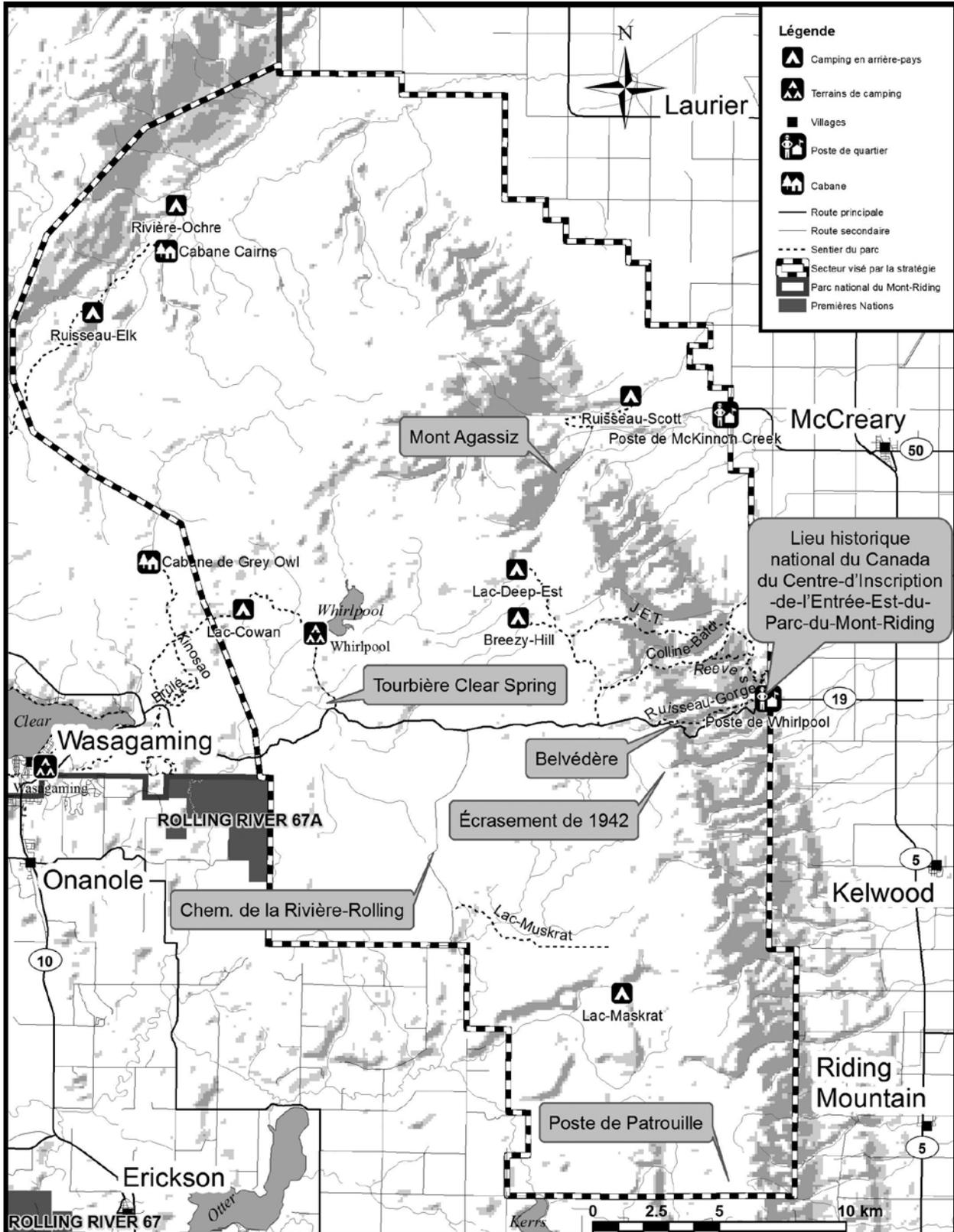
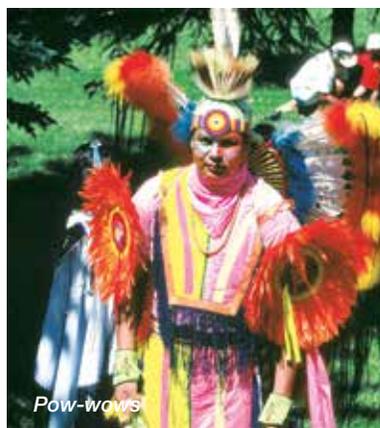


Figure 2 : Caractéristiques du secteur de l'escarpement du Mont-Riding

5.0 Vision pour le secteur de l'escarpement du Mont-Riding

5.0



D'ici 10 à 15 ans :

Une plus grande collaboration entre Parcs Canada, ses partenaires et ses intervenants a permis de s'assurer que les visiteurs ont plus de possibilités de découvrir le secteur de l'escarpement du parc national du Mont-Riding et la région avoisinante, de les apprécier et de s'y initier.

Le nombre de visiteurs dans ce secteur du parc et de la région avoisinante a augmenté de façon considérable.

La Stratégie de secteur a servi de catalyseur favorisant une plus grande collaboration entre les responsables de ce secteur et ceux qui peuvent mettre en œuvre des mesures qui mènent à la concrétisation de la présente

“

Les expériences et les activités offertes correspondent à ce sur quoi les gens s'attardent. Promouvoir le rêve, plutôt que les gens, les lieux et les objets

– Propriétaire d'une entreprise locale

”

“

La plus grande utilité de la stratégie est peut-être de provoquer une réflexion et une action collectives, dans un environnement au sein duquel le travail isolé donnerait des résultats limités.

– Employé de Parcs Canada

”

6.0 Objectifs et mesures

OBJECTIF UN : Travailler en collaboration avec les intervenants et les partenaires du secteur pour qu'ils contribuent par leurs connaissances à développer des possibilités, et établir des partenariats pour la prestation de services dans les cas où il est logique de le faire.

Mesure 1 :

Parcs Canada est d'accord pour collaborer avec d'autres intervenants afin de saisir les possibilités offertes. Mettre sur pied un « Groupe d'action » composé de personnes et d'organisations motivées qui pourront se concentrer davantage sur les possibilités et guider le développement des expériences offertes aux visiteurs dans le respect de la vision énoncée.

Le Groupe d'action devra :

- définir les possibilités récréatives appropriées en consultant le public intéressé;
- établir une relation de travail claire avec Parcs Canada pour s'assurer que les attentes sont les mêmes.

Parcs Canada devra :

- communiquer clairement au Groupe d'action les paramètres de planification et d'action;
- fournir un représentant de Parcs Canada qui fera partie du Groupe.

Mesure 2 :

Parcs Canada élaborera et mettra en œuvre un plan de communication afin de sensibiliser le secteur public/privé aux possibilités qu'offre le secteur est du parc et aux progrès accomplis. Le plan décrira une gamme de produits ou d'activités destinés au public, par exemple :

- un document « d'orientation » qui aide le public à comprendre comment il peut fournir des services et des expériences au sein du parc, et qui donne de l'information sur le marché et sur les besoins de Parcs Canada;
- des événements servant à marquer des jalons importants, à célébrer des réussites et à établir un sentiment d'appartenance continu entre les intervenants, les partenaires et Parcs Canada.

Comment créer des expériences de qualité pour les visiteurs

- Nous devons connaître nos MARCHÉS et répondre à leurs BESOINS.
- Nous devons définir les POSSIBILITÉS et faire en sorte que le RENDEMENT DES INVESTISSEMENTS revête une valeur financière, sociale et écologique.
- Nous obtiendrons des RÉSULTATS en travaillant ENSEMBLE à créer une valeur.
- Nous allons définir en quoi consiste une EXPÉRIENCE DE QUALITÉ.

OBJECTIF DEUX : Continuer de définir et de développer des possibilités pour que les visiteurs découvrent le secteur de l'escarpement du Mont-Riding, l'apprécient et s'y initient au sein du parc.

Mesure 1 :

Définir les segments du marché existants qui sont situés dans un rayon de moins de cinq heures de route et qui vont dans le sens des priorités de Parcs Canada et du Manitoba en matière de tourisme (voir l'annexe 3).

Mesure 2 :

Définir des possibilités réalistes de correspondance entre les services et les produits (à partir de la Mesure 1 ci-dessus) et les exigences en matière d'investissement qui s'y rattachent.

Mesure 3 :

Harmoniser les centres d'activités destinées aux visiteurs aux possibilités appropriées de correspondance entre les produits et les marchés. Par exemple :

- Continuer d'investir dans le réaménagement du réseau de sentiers sur le versant est. Se concentrer sur le ravin Reeves, sur les améliorations à apporter au sentier du Ruisseau-Gorge, sur une traverse pour Seven Gorges et sur le remaniement du réseau de sentiers de l'escarpement sud. Le réseau de sentiers devrait améliorer l'accès au lac Muskrat, élargir les groupes d'utilisateurs, prévoir un raccord futur au Sentier transcanadien et répondre aux besoins des communautés adjacentes;
- Créer une expérience marquante et de qualité pour les visiteurs au lieu historique national du Canada du Centre-d'Inscription-de l'Entrée-Est. Examiner différentes options, par exemple des affiches décrivant l'importance du site, un centre d'observation des oiseaux, un centre pour le vélo de montagne, un salon de thé, un départ de sentier, etc.;
- Adapter l'ancien poste de quartier de McKinnon Creek pour en faire une nouvelle expérience pour les visiteurs. Le poste pourrait notamment servir de chalet de l'arrière-pays, d'abri pour le ski de fond, de centre de randonnée pédestre, etc.;
- Examiner les propositions du secteur privé pour l'aménagement de la station de ski du mont Agassiz pour le ski alpin et autres activités multisaisonniers;
- Continuer d'investir dans l'expérience au terrain de camping du lac Whirlpool, en améliorant notamment la structure de barrage, en construisant un nouveau pont et une nouvelle passe à poissons et en installant des panneaux d'interprétation.

Mesure 4 :

Explorer les possibilités d'élaboration en commun d'un programme de tourisme expérientiel par le parc national du Mont-Riding et le secteur privé pour faire participer les visiteurs et pour rapprocher les gens et le parc grâce à un programme innovateur (voir la définition de « tourisme expérientiel » qui suit).

Mesure 5 :

Au moment de prendre en considération tout nouveau développement, faire preuve de leadership et d'innovation en vue d'une utilisation durable, y compris de nouvelles infrastructures, de nouvelles expériences pour les visiteurs et le réaménagement de la station de ski du mont Agassiz.

Mesure 6 :

Poursuivre la recherche scientifique et la surveillance pour appuyer le maintien de l'intégrité écologique et commémorative, de même que la protection des ressources naturelles et culturelles. Trouver des façons de communiquer les activités de recherche et de gestion aux visiteurs



Qu'est-ce que le tourisme expérientiel?

Le tourisme expérientiel invite les visiteurs à participer à une série d'activités touristiques mémorables et essentiellement personnelles. Mettant tous les sens à contribution, il forge des liens au niveau physique, émotionnel, spirituel, social ou intellectuel. C'est un genre de tourisme conçu pour susciter les interactions entre les visiteurs et les gens du coin, favoriser les conversations, stimuler les sens et mettre en valeur le caractère unique du Canada.

— *Commission canadienne du tourisme*

7.0 Évaluation environnementale stratégique

La Stratégie de secteur comprend une Évaluation environnementale stratégique (EES), car sa mise en œuvre pourrait avoir des répercussions environnementales importantes à la fois positives et négatives. Cette mesure est conforme à la directive du Cabinet sur l'évaluation environnementale des projets de politiques, de plans et de programmes (Agence canadienne d'évaluation environnementale, 2010).

L'EES porte sur les effets cumulatifs d'un certain nombre de facteurs environnementaux jugés comme étant essentiels à la préservation des ressources écologiques et culturelles, ainsi qu'à l'expérience, au rapport et à la compréhension des visiteurs.

Parmi les facteurs essentiels qui ont été évalués, on note : le sol, les reliefs, la végétation, la faune, les ruisseaux et les cours d'eau, l'habitat du poisson, l'empreinte des installations et des sentiers, les endroits ayant une importance pour les membres des Premières Nations, les endroits ayant une importance historique, et les valeurs patrimoniales du lieu historique national du Centre-d'Inscription-de-l'Entrée-Est-du-Parc-du-Mont-Riding. Par ailleurs, on a évalué l'expérience, le rapport et la compréhension des visiteurs en fonction de ces facteurs essentiels, notamment les paysages, les aspects esthétiques, l'observation de la faune, la présence et le déplacement des visiteurs et l'entretien des installations.

Afin de respecter les politiques et les obligations de Parcs Canada en vertu de la Loi canadienne sur l'évaluation environnementale (2012), de nombreuses mesures proposées dans le cadre de la Stratégie de secteur requièrent une évaluation des répercussions environnementales précise. L'EES fournit des directives à l'égard de l'analyse des répercussions environnementales d'un projet individuel lorsque les données sont en cours d'élaboration et d'évaluation.

L'EES de la Stratégie de secteur a permis de déterminer que les effets environnementaux négatifs potentiels découlant des mesures proposées pourraient être atténués considérablement à condition d'utiliser les bons outils et processus. De plus, on a relevé de nombreux effets favorables sur l'environnement dans les mesures proposées.

Le Comité consultatif a participé à l'examen de l'EES. À l'avenir, le public continuera de prendre part à l'analyse des répercussions environnementales des projets individuels découlant de cette stratégie.

ANNEXES

Annexe 1

Histoire du développement de l'escarpement du Mont-Riding



Cette stratégie de secteur est l'aboutissement de nombreux mois de travail et créativité de beaucoup de personnes.

La Stratégie de secteur est le point culminant de nombreux mois de dur labeur et de réflexion créative de la part de nombreuses personnes. Tous les intervenants avaient au moins deux points en commun : une profonde appréciation du secteur de l'escarpement du Mont-Riding et le désir de contribuer à façonner son avenir.

Le Comité consultatif de l'escarpement du Mont-Riding

Le 7 octobre 2010, à l'invitation de Parcs Canada, 15 personnes représentant plus de 17 organisations se sont réunies dans le village de McCreary. À cette réunion, Parcs Canada a proposé la mise sur pied d'un comité qui fournirait des avis sur le développement d'une stratégie pour le secteur de l'escarpement du Mont-Riding au sein du parc national du Mont-Riding.

“

Pour ce qui est de faire avancer les choses, la mise sur pied du présent Comité est l'événement le plus important dans cette région depuis de nombreuses années

– Membre du Comité consultatif

”

La proposition était toute simple. « Le merveilleux secteur du parc et la région qui l'entoure sont sous-utilisés, mais offrent un potentiel d'expériences stimulantes pour beaucoup d'autres personnes. Parcs Canada ne peut aller de l'avant s'il est seul. Les attractions, le savoir et l'esprit d'entrepreneuriat qui peuvent donner vie à cette région s'étendent bien au-delà des limites du parc. Pouvons-nous travailler ensemble à élaborer une stratégie pour cette région, de façon à tracer la voie à suivre pour y arriver? »

La réponse a été un « oui » retentissant. Tous savaient pertinemment que le secteur de l'escarpement du Mont-Riding offre un potentiel phénoménal de découvertes et d'activités récréatives. Exploiter ce potentiel allait exiger un effort concerté de la part de tous ceux qui étaient présents. Travailler de façon isolée n'était pas une option et ne l'avait jamais été. Le groupe a senti qu'il se trouvait à l'aube d'une ère nouvelle, et que de réelles possibilités s'offraient à lui. Le Comité consultatif de l'escarpement du Mont-Riding était né.

Pour réussir, les membres ont établi trois principes à prendre en considération lors de leurs réflexions :

Premièrement, il faut adopter une approche régionale plutôt que de se limiter au parc. Les attractions de l'escarpement du Mont-Riding, tout comme les gens qui joueront des rôles clés, s'étendent bien au-delà des limites du parc.

Deuxièmement, la possibilité de réaménager la station de ski du mont Agassiz doit être mise en contexte, avec les nombreuses autres attractions et possibilités qu'offre la région. Le mont Agassiz a beaucoup retenu l'attention, mais il ne constitue qu'une petite partie de l'escarpement du Mont-Riding.

“
Je vis dans cette région depuis trente ans et j'ai découvert, par l'entremise du Comité consultatif, des activités dont j'ignorais l'existence. Ce fut un monde de découvertes pour moi.
 – Membre du Comité consultatif”

Troisièmement, il faudra faire preuve de créativité pour joindre le grand public et susciter la participation. Ayant ces principes à l'esprit, le Comité a établi un processus pour débattre, faire participer le grand public (avec Parcs Canada) et aider à élaborer une stratégie.

Le Comité s'est réuni à plusieurs reprises pour trouver des idées, fournir des avis à Parcs Canada et aider à développer la Stratégie de secteur. La plupart des réunions se sont déroulées dans diverses communautés et divers endroits du secteur de l'escarpement du Mont-Riding. La majorité des membres décrivent le processus en des termes très positifs. Tous s'entendent sur un point : la chance qu'ils ont de se réunir et de travailler ensemble à des sujets importants est rare et cela devrait se produire plus souvent.

Les discussions étaient généralement axées sur trois questions :

1. Quelles sont les forces du secteur de l'escarpement du Mont-Riding sur lesquelles nous devons miser? Qu'est-ce qui rend le secteur unique en son genre?
2. Quelle est la combinaison d'activités et d'attractions qui plairait aux visiteurs?
3. Que faut-il pour que la Stratégie de secteur réussisse?

Participation de Parcs Canada

Parcs Canada dirige le processus de planification et est responsable du contenu de la Stratégie de secteur.

Le directeur du parc, à titre de président du Comité : il supervise les réunions et aide le groupe à fonctionner pour qu'il atteigne ses objectifs. Il dirige également le programme de planification et la participation du personnel, et assure la liaison avec les cadres de Parcs Canada.

Le personnel de Parcs Canada : il participe en assumant diverses fonctions (p. ex. : relations externes, expérience des visiteurs, planification, consultation publique et conservation des ressources).

Analyse des options pour la station de ski du mont Agassiz

Dès le début du processus, Parcs Canada a retenu les services de l'entreprise de consultation SE Group pour préparer une étude de faisabilité concernant les possibilités d'activités récréatives multisaisonnnières à cette ancienne station de ski (voir Annexe 4). Les consultants ont rencontré le Comité à deux occasions et le public à cinq occasions pour discuter de ses conclusions, et ont soumis son rapport final à Parcs Canada en janvier 2012. Parcs Canada se servira de ces conclusions pour prendre des décisions relatives aux activités futures à cet endroit. L'étude est également une ressource qui peut être utilisée par le Comité et par le public.

Faire participer les autres

Parcs Canada s'est efforcé de faire participer de nombreux particuliers, groupes et gouvernements aux réflexions sur l'avenir du secteur de l'escarpement du Mont-Riding. La participation dont il est question comprend :

Février 2011 : Parcs Canada lance une enquête et crée de nouvelles pages Web pour accroître la sensibilisation à la Stratégie de secteur et recueillir les observations du public au moyen d'une enquête en ligne.

Juillet 2011 : Parcs Canada et le ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Initiatives rurales du Manitoba (AAIRM) s'associent pour tenir deux ateliers avec des représentants des communautés, soit un dans le village de Sainte-Rose-du-Lac et l'autre dans le village de Riding Mountain.

Juillet 2011 : Parcs Canada, en collaboration avec SE Group, rencontrent des intervenants ciblés et organisent trois journées portes ouvertes pour sensibiliser le public à l'étude de faisabilité du mont Agassiz et pour recueillir des idées et des opinions sur l'avenir du site.

Septembre 2011 : Parcs Canada organise une journée portes ouvertes à la station de ski du mont Agassiz pour faire le point sur le site, y compris sur la restauration du ruisseau McKinnon et sur la Stratégie de secteur.

Novembre 2011 : Parcs Canada organise une journée portes-ouvertes pour discuter de l'état du processus de planification.

Janvier - février 2012 : Parcs Canada amorce une consultation publique sur une proposition de modification du *Plan directeur de 2007 du parc national du Canada du Mont-Riding et du lieu historique national du Canada du Centre-d'Inscription-de-l'Entrée-Est-du-Parc-du-Mont-Riding*. La modification permet à Parcs Canada d'étudier des propositions visant le réaménagement de la station de ski du mont Agassiz dans le cadre d'une exploitation durable hivernale ou multisaisonnières. De plus, Parcs Canada organise une série de réunions publiques pour faire le point sur la proposition de modification du plan directeur du parc, les principales conclusions de l'étude de faisabilité du mont Agassiz et la Stratégie de secteur.

Juin 2012 : *La Modification de 2012 du Plan directeur du parc national du Canada du Mont-Riding et du lieu historique national du Canada du Centre-d'Inscription-de-l'Entrée-Est-du-Parc-du-Mont-Riding* est approuvée. Parcs Canada peut donc étudier des propositions visant le réaménagement de la station de ski du mont Agassiz, avec la possibilité d'offrir des activités multisaisonnières.

Juin 2012 : Le Comité consultatif termine son examen final de la Stratégie de secteur.

Novembre 2012 : Parcs Canada procède à une série de réunions publiques pour étudier la Stratégie de secteur et obtenir une rétroaction définitive des collectivités, d'autres intervenants et partenaires. Les collectivités comprennent : Laurier, Sainte-Rose-du-Lac, Riding Mountain, McCreary, Kelwood, Dauphin et Neepawa.

Printemps et été 2013 : La stratégie de secteur est sur le point d'être achevée, et certaines mesures à prendre se réalisent.

Août 2013 : Lancement des demandes de proposition pour la station de ski du mont Agassiz.

Novembre 2012 : Parcs Canada procède à une série de réunions publiques pour étudier la Stratégie de secteur et obtenir une rétroaction définitive des collectivités, d'autres intervenants et partenaires. Les collectivités comprennent : Laurier, Sainte-Rose-du-Lac, Riding Mountain, McCreary, Kelwood, Dauphin et Neepawa.

En cours : Parcs Canada rencontre aussi des intervenants tout au long du processus pour faire le point et obtenir de la rétroaction.

Annexe 2

Principales conclusions tirées de la participation du public



La mobilisation de grands groupes, de particuliers, d'organisations et du Comité consultatif a été essentielle à l'obtention d'une expertise et de points de vue importants pendant l'élaboration de la Stratégie de secteur.

Un échantillon représentatif des conclusions obtenues à partir des efforts visant à obtenir la participation du public est présenté ci-dessous. La participation comprenait des ateliers publics, un sondage en ligne et d'autres méthodes précisées à l'annexe 1.

1. Forces et caractère unique du secteur

Paysage naturel :

- La beauté et le caractère unique de l'escarpement du Manitoba, ainsi que la géographie, la diversité et le potentiel touristique qui s'y rattachent, ont été constamment mentionnés. Cela comprend l'altitude, les lacs, la qualité de l'eau, la faune (en particulier les oiseaux), les points de vue et ciels étoilés, la tranquillité et l'absence de pollution.
- La réserve de la biosphère de l'UNESCO.
- La montagne.
- Les panoramas de la prairie vus de l'autoroute 19.
- La géologie (cône alluvial), la géographie, la paléontologie et l'archéologie.
- L'observation de la faune (orignaux, wapitis) et des oiseaux.
- Le mont Agassiz.

Gamme d'activités existantes et possibles :

- On y trouve des activités pour tous les goûts, y compris une multitude d'attractions offertes à l'année.
- Occasions pour les familles; le terrain accidenté et diversifié est une attraction pour les jeunes.

- Expériences culturelles, par exemple l'histoire, les conteurs, l'agrotourisme, le sirop d'érable, les interprètes en costumes d'époque et les sites d'interprétation.
- Possibilité de ski alpin.
- Possibilité de ski de fond.
- Plage, arrière-pays, visites ou agrotourisme.
- Diverses activités et les possibilités : sentiers, cyclisme, course, raquette, équitation, motoneige, chasse, pêche, arts, photographie, observation d'oiseaux, deltaplane, parcours de tyroliennes.
- Infrastructures disponibles, par exemple piscines, parcs de planche à roulettes, terrain de camping, terrains de golf, hippodromes et centres d'interprétation. On pourrait accueillir des congrès.
- Possibilité d'une tour d'observation au sommet d'un télésiège (mont Agassiz).
- Activités spéciales et compétitions.

Culture locale et traditions :

- La culture et les traditions locales et diversifiées de la région élargie constituent un attrait.
- On y trouve un patrimoine et un « mode de vie » uniques en leur genre avec des racines familiales profondes. Des exemples précis : cuisine locale, agriculture (« capitale du bœuf au Manitoba » à Sainte-Rose-du-Lac; festival de rodéo « Hoof 'n Holler » à Sainte-Rose-du-Lac; « Pays du cow-boy », « Capitale du sirop d'érable et du ski au Manitoba », à McCreary; Premières Nations (guérison spirituelle, histoire de l'hivernage), communauté amish, quartier polonais et coutumes locales (courtepointes, vins, confitures de petits fruits locaux, mise en conserve).

Capacité – Gens et infrastructure :

- On y retrouve un sentiment de communauté avec des gens forts et résilients qui sont accueillants et prêts à échanger.
- L'esprit d'entraide est très présent.
- La main-d'œuvre est composée d'agriculteurs et de membres des Premières Nations qui recherchent les possibilités et ont un esprit d'entraide.
- Les coûts de développement sont peu élevés et certains développements existent déjà.
- Les services disponibles sont notamment les services de santé, les services ferroviaires de Via Rail et un service d'autobus.
- Des possibilités d'affaires demeurent inexplorées.
- On y trouve des arénas, des piscines et des terrains de golf.

Attractions régionales :

- La région offre de nombreuses attractions : parc national du Mont-Riding, lieu historique national du Canada du Centre-d'Inscription-de l'Entrée-Est-du-Parc-du-Mont-Riding, micro-brasserie à Neepawa, grotte à Sainte-Rose-du-Lac, station de ski du mont Agassiz et circuit des églises de campagne (Sunville, Glen Hope).
- Un certain nombre de foires et de festivals y sont organisés (p. ex. : Harvest Sun, Lily Festival, Festival du sirop d'érable du Manitoba, Country Fest et Hoof n' Holler).
- Il faut éviter de se faire concurrence en coordonnant mieux les dates des événements.
- Il faut que les visiteurs s'éloignent du parc pour visiter les attractions régionales.

Travailler ensemble :

- Une collaboration entre les différents secteurs et les différentes communautés voit le jour, et il est possible d'établir des partenariats, ce qui devrait être reconnu et souligné.
- De nombreuses initiatives commencent à voir le jour (p. ex. gîtes touristiques et artisans) et elles doivent établir des liens de façon à travailler ensemble.

Endroit :

- C'est un bon endroit accessible.
- Relié à des lacs, des régions rurales et des centres importants ou à proximité de ceux-ci.
- Son emplacement « central » offre un double intérêt : endroit idéalement situé et campagne.

Accessibilité et hébergement :

- Les questions d'accessibilité ont été mentionnées : il faut réparer les routes (nos 10 et 19) et rendre les expériences plus accessibles.
- L'hébergement a toujours été un facteur limitant.

2. Combinaison d'activités et d'attractions qui plairait aux visiteurs

- Il est possible de plaire à toute la famille, avec des forfaits familiaux et des façons de faire participer les enfants.
- Il y a de nouveaux marchés à envisager : nouveaux Canadiens, les demandes relatives à de nouveaux usages, et le principe du « touriste dans votre cour ». Les marchés peuvent inclure des bars, des auberges pour l'âge d'or, des camps pour les jeunes et des activités de type « grandeur nature ». La région du mont Agassiz offre un potentiel certain.
- Offrir des expériences d'apprentissage pratiques et faire appel au bien-être physique, spirituel et mental.
- Offrir des activités et des services uniques et diversifiés dans le cadre d'expériences mémorables de qualité (« Le meilleur du Manitoba »).
- Démontrer les liens entre les activités et les fournisseurs (enraciner les locataires et les services), et établir une correspondance entre les activités offertes à l'intérieur et à l'extérieur du parc national du Mont-Riding.
- Les entrepreneurs doivent prendre en charge les forfaits.
- Envisager des forfaits « repas et hébergement » et des forfaits complets de l'arrivée au départ.
- Un forfait peut offrir des sentiers, des yourtes et d'autres services, de même que l'équipement nécessaire (p. ex. : appareils, locations).
- L'écotourisme.

Activités suggérées :

- Utilisation des sentiers : randonnée pédestre, promenades guidées, cyclisme, le tout relié à une tour d'observation au sommet d'un télésiège (au mont Agassiz).
- Sports extrêmes : parcours de tyroliennes, réseaux de passerelles sous le couvert forestier, vélo de montagne (à la station de ski du mont Agassiz).

- Utilisation des plans d'eau : canot, kayak et pêche.
- Activités hivernales : ski (de fond et alpin) et planche à neige.
- Activités : amphithéâtre pour concerts à la station de ski du mont Agassiz; cinéma en plein air, p. ex. : le Festival des films de Banff pourrait se dérouler au mont Agassiz.
- Activités mixtes : activités sociales, golf, équitation/promenades en chariot tiré par des chevaux et services ferroviaires.

Attractions régionales :

- Le silo à grain de McCreary, le lieu historique national du Centre-d'Inscription-de l'Entrée-Est, Skene's Crossing, Kreiser Point, la station de recherche de Wilson Creek, la « colline magnétique » à l'entrée nord, la rivière Turtle, la rivière Ochre, le Parkland Paddling Club et la pêche.

Hébergement/camping/chalets :

- Offrir une vaste gamme de formes d'hébergement pour répondre aux divers besoins : hôtels, chalets multisaisonniers et camping (p. ex. : terrain de camping Molgat).

Accès :

- Rendre les activités accessibles et abordables. De l'arrivée au départ, le tout devrait être facile et abordable pour une famille.
- Prendre en considération les pourvoyeurs, les guides et l'accueil.

Nourriture :

- Les aliments locaux constituent un attrait considérable.

3. Pour que la stratégie de secteur réussisse, que faut-il?

Personnes :

- Il faut des entrepreneurs motivés et enthousiastes qui font preuve d'initiative, de créativité et d'un sentiment d'appartenance.
- Des responsables/leaders sont nécessaires pour obtenir un tout cohérent.
- Une plus grande collaboration est nécessaire.
- Les bénévoles ne peuvent tout faire; il faudra aussi du personnel pour aider/coordonner.
- Il faut créer des capacités pour mettre sur pied des initiatives.
- Certaines préoccupations soulevées : l'apathie dans la région, les gens vont-ils bien accueillir les touristes, les communautés sont-elles prêtes?
- Les gens doivent voir le rôle qu'ils ont à jouer pour obtenir des changements/résultats positifs.
- Les gens doivent collaborer, La première étape consiste à connaître les activités et les initiatives des autres entreprises en vue de travailler ensemble.

Argent/financement :

- Des fonds privés (communauté, investisseurs) et publics (fédéral, provincial et municipal) sont requis. Les petites entreprises auront besoin de fonds pour le démarrage afin d'assurer leur stabilité financière.

Infrastructure :

- Il faut établir des liens (routes) entre les attractions et les communautés.
- Les commodités doivent être mises à niveau (des visiteurs sont nécessaires pour justifier les mises à niveau).

Offres :

- Se concentrer sur les aspects uniques et n'appuyer que certaines possibilités. Exemples mentionnés : un réseau de sentiers de renommée mondiale de plusieurs millions de dollars et la pente de ski, un géoparc de l'UNESCO, des pistes cyclables, l'accessibilité, des autoroutes et la sécurité.

Fréquentation :

- Il faut retenir les résidents et attirer plus de visiteurs/utilisateurs, en particulier les jeunes. Offrir une première expérience positive. Un marché de l'immobilier florissant a été mentionné.

Étapes à suivre :

- Premièrement, recueillir l'information, dresser l'inventaire de ce qui est disponible, documenter pour justifier le besoin et diversifier les connaissances quant à la façon de procéder.
- Ensuite, mettre en œuvre : il nous faut des « gens d'action » et des actions concrètes. Les gens doivent accepter le processus.
- Nous assisterons à un développement économique, comme la réalisation de possibilités et d'attractions, des revenus d'entreprise et de nouvelles cotisations.
- Faire ensuite savoir aux gens, au moyen d'une stratégie de mise en marché et d'établissement de la marque, que nous sommes ouverts d'esprit et ce qui leur est offert. Fournir de l'information aux visiteurs au moyen de panneaux et de kiosques (p. ex. : les points de vente de Travel Alberta).

Uniformité de la mise en marché :

- La coopération et la collaboration sont importantes. Tous doivent avoir la même vision, travailler vers un même objectif, de sorte qu'à la fin, tout le monde puisse dire : Nous y sommes arrivés.
- Le gouvernement doit faciliter plutôt que diriger le processus.
- Parcs Canada doit jouer un rôle de responsable et de coopération.
- Les partenariats créatifs et l'échange de ressources (p. ex. : capacités intellectuelles) sont la clé.
- Il faut collaborer plutôt que de se faire concurrence les uns les autres; des expériences de qualité et des économies d'échelle en plus d'une meilleure compréhension et d'une acceptation plus facile peuvent être obtenues si l'on travaille ensemble. Certaines personnes ne font rien et attendent que les choses arrivent.

Uniformité de la mise en marché :

- Il faut transmettre un message cohérent. Des efforts conjoints de mise en marché, tels que des PE entre les communautés pour promouvoir ensemble les attractions (comme on le fait en Alberta), permettront d'éviter les chevauchements. Un exemple de mise en marché conjointe est celui de la pêche à la mouche.

Valeurs :

- Prendre en considération les sensibilités et les valeurs culturelles, par exemple la culture et la cuisine ukrainiennes et métisses.

Viabilité :

- La Stratégie doit être durable sur le plan environnemental et se concentrer sur le développement durable à long terme.

Perspective régionale :

- Il faut penser en fonction de la région et pour le « bien de tous ».
- Envisager une attraction/destination touristique, p. ex. la station de ski du mont Agassiz.

4. Comment Parcs Canada peut-il travailler avec les communautés locales pour atteindre des objectifs communs?

- Les résidents et les entreprises des communautés locales doivent établir des partenariats entre eux et avec Parcs Canada pour améliorer et développer l'infrastructure touristique, générer des possibilités d'emplois, obtenir du financement et faire la promotion de la région.
- Des circuits en autobus, des forfaits vacances, des tours de chariots vers le parc et un service de navette sont des exemples d'amélioration de l'accès et de façons de relier les communautés et les sentiers du parc.
- Protéger la région et ne pas surdévelopper.
- Rétablir la présence d'un gardien au lieu historique national du Centre-d'Inscription-de l'Entrée-Est-du-Parc-du-Mont-Riding.
- Développer une vision commune avant de développer.
- Pas de VTT et de motoneiges. Alors que d'autres personnes sont d'avis que l'on devrait songer à permettre les VTT et les motoneiges.
- Il faut une planification et une promotion durables et à long terme des activités.
- Parcs Canada doit passer à l'action maintenant, pour redonner à la région (ne pas seulement faire des gains), et rester ouvert aux idées.
- Établir une vision commune avant tout développement. Envisager le tourisme durable.
- On aimerait que l'activité dans la région profite aux visiteurs et aux entreprises locales (avantages économiques). Garder les recettes tirées du tourisme au Manitoba.
- Rouvrir la station de ski. Envisager un modèle de bénévolat sans but lucratif pour la montagne si aucune entreprise n'est intéressée.

Annexe 3

Considérations futures – Quatre questions clés sur la mise en valeur du secteur de l’escarpement du Mont-Riding en tant que destination

La commercialisation touristique de l’escarpement du Mont-Riding exigera une bonne compréhension des atouts de la région, des caractéristiques et des services qui peuvent revêtir un intérêt, le développement du produit, puis la communication aux visiteurs éventuels. Il faudra examiner quatre questions et y répondre pour travailler de façon efficace. Une grande part du travail et de la réflexion du Comité a consisté à répondre à ces questions.

Question 1 : Quelle est la position de vente?

La commercialisation touristique et la stratégie de promotion sont établies à partir d’une vision bien précise de la raison pour laquelle une personne devrait visiter un certain endroit, soit la façon dont l’endroit se positionne par rapport à son marché cible. Cette position de vente doit toucher émotionnellement les visiteurs ciblés et servir à motiver le visiteur de sorte qu’il choisisse cette destination. Ce lien émotionnel doit être clair dans le message utilisé pour toucher les visiteurs éventuels. Il doit essentiellement retenir l’attention des gens, faire appel à leur imagination, et faire naître leurs désirs.

Une position de vente solide comporte les qualités suivantes :

- Elle dépeint clairement le caractère unique de la région et ce qui la rend spéciale par rapport à d’autres régions (différentiation).
- Elle préconise une vision de la valeur offerte au visiteur fondée sur l’expérience plutôt qu’une vision fondée sur l’endroit ou l’infrastructure.
- Elle présente un centre d’intérêt distinct qui motive l’action et encourage l’innovation.

Position de vente pour l’escarpement du parc national du Mont-Riding :

- **Explorer les spectaculaires montagnes sauvages des prairies, au sein d’un parc national.**
- **Où?** L’escarpement du parc national du Mont-Riding, et les régions adjacentes à l’extérieur du parc.
- **Caractéristiques :** Accès à un milieu sauvage spectaculaire, une montagne unique dans les prairies. Des activités de qualité supérieure sont possibles dans cet environnement, par exemple la randonnée pédestre, le cyclisme, l’observation de la faune, l’expérience de la solitude et le décor imposant. Les paysages, les cultures et les communautés de la région adjacente à l’extérieur du parc sont uniques et accueillants. La cuisine locale et les gens chaleureux viennent compléter une expérience canadienne unique.

Question 2 :

Quelles sont les activités complémentaires (secondaires) qui complètent ce forfait destination?

Une activité complémentaire est une activité à laquelle le visiteur participera pendant qu'il visite une destination. Une expérience touristique ne peut être complète sans ces activités, car elles procurent, combinées au centre d'intérêt bien précis de la position de vente, le sentiment d'une visite enrichissante, satisfaisante et complète. Souvent, les activités complémentaires représentent 80 % de la visite d'une personne, le 20 % qui reste ayant trait au centre d'intérêt bien précis de la position de vente.

ACTIVITÉS COMPLÉMENTAIRES EXISTANTES

Présence dans le parc	Dans le parc et à l'extérieur	À l'extérieur du parc
<input type="checkbox"/> Vélo de montagne; <input type="checkbox"/> Randonnée; <input type="checkbox"/> Ski de fond; <input type="checkbox"/> Route panoramique de la route no 19; <input type="checkbox"/> Observation d'oiseaux et de la faune; <input type="checkbox"/> Astronomie et observation des étoiles; <input type="checkbox"/> Photographie en milieu naturel; <input type="checkbox"/> Visite du LHN du Centre-d'Inscription-de-l'Entrée-Est; <input type="checkbox"/> Visite du lac Wasagaming (lac Clear); <input type="checkbox"/> Raquette.	<input type="checkbox"/> Randonnée équestre : tours de chariots, équitation, promenades en traîneau guidées ou non; <input type="checkbox"/> Ski de fond; <input type="checkbox"/> Planche à roulettes; <input type="checkbox"/> Terrains de camping; <input type="checkbox"/> Motoneige.	<input type="checkbox"/> Festival de musique Kelwood; <input type="checkbox"/> La route culinaire (promotion des restaurants de la région) <input type="checkbox"/> Expérience de la culture : Premières Nations, Métis, Ukrainiens, pionniers; <input type="checkbox"/> Yourtes et retraites spirituelles; <input type="checkbox"/> Hôtels; <input type="checkbox"/> Restaurants – Voir tous les restaurants; <input type="checkbox"/> Chasse et pêche; <input type="checkbox"/> Piscines, baignade; <input type="checkbox"/> Hippodromes.

ACTIVITÉS NON EXISTANTES, MAIS QUI REPRÉSENTENT DES POSSIBILITÉS

Présence dans le parc	Dans le parc et à l'extérieur	À l'extérieur du parc
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Vélo de montagne d'étape (« apportez le minimum et pratiquez la bicyclette et la randonnée sans limites »); <input type="checkbox"/> Randonnée d'étape; Sentier transcanadien <input type="checkbox"/> Escalade; <input type="checkbox"/> Ski alpin; <input type="checkbox"/> Ski attelé; <input type="checkbox"/> LHN du Centre-d'Inscription-de-l'Entrée-Est; gîtes; mariages; boutique de cadeaux/thé (présentant des entrepreneurs locaux); <input type="checkbox"/> Interprétation de la culture et contes (histoires décrivant la culture de l'exploitation forestière, l'écrasement d'un avion, le projet hydrologique du ruisseau Wilson); <input type="checkbox"/> Tourisme expérientiel en direct, p. ex. : participation du touriste à la surveillance et à la recherche; <input type="checkbox"/> Yourtes ou huttes pour l'hébergement dans l'arrière-pays; <input type="checkbox"/> Hébergement au poste de quartier de McKinnon Creek; tirer parti de l'histoire du Service des gardes de parc; <input type="checkbox"/> Archéologie publique : démonstration sur place et recherche pratique; <input type="checkbox"/> Aventures de camping sauvage ou circuits d'aventure guidés (p. ex. : cyclisme, randonnée et équitation); <input type="checkbox"/> Hébergement dans une cabane en bois rond dans l'arrière-pays le long d'un sentier épique; <input type="checkbox"/> Points de vue à partir de passerelles sous le couvert forestier; <input type="checkbox"/> Plateforme d'observation de la migration des faucons; <input type="checkbox"/> Centre d'apprentissage de la nature; <input type="checkbox"/> Centre d'activités pour enfants; <input type="checkbox"/> Centre d'aventures en plein air pour les jeunes. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Interprétation géologique (concept de « géoparc »); <input type="checkbox"/> Exploration des lits de schiste pour découvrir des « dinosaures»; <input type="checkbox"/> Circuits de découverte de fossiles; <input type="checkbox"/> Terrains de camping; <input type="checkbox"/> Cours d'art; <input type="checkbox"/> Deltaplane; <input type="checkbox"/> Motoneiges et VTT. 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Hébergement additionnel : gîtes et hôtels; <input type="checkbox"/> Restaurants additionnels; <input type="checkbox"/> Boutiques additionnelles; <input type="checkbox"/> Visites au sein de la communauté : « goûtez les saveurs des communautés»; <input type="checkbox"/> Agrotourisme; <input type="checkbox"/> Utilisation de véhicules tout terrain; <input type="checkbox"/> Terrains de golf; <input type="checkbox"/> Skane's Crossing; <input type="checkbox"/> Ancienne station de recherche de Wilson Creek; <input type="checkbox"/> Tyroliennes.

Question 3 : Quel est l'avantage concurrentiel?

Un avantage concurrentiel est le résultat des caractéristiques qui procurent à un fournisseur de produits ou de services un avantage par rapport à la concurrence. La concurrence est formée de tout service ou toute activité susceptible d'attirer un visiteur potentiel de sorte qu'il s'éloigne du secteur pour un certain temps, de façon temporaire ou permanente. Sans avantage concurrentiel, les chances de réussite sont faibles du point de vue du tourisme de destination. Une caractéristique qui procure un avantage concurrentiel peut être une ressource (p. ex. : un paysage), une capacité (p. ex. : une main-d'œuvre motivée) ou une expérience (p. ex. : fabrication de bannock sur des terres traditionnelles). Ainsi, lorsque les employés particulièrement qualifiés d'un fournisseur de produits touristiques possèdent des connaissances ou des compétences spéciales que personne d'autre ne possède (p. ex. : médecine traditionnelle des Premières Nations), ce fournisseur jouit d'un avantage concurrentiel. Le terrain de l'escarpement lui-même pourrait être considéré comme un avantage concurrentiel.

Les avantages concurrentiels n'ont pas à être préexistants. Ils peuvent être créés si les possibilités appropriées existent.

Les avantages concurrentiels possibles (sans ordre particulier) de l'escarpement du Mont-Riding sont les suivants :

- **Paysage et géomorphologie de l'escarpement** : Le relief de 300 mètres, les ravins profonds, les cours d'eau à débit rapide, les collines de schiste et le paysage sont visuellement frappants, sauvages et accessibles, plus que partout ailleurs au Manitoba.
- **Écosystème de l'escarpement** : Les trois biozones qui convergent ici (voir annexe 4) créent un niveau élevé de biodiversité et une abondance d'espèces végétales et animales. Les densités d'animaux sauvages les plus importantes en Amérique du Nord se trouvent probablement au sein du parc, créant des possibilités d'observation de renommée mondiale. La possibilité d'observer des ours noirs, des orignaux et des castors est constamment considérée par les visiteurs comme extrêmement attrayante. À l'automne, les ours qui se rendent dans les forêts de chênes pour se nourrir de glands dans le secteur de la rivière Ochre représentent une occasion d'observation importante. Les faucons et les passereaux (oiseaux percheurs) qui occupent la forêt à feuilles caduques de l'est, uniques à l'escarpement du Manitoba et que l'on ne retrouve qu'ici, au Manitoba, offrent la possibilité d'observer les migrations du faucon au printemps et à l'automne, la paruline à ailes dorées et d'autres espèces de la forêt à feuilles caduques (tanagas). Ces espèces présentent une répartition saisonnière et leur renommée mondiale attire des ornithologues amateurs du Royaume-Uni et d'autres pays d'Europe. La migration annuelle du faucon offre des possibilités de visites pour les écoles locales. Une tour d'observation de la migration du faucon reconnue mondialement pourrait être une caractéristique clé de la région. Cela lui permettrait de se distinguer du parc national de Prince Albert, du parc national de la Pointe-Pelée ou du parc national des Hautes-Terres-du-Cap-Breton.
- **État du parc national** : Étant le seul parc national du sud du Manitoba, le Mont-Riding offre une image de marque, une réputation et des possibilités tout à fait particulières aux visiteurs et aux visiteurs éventuels.

- **Randonnée pédestre, cyclisme et ski de fond :** Les paysages le long de l'escarpement pourraient offrir une variété de sentiers sauvages et panoramiques exceptionnels. Un avantage concurrentiel pourrait être développé en augmentant le nombre de sentiers et d'usages et en améliorant leur qualité, leur variété, l'expérience qu'ils offrent, leur accessibilité et leur sécurité. Les nombreux sentiers pédestres existants seront mis à niveau au cours des prochaines années. La capacité de se déplacer à vélo dans la région est actuellement limitée, une seule piste consacrée au vélo de montagne ayant été aménagée en 2012. Selon les évaluations, la région pourrait être considérée comme un endroit de renommée mondiale pour le cyclisme. Les sentiers de ski de fond existants et les possibilités d'hébergement en arrière-pays, par exemple dans des yourtes, ajouteront à la qualité et à l'accessibilité de la région pour ce qui est de l'utilisation des sentiers.
- **Cultures et traditions locales :** Le patrimoine et le mode de vie dans la région peuvent être attrayants pour ceux qui souhaitent faire l'expérience des cultures traditionnelles et contemporaines. Mentionnons par exemple la culture des Métis, des Ukrainiens et Anishinabés, notamment, la nourriture, les festivals, les pow-wow et les visites au sein des communautés. L'une des sept communautés qui reconnaissent le parc national du Mont-Riding comme faisant partie de leur territoire traditionnel détient des terres adjacentes au lac Clear, offrant un point d'accès unique au parc à partir des terres des réserves.
- **Possibilité d'une collaboration communautaire (effort d'équipe pour atteindre un objectif) :** Les communautés locales ont, de façon traditionnelle, travaillé ensemble dans un esprit de communauté, pour atteindre des objectifs. L'expérience du Comité consultatif de l'escarpement du Mont-Riding est une forte indication du potentiel de collaboration. Bien gérées, ces collaborations peuvent représenter un avantage concurrentiel.

“
Nous sommes restés bouche bée devant la beauté de cette région, le paysage et la nature vierge. Les possibilités de randonnées et de cyclisme à faible incidence sont à égalité avec ce qu'il y a de mieux en la matière.
 – Concepteur de sentiers cyclables, International Hiking Association
 ”

Question 4 : Qui forme le marché?

Un « marché » viable peut se décliner en de multiples segments, notamment géographique (p. ex. : Brandon), démographique (p. ex. : la génération du baby-boom) et comportemental (p. ex. : l'amateur de culture). Comme nous en sommes aux premières étapes de la planification de l'escarpement du Mont-Riding, il est raisonnable de se tourner vers un segment géographique comme marché initial. **Les régions situées à moins de cinq heures de route seront considérées comme le marché.** Cela comprend les principaux centres urbains de Winnipeg et Brandon, les plus petits centres et les populations rurales du Manitoba et de la Saskatchewan.

De nombreux segments de marché se trouvent à moins de cinq heures de route. L'analyse de ces segments devrait correspondre à des segments existants, par exemple ceux utilisés par Voyage Manitoba. La Commission canadienne du tourisme utilise le Quotient exploration (QE), un modèle éprouvé pour l'analyse du marché et la détermination des segments. Sept marchés cibles ont été définis dans les analyses initiales du Mont-Riding :

- Les amateurs de randonnées pédestres et d'arrière-pays
- Les visiteurs qui souhaitent faire le plein d'énergie et se détendre
- Les campeurs
- Les familles intergénérationnelles (ménages formés de jeunes et de moins jeunes)
- La génération du baby-boom
- Les ambitieux qui misent sur le style de vie (familles actives et adultes ambitieux d'âge moyen)
- Les cyclistes et les vététistes amateurs

Parallèlement, il faut définir la combinaison d'expériences et d'attractions qu'offrira le secteur de l'escarpement du Mont-Riding (le « produit » en termes de tourisme), ce qui a été effectué partiellement en répondant aux trois questions précédentes. Dans le cas de l'escarpement du Mont-Riding, l'inventaire des offres de services existantes n'est pas très grand.

Pour résumer, les prochaines étapes qui permettront d'obtenir une meilleure idée du marché et des attractions, des caractéristiques et des expériences souhaitables pour l'escarpement du Mont-Riding sont les suivantes :

- Confirmer les segments de marché qui existent au sein du marché situé à moins de cinq heures de route.
- Définir de façon plus approfondie une offre de service et de produit souhaitée et réaliste, à la fois dans le parc et à l'extérieur du parc.
- Déterminer les besoins d'investissement.
- Développer l'offre de service ou le « produit ».

Annexe 4

Description du secteur

Écologie

À l'est, les pentes de l'escarpement du Manitoba au sein du parc national du Mont-Riding s'élèvent à 300 mètres au-dessus de la prairie adjacente. Pendant plusieurs milliers d'années, le schiste a été sculpté par l'érosion de l'eau en collines dénudées et en ravins profonds parcourus de cours d'eau rapides. Le résultat est un relief escarpé qui offre l'un des points de vue les plus spectaculaires du Manitoba.

Toute la région était auparavant enfouie sous le glacier continental de la fin de la glaciation du Wisconsin. Au fur et à mesure que l'atmosphère s'est réchauffée, le glacier a reculé, laissant derrière lui le lac glaciaire Agassiz. Pendant plusieurs milliers d'années, le lac s'est drainé vers le nord, laissant des dépôts de schistes sédimentaires qui forment la région exposée de l'escarpement.

“

Tellement d'éléments se complètent ici – les prairies, l'escarpement et les quatre biozones différentes. Vous pouvez ressentir la richesse de cet environnement.

– Employé de Parcs Canada

”

La forme et l'altitude du secteur de l'escarpement du Mont-Riding offrent une zone écoclimatique unique au sein du parc et dans la région adjacente. Les températures au pied de l'escarpement sont généralement plus chaudes. On retrouve également une plus grande gamme de températures et de précipitations dans ce secteur, si on le compare aux régions adjacentes.

Situé au centre de l'Amérique du Nord, le parc est l'endroit où se rejoignent les biomes de la forêt boréale, la forêt-parc de trembles, la prairie et la forêt d'arbres feuillus de l'est. Ces trois zones créent une mosaïque d'écosystèmes florissants qui accueillent une grande diversité d'espèces végétales et animales.

Des forêts mixtes luxuriantes dominent la région au sein du parc. Des peuplements de chêne

à gros fruits uniques s'agrippent aux pentes sèches de l'escarpement. Le peuplier faux-tremble apparaît dans les dépressions avoisinantes jusqu'au milieu des pentes, ou il est remplacé par des herbes au fur et à mesure que l'altitude augmente. Le peuplier baumier est commun dans les endroits plus humides comme les canaux des ruisseaux. Sur les sols alluviaux, on trouve communément l'orme d'Amérique, le frêne vert et l'érable à Giguère. Le feu joue un rôle clé dans l'intégrité écologique de l'écosystème. La vitalité constante du peuplement de chênes de l'escarpement dépend tout particulièrement du brûlage, qui se produit selon une rotation naturelle de cinq à dix ans.

L'original, le wapiti, le cerf, le castor, la loutre de rivière, le porc-épic, le loup gris, le lynx, le cougar, le plongeon huard, le pélican d'Amérique, la chouette lapone et la bernache du Canada ne sont que quelques-uns des animaux et des oiseaux qui vivent dans le parc. L'une des plus importantes populations d'ours noir en Amérique du Nord se trouve ici.

Les liens qu'entretiennent les Premières Nations avec le secteur

Les vestiges des premiers habitants de la région remontent à aussi loin que 7 000 ans av. J.-C. Ces résidents chassaient probablement le bison dans la région, ce qui a été déterminé par des découvertes archéologiques comme des pointes de flèches et des outils de pierre. Les Assiniboine et les Cris, suivis au début des années 1800 par les Anishinabés, ont vécu dans la région où se situe maintenant le parc. Des données anecdotiques suggèrent que les voies de déplacement traditionnelles menaient au pied de l'escarpement et aux secteurs de rassemblement établis. Ces camps de base étaient ensuite utilisés afin d'accéder aux régions plus à l'est de ce qui est maintenant le parc pour la chasse, les rassemblements et les quêtes spirituelles. De nos jours, sept communautés d'Anishinabés ont un intérêt pour le parc, soit un total d'environ 12 800 membres inscrits.

Les Premières Nations de la région qui ont un intérêt pour le secteur de l'escarpement du Mont-Riding sont les suivantes :

- Première Nation d'Ebb and Flow
- Première Nation de Rolling River
- Première Nation de Gambler
- Première Nation de Keeseekowenin
- Première Nation de Waywayseecappo
- Première Nation de Sandy Bay
- Première Nation de Tootinaowaziibeeng

Lieu historique national du Centre-d'inscription-de-l'Entrée-Est-du-Parc-du-Mont-Riding (lieu historique national de l'Entrée-Est)

Le lieu historique national de l'Entrée-Est est situé le long de la route no 19 à la limite est du parc. L'un des trois points d'accès au parc, il a été construit en 1933-1934. Sa désignation a été recommandée par la Commission des lieux et monuments historiques du Canada en 1992, et une plaque commémorative a été dévoilée en 1995. Le lieu historique national de l'Entrée-Est est la seule entrée originale datant des années 1930 de tout le réseau des parcs nationaux du Canada. Il demeure un lieu où les visiteurs peuvent en apprendre plus sur les constructions en bois rond, le programme d'emploi du gouvernement durant la Grande dépression et le développement du tourisme automobile.

En 2005, l'évaluation de l'intégrité commémorative du lieu historique national de l'Entrée-Est a relevé plusieurs défis : le maintien de l'occupation permanente de la résidence du gardien et de la résidence du garde de parc est essentiel pour la protection du lieu; il faut améliorer les messages sur l'importance significative du lieu à l'échelle nationale; il faut augmenter le financement nécessaire à la mise en œuvre des plans d'aménagement du paysage et des plans de communications pour le lieu.

Municipalities

D'un point de vue historique, le Mont-Riding a établi des liens solides avec un grand nombre de ses communautés rurales adjacentes. Traverser la montagne à cheval pour accéder au bois, au gibier et à d'autres marchandises était chose commune alors que le parc était une réserve de chasse fédérale, puis une réserve forestière fédérale.

L'accès au parc par les résidents de la région se poursuit le long de ces routes anciennes. Ce type d'utilisation est fréquent le long de l'escarpement du Mont-Riding et permet à Parcs Canada d'établir un lien naturel et profond avec les communautés et les familles avoisinantes. De nos jours, nombre de municipalités rurales, de villes et de villages ont un intérêt dans l'avenir de ce secteur.

Ressources communautaires

Les organisations suivantes jouent un rôle clé sur le plan de la santé économique et environnementale de la région :

- Parkland Tourism
- Province du Manitoba : Agriculture, Alimentation et Initiatives rurales Manitoba (AAIRM)
- Réserve de la biosphère du Mont-Riding
- Neepawa Economic Development : Gère diverses initiatives et divers projets visant à stimuler le développement économique dans la région de Neepawa
- Parkland Community Futures Development Corporation : Définit, élabore et développe la création d'emplois à long terme et le développement économique au sein de la région
- McCreary District Economic Development Board/Community Development Corporation : Gère diverses initiatives et divers projets visant à stimuler le développement économique dans la région de McCreary.
- Agassiz Planning District (comprend le village de McCreary et la municipalité rurale de McCreary).
- Ste. Rose Planning District (comprend la municipalité rurale de Sainte-Rose et le village de Sainte-Rose-du-Lac)
- Turtle River Watershed Conservation District : Agit comme organisme de coordination et d'éducation pour la gestion des ressources naturelles.

Annexe 5

Station de ski du mont Agassiz



La station de ski du mont Agassiz a pendant longtemps offert du ski alpin sur l'escarpement du Mont-Riding. Au début, à la fin des années 1950, les skieurs locaux remontaient le bassin versant du ruisseau McKinnon pour accéder à la dénivellation et à la neige du mont Agassiz.

En 1958, Parcs Canada a loué environ 142 hectares à un exploitant privé pour l'aménagement d'une station de ski dans le parc national du Mont-Riding.

La station de ski a amorcé ses activités en 1961 et offrait quelques pistes de ski.

Au cours des années soixante-dix, la station de ski du mont Agassiz a pris de l'expansion; on a ajouté des pistes, deux arbalètes et des installations de fabrication de neige artificielle, et agrandi le pavillon de la station. C'est en 1979 que l'expansion la plus importante a eu lieu lorsqu'on a installé un télésiège à deux places et aménagé d'autres pistes de ski.

En 2000, la station de ski a fermé ses portes. Les bâtiments et les autres biens ont été laissés sur place.

Le Plan directeur de 2007 du parc national du Mont-Riding indiquait que l'on n'accorderait pas d'autres baux pour l'exploitation d'une station de ski dans le parc et que le secteur du mont Agassiz serait remis en état.

Après la décision, des intervenants régionaux ont présenté à Parcs Canada de nouvelles informations et de nouveaux points de vue concernant l'avenir du secteur du mont Agassiz. Parcs Canada s'est engagé à examiner la question plus à fond et à commander une étude de faisabilité.

L'étude de faisabilité a révélé que, si la station de ski du mont Agassiz était rouverte, il serait difficile d'en assurer la viabilité financière et commerciale étant donné le marché restreint, la concurrence des stations de ski existantes et les coûts d'investissement et de fonctionnement élevés. Toutefois, certains intervenants sont demeurés vivement intéressés à rouvrir la station de ski et ont voulu évaluer les possibilités, les risques et les conditions liés à l'aménagement et à l'exploitation d'une station de ski viable au mont Agassiz.

Parcs Canada a décidé de revoir la décision relative au mont Agassiz et a proposé une modification au plan directeur du parc national afin de permettre aux entrepreneurs d'élaborer une proposition pour l'exploitation multisaisonnière du mont Agassiz. En janvier 2012, Parcs Canada a mené des consultations publiques approfondies sur la modification du plan directeur. Dans l'ensemble, le public appuyait sans réserve la modification.

En juin 2012, une modification de plan directeur approuvée a été déposée au Parlement. Elle indiquait que Parcs Canada allait « étudier les propositions viables sur le plan financier visant le réaménagement de la station de ski du mont Agassiz ainsi que l'offre d'activités récréatives multisaisonnières ».

En août 2013, Parcs Canada a lancé une Demande de propositions afin de solliciter des soumissions pour la réouverture de la station de ski du mont Agassiz dans le parc national du Mont-Riding en tant qu'installation hivernale ou multisaisonnière durable.

La station de ski du mont Agassiz continue d'être désignée comme une station de ski commerciale en vertu de l'article 36 de l'annexe 5 de la Loi sur les parcs nationaux du Canada (L.C., 2000, ch. 32)

Annexe 6

Principes de gestion de Parcs Canada

Les principes suivants seront pris en compte durant la planification et la mise en œuvre de la Stratégie de secteur.

Résultat stratégique de Parcs Canada

Grâce à des expériences significatives, les Canadiens et Canadiennes ont un lien solide avec leurs parcs nationaux, leurs lieux historiques nationaux et leurs aires marines nationales de conservation. Les visiteurs profitent de ces lieux protégés de manière à les laisser intacts pour les générations d'aujourd'hui et de demain.

Intégrité commémorative

Par intégrité commémorative, on entend l'état de santé ou l'intégralité d'un lieu historique national. L'intégrité commémorative est respectée lorsque :

- les ressources qui illustrent ou représentent son importance ne sont ni endommagées ni menacées;
- les motifs qui justifient son importance historique nationale sont clairement expliqués au public;
- les valeurs patrimoniales du lieu historique (y compris celles qui ne sont pas liées aux motifs qui justifient la désignation à titre de lieu historique national) sont respectées dans toute décision ou mesure ayant une incidence sur le lieu.

Intégrité écologique

« La préservation ou le rétablissement de l'intégrité écologique par la protection des ressources naturelles et des processus écologiques sont la priorité du ministre pour tous les aspects de la gestion des parcs. » (Loi sur les parcs nationaux du Canada, 2000 :8(2)).

Mobilisation

Les activités auxquelles prennent part les partenaires et les intervenants permettent de s'assurer que les besoins et les priorités des Canadiens sont clairement expliqués à l'Agence Parcs Canada; leurs intérêts et leurs connaissances aident l'Agence à guider et à influencer ses mesures et son orientation.

Intendance de l'environnement

Les lieux patrimoniaux protégés qui sont administrés par Parcs Canada seront gérés d'une façon qui réduit les impacts environnementaux négatifs et qui favorise les démarches novatrices employant des technologies et des pratiques respectueuses de l'environnement.

Surveillance et production de rapports

Parcs Canada surveille systématiquement l'état des lieux patrimoniaux protégés ainsi que les tendances à l'égard de la protection des ressources, de l'appréciation du public, de la compréhension du lieu et de l'expérience du visiteur. Ces thèmes sont abordés dans le rapport sur l'état du lieu, qui est préparé localement tous les cinq ans, ainsi que dans des rapports nationaux rédigés tous les deux ans.

Diffusion externe

Puisque la population du pays est de plus en plus urbaine et diversifiée et qu'elle est éloignée des parcs nationaux, Parcs Canada doit réévaluer sa pertinence pour les Canadiens. Grâce à des activités de diffusion et de communication externes, l'Agence favorise la compréhension et l'appréciation par les Canadiens de son mandat et de ses travaux de conservation, et elle les encourage à appuyer la protection et la mise en valeur des lieux patrimoniaux protégés qu'elle administre ainsi qu'à y contribuer.

Partenariat

Par la création et le maintien de partenariats efficaces, Parcs Canada peut créer des possibilités nouvelles et élargies qui rehausseront sa capacité d'offrir des expériences de qualité aux visiteurs, d'établir des relations avec les autres de façon efficace et de s'assurer que ses parcs et ses lieux sont protégés. Parcs Canada ne peut y arriver seul... et ses partenaires non plus. En travaillant ensemble, nous pouvons tous être gagnants.

Respect des Autochtones

Parcs Canada respecte les droits des Autochtones et les accords de revendication territoriale. Dans sa gestion des lieux patrimoniaux protégés, l'Agence collabore avec les peuples autochtones afin d'intégrer leur savoir traditionnel, leurs valeurs et leur patrimoine culturel. L'établissement de relations mutuellement avantageuses avec les communautés autochtones est une priorité pour Parcs Canada.

Tourisme durable

Parcs Canada est le plus important fournisseur de produits touristiques naturels et historiques au pays. Ses destinations emblématiques constituent la pierre angulaire de l'industrie touristique au Canada. Parcs Canada appuie le tourisme durable et collabore avec les professionnels de l'industrie touristique.

Possibilités d'expériences pour les

Les grands changements démographiques modifient le mode de vie et les valeurs des Canadiens ainsi que leur attitude face aux voyages et aux loisirs. Désormais, les voyageurs disposent d'une offre plus variée, sont mieux informés et veulent jouer un plus grand rôle dans le choix et la création de leurs expériences de voyage. En plus d'accroître et de constamment actualiser sa connaissance des besoins ainsi que des attentes des voyageurs, Parcs Canada entend également leur offrir des expériences uniques, authentiques, interactives, personnalisées et diverses qui correspondent à ce qui intéresse les Canadiens et reflètent ce qu'ils sont.

Annexe 7

Membres du Comité consultatif de l'escarpement du Mont-Riding

Bill Baker – Membre du conseil d'administration, Friends of Riding Mountain National Park

Bobby Bennett – Gestionnaire, Turtle River Conservation District (Sainte-Rose)

Wayne Copet – Directeur, Développement de l'industrie, Voyage Manitoba

Ann Dandeneau – Spécialiste du développement des entreprises, Développement communautaire, Agriculture, de l'Alimentation et du Développement rural

Celes Davar – Président, Earth Rhythms, Inc.

Rick Donaldson – Agent de développement économique et **Amanda Cathcart**, gestionnaire des services récréatifs, Ville de Neepawa

Derm English – Gestionnaire régional, Gouvernement local Manitoba

Andrew Flett – Aîné, Première Nation d'Ebb and Flow

Richard Gaywish – Agent de développement économique, Titibinaysiibiing Economic Development Group (Première Nation de Rolling River)

Daymon Guillas – Station de ski Aseissippi

Pam Little – Conseil de développement économique de McCreary

Val Pankratz – Directeur exécutif, Biosphere Reserve

Kathy Swann – Directrice, Parkland Tourism

Karen Walker-Tibble – Spécialiste du développement des entreprises, Agri-Tourisme, Agriculture, de l'Alimentation et du Développement rural

Parcs Canada



Vous avez une idée ?

Vous aimeriez en savoir davantage ou savoir comment participer ?

www.parcscanada.gc.ca/riding
rmp.info@pc.gc.ca | 204-848-PARC