

Réseau québécois des jardins zoologiques et des parcs animaliers

Diagnostic et orientations de développement – Faits saillants



RÉSEAU QUÉBÉCOIS DES JARDINS ZOOLOGIQUES ET DES PARCS ANIMALIERS

Diagnostic et orientations de développement

Rapport final – Faits saillants

présenté par

LA CHAIRE DE TOURISME

Novembre 1999

Pour tout renseignement relatif à cette étude, communiquez avec...

Monsieur Michel Archambault
Titulaire
Chaire de Tourisme
École des sciences de la gestion
Université du Québec à Montréal (UQAM)
Montréal (Québec) H3C 3P8

Téléphone : (514) 987-7882
Télécopieur : (514) 987-3797

Internet : www.unites.uqam.ca/tourisme/
Courriel : chaire.tourisme@uqam.ca

Prix par copie : 50 \$

Tous droits réservés
Dépôt légal – Bibliothèque nationale du Québec, 1999
ISBN : 2-921601-16-8
© Chaire de Tourisme de l'UQAM et Tourisme Québec

NOTE AU LECTEUR

En avril 1999, Tourisme Québec et le ministère de l'Environnement et de la Faune mandataient la Chaire de Tourisme de l'Université du Québec à Montréal pour réaliser une étude de positionnement des principaux zoos et parcs animaliers du Québec, et ce, en vue de favoriser l'harmonisation du projet de développement du Jardin zoologique du Québec avec l'ensemble des zoos québécois – notamment celui de Saint-Félicien.

Un comité de suivi formé de représentants des mandataires et de personnes des régions de Québec et du Saguenay – Lac-Saint-Jean a accompagné l'équipe de la Chaire de Tourisme dans la réalisation des travaux en vue de bien répondre aux objectifs du mandat.

Au début du mois de juillet de cette année, la Chaire de Tourisme déposait un premier rapport portant sur le diagnostic du réseau québécois, l'analyse des grandes tendances qui marquent l'évolution de ce secteur d'activité et le portrait de certains équipements présents dans le monde. Ce premier rapport a favorisé, entre autres, la réflexion amorcée chez les représentants des équipements de la région de Québec quant à la suite à donner à leurs projets initiaux. Ainsi, les résultats des travaux ont coïncidé avec l'évolution de la démarche entreprise par la Société des Parcs de Sciences Naturelles du Québec (responsable du Jardin zoologique et de l'Aquarium du Québec).

De nombreuses rencontres, tant avec les membres du Comité qu'avec plusieurs gestionnaires de zoo au Québec et hors Québec – Toronto, Granby, Oméga, Hemmingford, New York, Rambouillet, Nice –, des entretiens avec plusieurs spécialistes membres entre autres de l'American Zoo and Aquarium Association et de l'Association canadienne des jardins zoologiques et des aquariums, des recherches et des visites ont permis de dresser un bilan de la situation actuelle, de saisir les enjeux et d'articuler des scénarios de développement.

À la suite de la remise, au début d'octobre, d'un deuxième rapport axé sur une synthèse de la recherche et incluant des orientations et des recommandations relatives au développement du secteur, nous sommes heureux de déposer aujourd'hui le rapport final. Nous espérons qu'il répondra aux attentes et aux objectifs du mandat et qu'il servira de cadre de référence pour mieux harmoniser les stratégies de développement, de relance et de consolidation du réseau au sein de l'offre québécoise.

ÉQUIPE DE RÉALISATION

La présente étude a été réalisée par la Chaire de Tourisme de l'École des sciences de la gestion de l'UQAM.

Sous la direction de Michel Archambault, professeur en gestion du tourisme et titulaire de la Chaire, les professionnels de recherche suivants ont participé à la réalisation de l'étude :

Jacques Luneau	Directeur de projet
Chantal Caron	Logistique et communications
Jean-François Charest	Recherche et édition
Claude Péloquin	Professionnel de recherche
Jean Morin	Expert-conseil, analyste financier
Jacques Prescott	Collaborateur à titre d'expert du secteur

Maisons de sondage : ECHO sondage et SOM inc.

Comité de suivi :

Tourisme Québec	Majoric Bouchard, directeur – Recherche et développement Jean-François Demers, professionnel de recherche
Ministère de l'Environnement et de la Faune	Alain Verreault, sous-ministre adjoint aux Opérations Clément St-Hilaire, adjoint au sous-ministre adjoint aux Opérations et secrétaire du Comité
Représentants de la région de Québec	Jean-Paul Bédard, directeur général, SPSNQ Pierre Labrie, directeur, OTCCUQ Madeleine Nadeau, présidente, CRCD
Représentants de la région du Saguenay – Lac-Saint-Jean	Martin Laforge, directeur général, Zoo sauvage de Saint-Félicien Claude Munger, président, CRCD Serge Plourde, directeur général, Fédération touristique du Saguenay – Lac-Saint-Jean

SOMMAIRE

PARTIE I LE DIAGNOSTIC DE LA SITUATION

L'évolution générale des jardins zoologiques et des parcs animaliers dans le monde

Le développement des jardins zoologiques dans le monde a subi d'importantes transformations au fil des ans. Au 19^e siècle, le concept de ménagerie prédominait : il s'agissait d'un lieu où des animaux exotiques et plutôt rares étaient présentés au public. Au 20^e siècle, la notion de parc zoologique, plus répandue, s'articule autour d'une idéologie axée sur la protection et la conservation. Au tournant des années 70, face à des constats alarmants sur la sauvegarde des espèces, les jardins zoologiques sont alors amenés à jouer un rôle de premier plan. Aujourd'hui, perçus comme des maillons importants pour la protection des espèces, la recherche et l'éducation, ils représenteront, au cours de la prochaine décennie, de véritables centres de conservation en mesure de répondre aux impératifs de développement durable. Globalement, plusieurs éléments façonneront l'évolution des jardins zoologiques. Mentionnons entre autres :

- Le développement de programmes de conservation *in situ* et *ex situ* axés sur la protection des espèces.
- Le souci du bien-être des animaux à travers la promotion de codes d'éthique et l'élaboration de standards internationaux.
- Le « réseautage » des zoos au niveau mondial et la multiplication des échanges entre scientifiques.
- L'éducation du public à la mission des zoos dont, au premier titre, la conservation des espèces animales.

Le réseau québécois des jardins zoologiques et des parcs animaliers

Le diagnostic de la situation au Québec porte avant tout sur les cinq principaux jardins zoologiques, c'est-à-dire :

- ⇒ le Jardin zoologique du Québec
- ⇒ le Zoo de Granby
- ⇒ le Zoo sauvage de Saint-Félicien
- ⇒ le Parc Safari de Hemmingford
- ⇒ le Biodôme de Montréal.

Le rapport analyse la situation de l'Aquarium du Québec – dans la perspective de son renouvellement prochain – et s'intéresse à certains autres équipements au sein du réseau : le Parc Oméga, l'Ecomuseum de la Vallée du Saint-Laurent, le BioParc de la Gaspésie.

Historiquement, au Québec, le premier zoo voit le jour en 1930 avec la création du Jardin zoologique du Québec, localisé à Charlesbourg. Puis s'ajoutent d'autres établissements au fil des ans : Granby (1952), le Zoo de Saint-Félicien (1961), le Parc Safari de Hemmingford (1972). Le Biodôme de Montréal est le plus récent établissement à vocation zoologique. Son ouverture coïncide avec les fêtes du 350^e anniversaire de Montréal, en 1992. L'ensemble de ces institutions, à l'exception du Jardin zoologique du Québec, sont membres (ou en processus d'accréditation) de l'Association canadienne des jardins zoologiques et aquariums (CAZA). Seul le Zoo de Granby est également membre de l'Association américaine des zoos et aquariums (AZA).

Au Québec, d'autres établissements présentent des collections animales, notamment ceux détenant un permis de centre d'observation de la faune. Soulignons entre autres, l'Ecomuseum de la Vallée du Saint-Laurent situé à Sainte-Anne-de-Bellevue et le BioParc de la Gaspésie à Bonaventure. Ces deux équipements valorisent une approche biogéographique mettant en valeur les ressources environnementales (faune, flore) d'une région en particulier. Par ailleurs, le Parc Oméga, localisé à Montebello dans la région de l'Outaouais, se distingue par l'ampleur de son cadre naturel et la présentation d'espèces animales en liberté. C'est également un attrait prisé par les groupes organisés voyageant dans l'axe Montréal-Ottawa.

Enfin, l'Aquarium du Québec est le seul établissement de ce genre au Québec. Situé dans la ville de Sainte-Foy, cet équipement présente à la fois des collections aquatiques d'espèces indigènes et exotiques. Il est sous la responsabilité d'une gestion commune avec le Jardin zoologique du Québec. Les autorités envisagent un plan de développement majeur visant le renouvellement et la modernisation de cet équipement.

La vocation des principales composantes du réseau québécois

Le diagnostic de la situation permet de constater que les cinq principaux zoos du Québec ainsi que l'Aquarium du Québec possèdent chacun une vocation particulière et qu'ils s'inscrivent généralement en complémentarité tant en termes de type de présentation des collections que de localisation sur le territoire. Le tableau ci-après illustre les principaux paramètres de ce réseau; suivra, une brève analyse des principales composantes dudit réseau, et de son positionnement auprès des clientèles et des marchés.

Portrait des principaux zoos du réseau québécois et de l' Aquarium du Québec

Zoos et aquarium	Éléments de positionnement	Caractères spécifiques du produit
Biodôme de Montréal	<ul style="list-style-type: none"> → Musée de sciences naturelles → Attrait quatre saisons en milieu urbain → Concept de « cité » de l'environnement et maillage avec le Jardin botanique, l'Insectarium, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reproduction intérieure d'écosystèmes (faune et flore) ▪ Accent sur la protection de l'environnement et sur l'éducation scientifique
Jardin zoologique du Québec	<ul style="list-style-type: none"> → Attrait complémentaire lors d'un séjour dans la capitale → Accent sur les collections animales dans un cadre naturel (jardin, couvert végétal) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Collection ornithologique intéressante ▪ Collection variée de primates ▪ Spécificité de la collection horticole et des aménagements paysagers
Zoo sauvage de Saint-Félicien	<ul style="list-style-type: none"> → Attrait grande nature avec collections animales en cohabitation → Approche axée sur la biodiversité et l'environnement nordique 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Emphase sur la présence d'animaux en semi-liberté ▪ Cadre naturel et ampleur du site
Zoo de Granby	<ul style="list-style-type: none"> → Attrait orienté vers la découverte du monde animal → Volet récréatif important → Emphase sur l'éducation et la conservation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accent sur la présentation d'espèces exotiques et menacées ▪ Caractère récréatif avec la venue du parc Amazoo
Parc Safari de Hemmingford	<ul style="list-style-type: none"> → Parc thématique familial agrémenté par la présence d'animaux → Parcours en automobile et observation des animaux en liberté 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Présence de multiples aménagements récréatifs ▪ Présence de boutiques commerciales
Aquarium du Québec	<ul style="list-style-type: none"> → Seul aquarium d'importance au Québec et dans la partie est du Canada → Site de choix à proximité du fleuve Saint-Laurent 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intéressantes collections d'espèces exotiques et indigènes ▪ Présentation de spectacles dans des bassins extérieurs

Les caractéristiques des composantes du réseau québécois

- **Le type de gestion publique ou privée est une facette importante qui conditionne le développement des composantes.** Deux établissements sont de propriété publique, le Biodôme et le Jardin zoologique du Québec, tandis que les zoos de Granby et de Saint-Félicien sont constitués en société privée à but non lucratif. Depuis quelques années, la gestion du Jardin zoologique et de l'Aquarium du Québec est assumée par l'entremise de la Société des Parcs de Sciences Naturelles du Québec (S.P.S.N.Q.). Seul le Parc Safari de Hemmingford relève du secteur privé au sens traditionnel du terme.
- **Les périodes d'exploitation distinguent les vocations respectives des composantes.** Trois zoos (Biodôme, Jardin zoologique du Québec et Zoo sauvage de Saint-Félicien) de même que l'Aquarium du Québec fonctionnent tout au long de l'année tandis que ceux de Granby et de Hemmingford sont ouverts de mai à octobre. Pour l'ensemble, la période de grand achalandage se situe durant la saison estivale.
- **Les tarifications en vigueur varient en fonction de la mission des composantes, de leur localisation et de la concurrence à laquelle elles font face.** Le Biodôme de Montréal et le Jardin zoologique du Québec, à vocation publique, appliquent sensiblement la même tarification (tarif adulte : 9,50 \$). Le Zoo de Granby et le Parc Safari de Hemmingford qui ont tous deux un volet récréatif important, alignent de manière très étroite leur tarification (tarif adulte : 20 \$). Enfin, le Zoo sauvage de Saint-Félicien, en raison de la durée de visite sur le site et de son éloignement, demande un prix plus élevé que le Jardin zoologique du Québec ou le Biodôme (tarif adulte : 17 \$).
- **Les recettes d'exploitation des cinq principaux zoos et de l'Aquarium du Québec totalisent 30,9 millions de dollars en 1998.** La part respective de chacune des composantes s'établit comme suit : Biodôme (12 800 000 \$), Parc Safari de Hemmingford (7 100 000 \$), Zoo de Granby (5 000 000 \$) et le Zoo sauvage de Saint-Félicien (4 000 000 \$). Les recettes d'exploitation des équipements de la région de Québec (Jardin zoologique et Aquarium) totalisent 2 millions de dollars.
- **Sur le plan de l'exploitation et du bilan financier, la mission respective des zoos rend les comparaisons difficiles.** Le Biodôme et le Jardin zoologique du Québec reçoivent des contributions publiques. Les autres zoos présentent en général un budget équilibré. Le revenu moyen par visiteur varie énormément selon les composantes du réseau. En 1998, le Jardin zoologique du Québec génère un revenu moyen de 5 \$ par visite comparativement à 17,10 \$ pour le Zoo sauvage de Saint-Félicien et de 14,65 \$ pour celui de Granby.

L'analyse du positionnement, des clientèles et des marchés du réseau québécois

- **L'achalandage des zoos s'avère important, car plus de 2 millions de visiteurs ont fréquenté cette catégorie d'attrait en 1998.** Le Biodôme de Montréal, à lui seul, accapare 44 % de la part de marché. Le Zoo sauvage de Saint-Félicien connaît une très bonne performance avec 230 100 visiteurs, ce qui représente 11 % du volume global de l'achalandage. Le Jardin zoologique du Québec a reçu 214 000 visiteurs, une hausse significative depuis les dernières années.

- **Les familles constituent le principal segment de clientèle pour les zoos et représentent les deux tiers de l'achalandage.** La clientèle scolaire et les groupes organisés suivent en termes d'importance. Ce dernier segment totalise 24 % de l'achalandage du Zoo sauvage de Saint-Félicien, confirmant ainsi son rôle majeur comme attrait touristique pour la région du Saguenay – Lac-Saint-Jean.
- **L'achalandage des clientèles touristiques de l'extérieur du Québec est manifestement plus élevé pour certaines composantes.** C'est le Biodôme (41 %) et le Zoo sauvage de Saint-Félicien (24 %) qui se distinguent sur ce plan, ce dernier recevant un volume important de clientèles européennes. Dans le cas du Jardin zoologique du Québec, la part de clientèles touristiques de l'extérieur de la province se situe à 15 %.

La réalisation de deux sondages spécifiques en cours de mandat a permis de valider des éléments importants sous l'angle des marchés et des clientèles respectives.

Un premier sondage, réalisé au début du mois de septembre 1999 auprès de 2 017 répondants parmi la population adulte du Québec, nous assure d'un échantillonnage représentatif de touristes québécois ayant visité les principales régions du Québec au cours de l'été dernier. Il permet d'évaluer la place respective des zoos et de l'Aquarium tant auprès de la clientèle touristique que de celle dite excursionniste (visite de moins de 24 heures). Les faits saillants sont les suivants :

- ◆ **La proportion de touristes** qui a visité ce type d'attrait lors d'un séjour dans les régions varie sensiblement entre les composantes du réseau. Ainsi, 30,4 % des touristes québécois ayant séjourné dans la région du Saguenay – Lac-Saint-Jean ont effectivement visité le Zoo sauvage de Saint-Félicien, ce qui le place au premier rang des zoos visités par les touristes québécois. La proportion est la suivante pour les autres composantes du réseau : Biodôme 12,2 %, BioParc de la Gaspésie 10,8 %, Zoo de Granby 10 %, Aquarium du Québec 9,8 % et Jardin zoologique du Québec 6,1 %.
- ◆ **La fréquentation par la clientèle excursionniste** demeure tributaire des marchés locaux et régionaux où sont situés les zoos. Ainsi, les excursionnistes québécois sont plus enclins à visiter le Zoo de Granby (4,4 %), le Parc Safari de Hemmingford (2,2 %), le Biodôme (1,7 %) ou le Jardin zoologique du Québec (1,7 %). Cette situation s'explique par l'importance des marchés métropolitains de Montréal et de Québec.
- ◆ Globalement, **le taux de fréquentation**, à la fois des clientèles touristique et excursionniste, représente **18 %** de la population adulte du Québec. Le sondage confirme l'importance du créneau familial, en particulier les ménages faisant partie du groupe d'âge 25-44 ans.

Une deuxième enquête de type qualitatif a été réalisée auprès de 56 grossistes en voyage accueillant des clientèles touristiques de l'extérieur du Québec. L'échantillonnage de l'enquête fut construit à partir de listes de grossistes visitant à la fois le Zoo sauvage de Saint-Félicien, le Jardin zoologique du Québec ou l'Aquarium du Québec. Le sondage s'adressait également à des grossistes visitant les deux régions, sans pour autant fréquenter ce type d'équipement.

Les résultats confirment la place prépondérante du Biodôme et du Zoo sauvage de Saint-Félicien comme attraits touristiques pour les grossistes lorsqu'ils effectuent des séjours au Québec avec des clientèles de l'extérieur. Les faits saillants sont les suivants :

- Les équipements visités par les grossistes qui vendent des circuits à destination du Québec sont avant tout le Biodôme (71 %), le Zoo sauvage de Saint-Félicien (48 %), l'Aquarium du Québec (27 %) et le Parc Oméga (23 %). Le Jardin zoologique du Québec est fréquenté par 20 % des grossistes interrogés.
- Globalement, l'importance accordée aux zoos et à l'Aquarium est plus limitée lorsque vient le temps pour les grossistes de choisir des attraits ou des activités à inclure dans leurs forfaits au Québec. Seulement 16 % des grossistes interrogés considèrent les zoos ou les aquariums comme « très importants ». Les attraits les plus prisés sont par ordre d'importance : les routes scéniques et les panoramas, les musées et les centres d'interprétation, les lieux historiques, les parcs naturels et le plein air.
- Des différences appréciables sont notées chez les grossistes lorsqu'ils choisissent des attraits ou des activités pour leurs clientèles. Dans la région de Québec, ils privilégient des attraits connus, en particulier les tours de ville (58 %), les sites naturels (42 %), les plaines d'Abraham (21 %), les musées (17 %) et d'autres attractions (15 %).
- L'opinion des grossistes confirme la place importante qu'occupe le Zoo sauvage de Saint-Félicien dans l'offre touristique. Ainsi, 67 % des grossistes qui se rendent au Saguenay – Lac-Saint-Jean programment cet attrait dans leurs circuits, suivi de la visite du Village historique de Val-Jalbert (49 %) et des croisières-excursions (24 %).

L'enquête nous renseigne également sur **les impacts que pourrait entraîner le renouvellement des équipements de la région de Québec** sur la programmation des forfaits offerts par les grossistes. Retenons en particulier l'élément suivant :

- Quarante grossistes sur les 56 interrogés estiment qu'ils dirigeraient certainement ou probablement davantage de clientèles au Jardin zoologique du Québec. Quant aux perspectives de prolongement de la durée de visite à Québec, seulement 12 grossistes interrogés estiment que cela aurait un effet positif. En ce qui concerne les impacts prévisibles pour les autres composantes du réseau, 15 % des groupes amenés au Québec par les grossistes délaisseraient d'autres zoos; dans le cas de celui de Saint-Félicien, c'est un peu moins de 12 %, soit 140 groupes sur un total de 1 198, ce qui représenterait une diminution de l'achalandage de 2,4 % des visites totales à cet équipement.

Le rapport indique que la concurrence directe pour les zoos vient surtout des parcs thématiques et d'amusement qui se sont multipliés un peu partout en Amérique du Nord. On constate de plus que le développement de grands centres commerciaux et de lieux de divertissement intérieurs visent également la clientèle familiale. Les musées et les sites d'interprétation élargissent leurs thématiques (scientifique, éducative) et, à ce titre, peuvent être considérés comme des concurrents.

Les tendances influençant le développement des zoos et des aquariums dans le monde

Sur le plan du développement, les zoos nord-américains regroupés sous une association dynamique et bien structurée, l'American Zoo and Aquarium Association (AZA), sont considérés comme les principaux leaders dans le monde. Certains jardins zoologiques les plus réputés en Amérique du Nord influencent l'avenir des zoos tant sur le plan de la demande que du produit proprement dit. Le contexte concurrentiel de développement des zoos et des aquariums s'appuie sur des grandes tendances qui les inciteront à s'adapter aux besoins des clientèles au cours de la prochaine décennie.

Les tendances sociodémographiques

Les dirigeants des jardins zoologiques et des aquariums doivent composer avec le phénomène du vieillissement de la population (toute personne qui naît aujourd'hui a 1 chance sur 2 de devenir centenaire) et s'ajuster aux caractéristiques propres aux baby-boomers et à la génération « X » – née entre les années 1965 et 1976 –, lesquels dicteront les tendances de demain. L'éclatement de la structure familiale incitera aussi les zoos et les aquariums à repenser leur produit en fonction de nouvelles valeurs. La quantité et la qualité de la main-d'œuvre disponible et la présence croissante des communautés culturelles seront d'autres facteurs d'importance à considérer.

La croissance du tourisme dans le monde

Secteur économique convoité tant par les pays industrialisés que par ceux en voie de développement, le tourisme connaît une croissance accélérée qui se poursuivra à l'échelle internationale – le nombre de touristes internationaux devant franchir le cap du milliard dès 2010 selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT).

Lorsque vient le moment de prendre des vacances en famille, plus de 28 % optent pour un parc thématique, un jardin zoologique ou un aquarium. Parmi les attraits touristiques les plus prisés avec lesquels les zoos et les aquariums auraient avantage à créer des partenariats, mentionnons les séjours urbains et les sites historiques. Comme le démontrent les nombreux projets d'investissements en cours (en particulier aux États-Unis), il existe un engouement spécifique pour les aquariums; ils se visitent rapidement, le tout présenté dans un espace restreint et à l'abri des intempéries.

Le souci de la conservation et de la préservation des espèces

L'avenir des jardins zoologiques et des aquariums s'oriente autour de quatre grands axes : la pédagogie, la conservation, la recherche et la récréation. La notion de qualité de l'expérience se situe au cœur des préoccupations des gestionnaires. L'aptitude à retenir et à s'entourer d'une équipe forte, particulièrement sur le plan scientifique, contribuera au succès des institutions. Pour bien satisfaire la clientèle, la visite devra répondre à un besoin d'apprentissage de plus en plus présent chez le consommateur qui cependant, souhaite aussi se divertir. La découverte scientifique, grâce à l'interaction des cinq sens, fait partie du processus d'éducation et influence tant le niveau d'appréciation que la durée du séjour.

La spécialisation des zoos comme élément de différenciation

Les zoos et les aquariums « spécialisés » occuperont de plus en plus d'importance parmi les attraits en demande. Ils représentent une opportunité de se démarquer de la concurrence et de mettre en valeur les spécificités d'une région en particulier. Le niveau de spécialisation retenu nécessite parfois des choix difficiles qu'il incombe d'appuyer par des ressources humaines qualifiées.

L'évolution des goûts des consommateurs exige une réflexion constante quant au renouvellement du produit. Les idées novatrices s'avèrent essentielles pour attirer de nouveaux créneaux de clientèle et trouver des sources de financement originales. La création de liens au sein de l'industrie touristique constitue à cet égard une option fort intéressante d'exploiter.

L'usage « intelligent » des technologies de l'information

L'intégration des outils technologiques tels l'Internet et le commerce électronique constitue une donnée incontournable en termes de commercialisation du produit — particulièrement à l'endroit de la clientèle touristique. Ces outils faciliteront le travail des gestionnaires des jardins zoologiques et des aquariums et le rythme rapide et continu des changements obligera ces derniers à faire preuve d'une grande capacité d'adaptation et d'innovation. Les technologies d'information favorisent également le réseautage des institutions au plan mondial — en particulier le partage des connaissances — et représentent de puissants instruments de diffusion et de sensibilisation.

PARTIE II LES ORIENTATIONS ET LES RECOMMANDATIONS QUANT AU DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU QUÉBÉCOIS

Le secteur doit relever d'importants défis de renouvellement et de développement, et ce, en raison de diverses lacunes dont souffre le réseau en comparaison avec d'autres institutions en Amérique du Nord. Dans une perspective d'amélioration constante du produit, les équipements québécois devront s'adapter aux tendances mondiales déjà mentionnées, lesquelles conditionnent l'évolution des zoos et des aquariums. Pour répondre à ces exigences, le rapport formule plusieurs recommandations en fonction de trois volets spécifiques d'intervention et suggère des pistes d'action pour certains équipements du réseau.

Les recommandations selon trois volets :

- **LA CONSOLIDATION ET LE RENOUVELLEMENT CONSTANT DES PRODUITS**

L'évolution de l'offre, principalement sur le plan international, laisse entrevoir un environnement concurrentiel intense pour ce domaine d'activité. Le réseau québécois doit tenir compte de différentes facettes qui influencent le développement des zoos et des aquariums. Sous l'angle de la consolidation et du renouvellement des produits, les recommandations sont les suivantes :

- **Viser le rehaussement de la qualité et du calibre des équipements en ce qui a trait aux types d'aménagements, aux modes de présentation des collections animales et aux choix des thématiques, le tout dans une optique de spécialisation au sein du réseau.** Cette avenue permettra d'assurer une complémentarité et une synergie entre les composantes.
- **Porter une attention particulière aux missions fondamentales des institutions zoologiques** de façon à maintenir un équilibre entre les vocations « conservation et recherche » par rapport à celles davantage orientées « récréation et divertissement ».
- **Insister pour que les thématiques différencient les produits offerts dans chacune des composantes afin de susciter un plus grand pouvoir d'attraction sur le plan récréotouristique.** Les perspectives de développement, en ce sens, doivent supporter le renouvellement des produits dans un contexte où le Québec a l'obligation de miser sur des projets novateurs et originaux pour se distinguer comme destination touristique.
- **Inciter les gestionnaires des zoos et des parcs animaliers – incluant les centres d'observation de la faune – à respecter et à promouvoir les normes réglementaires en vigueur au Québec** et à encourager les principales composantes du réseau à adhérer aux normes canadiennes et américaines de manière à favoriser le rehaussement des standards actuels.
- **Favoriser une intégration plus poussée des technologies de l'information et du multimédia au sein des zoos et de l'Aquarium** par la définition d'un volet de développement technologique. Ces nouveaux supports représentent des avenues incontournables pour bonifier les expériences offertes aux clientèles, animer les différentes expositions et informer le public. De plus, vu le savoir-faire québécois dans ce secteur, ces nouveaux outils pourraient être mis à profit de façon à démarquer avantageusement le réseau québécois des zoos et des parcs animaliers dans la présentation de ses collections et la programmation de ses activités.

- **LA CONCERTATION ET LE RAYONNEMENT DES COMPOSANTES**

Le présent rapport souligne le peu de concertation, à l'heure actuelle, entre les composantes du réseau québécois et dénote aussi une certaine fragilité des équipements tant sur le plan de la pérennité des infrastructures et des aménagements que sur le plan des ressources humaines. De plus, en comparaison avec d'autres institutions zoologiques à l'extérieur du Québec, le rayonnement du réseau québécois demeure en général embryonnaire et limité. Le défi de la concertation et du rayonnement des institutions suggère les recommandations suivantes :

- **Sensibiliser les gestionnaires des équipements à l'importance stratégique des ressources humaines et des échanges d'informations au sein du réseau et auprès de leurs partenaires.** Sur le plan du savoir-faire et des compétences, la qualité des équipes dirigeantes et des professionnels (conservateurs, vétérinaires, biologistes, aménagistes) se pose comme une condition fondamentale au succès et au rayonnement de ces institutions.
- **Encourager un véritable « réseautage » entre les composantes, notamment par la relance d'un regroupement** des zoos et des parcs animaliers au Québec. Ce dernier mettrait l'accent sur les activités de développement conjointes, les programmes de formation des ressources humaines et le partage d'informations.
- **Favoriser une valorisation et une reconnaissance des missions des institutions zoologiques** par l'intégration au sein des conseils d'administration de personnes représentatives et reconnues des communautés et de cercles encourageant le développement scientifique de ces institutions. Cet élément contribuera à assurer la cohérence et la stabilité des missions et surtout à maintenir une crédibilité sur les plans national et international.
- **Valoriser la conservation et la recherche scientifique au sein des composantes du réseau québécois** en élargissant les protocoles d'échanges avec d'autres institutions ailleurs dans le monde. Cette avenue offre les avantages de miser sur une coopération internationale avec des organismes qui présentent des intérêts communs (collections animales, thématiques de conservation, programmes de recherche, activités d'éducation). Les composantes du réseau peuvent tisser des liens plus étroits en termes d'échanges de savoir-faire, de maillage entre les institutions pour ainsi mettre de l'avant, tant pour les publics québécois qu'étrangers, les réalisations issues de ces projets de coopération.
- **Assurer une collaboration plus étroite avec le monde de l'enseignement** en vue de maintenir un niveau d'excellence des ressources humaines et de développer des projets de coopération dans des champs spécialisés tels que la zoologie, la médecine vétérinaire, la conservation et la protection des espèces.
- **Inciter les dirigeants des principaux zoos et de l'Aquarium à poursuivre des projets de recherche dans les habitats ou encore sur les sites où vivent les différentes espèces.** Cette pratique contribuera au rayonnement des organismes tout en favorisant la création de nouvelles collaborations avec le milieu.

- **LE FINANCEMENT ET LES INVESTISSEMENTS DANS LE RÉSEAU**

La question cruciale du financement interpelle l'ensemble des partenaires quant à la recherche de solutions permanentes qu'imposent le renouvellement des produits et surtout la rentabilité des composantes du secteur. Un cadre d'action devrait être créé et comporter des exigences spécifiques pour mieux arrimer les stratégies d'investissement des composantes du réseau québécois de zoos et de parcs animaliers. À cet égard, les recommandations du rapport portent sur les aspects suivants :

- **Exiger l'élaboration de plans d'affaires quinquennaux comme élément central de validation de tout projet de développement** bénéficiant d'un financement public, en partie ou en totalité. Cette exigence permettrait de valider les hypothèses relatives à la viabilité financière des projets.
- **Élaborer un cadre de référence en matière d'investissement et de financement.** Cet outil devrait analyser les principaux projets de développement au Québec, proposer des modèles de financement appropriés et adaptés au secteur, mesurer les conditions de succès et s'inspirer des bonnes pratiques développées ailleurs en Amérique du Nord dans le secteur des zoos et des aquariums.
- **Moduler l'aide gouvernementale en fonction de critères spécifiques associés aux différents volets** (volet récréotouristique, volets éducatif et scientifique, volet technologique) de façon à assurer l'équité dans le soutien accordé au développement des composantes du réseau.
- **Prévoir des exigences particulières d'encadrement pour assurer un suivi des investissements publics** en ayant recours, entre autres, à des vérifications externes des résultats des entreprises et des organismes dans ce secteur et à la présence d'experts reconnus au sein des conseils d'administration.
- **Évaluer les possibilités de financement privé pour des projets présentant des perspectives de rentabilité intéressantes** et susciter l'intérêt de partenaires financiers par le développement de maillages dans ce secteur (création d'entités juridiques distinctes entourant le montage financier des projets, formation de co-entreprises, etc.).
- **Examiner étroitement les opportunités de financement accru par le biais des commandites, de fondations et de partenariats avec des entreprises.** Le défi de la qualité et de la crédibilité des institutions permettrait à terme d'intéresser le secteur privé à s'associer plus directement aux missions des zoos et de l'Aquarium. Il importe de miser sur un courant mondial propice à la valorisation de l'environnement ainsi qu'à la protection des espèces et des habitats pour associer des partenaires qui y trouveraient des avantages, et ce, en fonction des thématiques mises de l'avant, de la visibilité auprès du public et de leur engagement en matière de développement durable.

Pistes de développement pour certains équipements du réseau québécois

Par rapport aux projets de renouvellement des équipements dans la région de Québec, les conclusions de l'étude insistent sur la nécessité de finaliser les concepts en précisant les axes de développement, et d'élaborer les plans d'affaires en tenant compte des recommandations énoncées à propos des thématiques, à savoir :

Le Jardin zoologique du Québec

Le plan de développement de ce jardin zoologique devrait prendre comme assises sa localisation, à savoir sa vocation principale de zoo en milieu urbain doté d'atouts certains au niveau des collections (oiseaux, primates), et son cadre naturel spécifique (couvert végétal, présence de jardins aménagés, collections horticoles).

La stratégie de repositionnement devrait s'appuyer sur une *spécialisation des thématiques* orientée vers les collections de la faune ailée (oiseaux, papillons, insectes, mammifères ailés), l'horticulture et la botanique. Ces diverses avenues suscitent énormément d'intérêt, en particulier auprès de la clientèle des 45 ans et plus (plus de 75 % sont friands de telles thématiques). La diversité des aménagements, les activités d'animation, la programmation d'événements – expositions florales mensuelles, conférences publiques, concerts associés à des thématiques et aux jardins floraux – et la mise en place d'une stratégie de commercialisation visant à fidéliser les clientèles locale et régionale, entre autres par des abonnements saisonniers, voilà quelques mesures qui viendront appuyer cette orientation majeure de manière à présenter un tout cohérent et attractif. Le Jardin zoologique du Québec devrait également saisir les opportunités que représenteront les fêtes entourant le 400^e anniversaire de la fondation de Québec en 2008 pour bien camper sa nouvelle vocation auprès des clientèles internationales.

L'Aquarium du Québec

Le plan de développement de l'Aquarium du Québec confirme la vocation nationale de cet équipement en misant sur les principaux atouts qui le caractérisent : le seul aquarium d'importance au Québec et sa localisation stratégique aux abords du fleuve Saint-Laurent. De plus, le renouvellement envisagé lui permettrait de devenir l'aquarium le plus important de l'est du Canada – dépassant largement le calibre de celui de Shippagan au Nouveau-Brunswick.

La stratégie de repositionnement de cet équipement devrait mettre l'accent sur *les collections aquatiques indigènes et la thématique du fleuve Saint-Laurent*. Cette orientation exige un renouvellement important des infrastructures et des aménagements tant sur le plan des présentations des collections animales, des espaces publics que des pavillons d'accueil. Une avenue intéressante concerne l'apport des technologies multimédias pour développer un concept unique de présentation virtuelle de mammifères et de poissons qui ne peuvent être gardés en captivité. Pour les collections, on devra porter une attention particulière aux espèces vedettes reliées aux thématiques de base de l'Aquarium, notamment les espèces aquatiques indigènes.

Les recommandations quant au suivi à assurer pour la finalisation des projets dans la région de Québec portent également sur les volets suivants :

- ◆ Valider de manière étroite dans le cadre de la finalisation des plans d'affaires du Jardin zoologique et de l'Aquarium du Québec, les concepts de développement ainsi que les perspectives d'autofinancement de ces équipements. À cet effet, les prévisions d'achalandage, la hausse des revenus et le contrôle des dépenses associées au renouvellement des produits devront se traduire par des objectifs financiers visant à terme l'autofinancement des opérations de ces équipements.
- ◆ Rechercher un équilibre sectoriel avec les autres composantes du réseau québécois de zoos et de parcs animaliers, notamment au niveau des thématiques mises de l'avant, des concepts d'aménagement, des collections animales incluant les animaux vedettes ainsi que des activités d'animation. Sous cet angle, il importe davantage d'innover afin de ne pas reproduire les mêmes formules prétendument attractives auprès des clientèles touristiques, tout en évitant la banalisation à moyen terme.

Pour des fins d'harmonisation au sein du réseau québécois, les actions à mettre de l'avant à la suite du dépôt du présent rapport devraient tenir compte des perspectives de développement en gestation dans d'autres composantes, et plus particulièrement au Zoo sauvage de Saint-Félicien.

Le Zoo sauvage de Saint-Félicien

Le Zoo sauvage de Saint-Félicien doit miser sur des caractéristiques qui lui sont propres et le distinguent – principalement sur les marchés touristiques. Les priorités en termes de développement portent avant tout sur la mise en valeur de la thématique de la nordicité au cœur de la spécificité du zoo et sur son engagement dans des programmes de recherche et de conservation des espèces indigènes (expériences conjointes menées sur son propre site ou à l'extérieur). Le projet d'addition d'aires d'accueil et la construction d'un nouveau pavillon où le concept de *Carrefour nordique* sera exploité viendront concrétiser la vocation unique de cet équipement, en plus de favoriser davantage la participation étroite des communautés régionales et celle du monde des affaires.

Quelques autres composantes du réseau

En ce qui a trait aux autres composantes du réseau, bien qu'elles n'aient pas fait l'objet d'une analyse approfondie dans le cadre de ce mandat, diverses avenues permettent d'envisager le rehaussement de la qualité des équipements et une plus grande synergie entre les institutions.

- Le ***Biodôme de Montréal*** se situe au rang des institutions scientifiques d'importance au Québec. Sa localisation, dans l'arrondissement du Parc Olympique, lui permet de développer une synergie avec d'autres attraits comme le Jardin Botanique et l'Insectarium. De plus, l'ajout dans le même secteur, d'autres attraits tels le projet d'exposition permanente *Metaforia* et la relocalisation éventuelle du Planétarium, renforcera son pouvoir d'attraction. Par ailleurs, il devrait miser sur la création d'un concept d'expositions temporaires lui permettant d'offrir une programmation continue d'activités et d'événements allant au-delà de la présentation permanente des quatre écosystèmes.
- Le ***Zoo de Granby*** planifie actuellement le développement d'un projet de dolphinarium dont l'ouverture coïnciderait avec le 50^e anniversaire du jardin zoologique, en 2003. Ce projet, dont la vocation s'étalerait sur quatre saisons, comporte la création d'aménagements intérieurs (pavillon central, bassins) et extérieurs (bassins, estrades de spectacles) qui s'ajouteraient à l'offre actuelle. À cet égard, une alliance stratégique avec des équipements de la métropole pourrait être envisagée.

TABLE DES MATIÈRES

SOMMAIRE	I-XIII
INTRODUCTION	1
PARTIE I LE DIAGNOSTIC DE LA SITUATION	
1. L'évolution générale des jardins zoologiques	3
2. Le réseau québécois des jardins zoologiques	7
2.1 L'évolution du réseau québécois des jardins zoologiques	7
2.2 L'encadrement réglementaire	8
2.2.1 Les normes d'adhésion aux associations canadienne et américaine	
2.3 Les autres lieux de préservation d'espèces animales au Québec	13
2.4 La vocation des principales composantes du réseau québécois	15
2.5 Les caractéristiques principales de l'offre	16
2.6 Les résultats d'exploitation et le financement	30
2.6.1 Les résultats d'exploitation globaux	
2.6.2 Les sources de revenus	
2.6.3 Les dépenses d'exploitation	
2.6.4 La masse salariale	
2.6.5 Les résultats par visite	
2.6.6 Les immobilisations et leur financement	
2.6.7 Conclusion	
2.7 Les projets de développement et d'investissements	48
3. Le positionnement actuel des zoos du réseau québécois et leurs marchés respectifs	51
3.1 Le positionnement des composantes du réseau	51
3.2 L'achalandage actuel des zoos	52
3.2.1 L'importance de l'achalandage des zoos au Québec	
3.2.2 Les caractéristiques des clientèles	
3.2.3 La fréquentation des zoos et des parcs animaliers par les clientèles québécoises au cours de l'été 1999	
3.3 L'importance des zoos dans l'offre touristique	69
3.4 La concurrence directe des jardins zoologiques	71
3.5 Les perceptions des grossistes face aux zoos et à l'Aquarium	73
3.5.1 Le profil des répondants	
3.5.2 Les critères de choix d'un attrait et d'une destination	
3.5.3 Les destinations prisées au Québec et les activités offertes	
3.5.4 La programmation des différents zoos et de l'Aquarium du Québec	
3.5.5 Le nombre total de groupes générés par les grossistes	
3.5.6 Les raisons de fréquentation ou de non-fréquentation	
3.5.7 Les opinions face aux perspectives de développement du Jardin zoologique du Québec et de l'Aquarium	

4. L'évolution du réseau des zoos et des parcs animaliers dans le monde	89
4.1 L'offre nord-américaine	89
4.1.1 Les caractéristiques de l'offre	
4.2 L'offre européenne	99
4.2.1 La législation européenne	
4.2.2 Les éléments caractéristiques de l'offre européenne	
4.2.3 Les caractéristiques de la demande : le cas de la France	
5. Les grandes tendances sociétales	107
5.1 Les tendances sociodémographiques	107
5.1.1 Le phénomène du vieillissement de la population	
5.1.2 Les caractéristiques des classes démographiques	
5.1.3 La croissance des minorités visibles	
5.1.4 La structure familiale	
5.1.5 La part de la population active	
5.2 Les tendances touristiques	112
5.3 Les tendances en matière de développement de produit	114
5.3.1 La préservation de l'environnement	
5.3.2 La recherche d'une expérience d'apprentissage	
5.3.3 L'importance de l'éducation et de l'animation	
5.3.4 La nécessité constante de renouvellement du produit	
5.3.5 La spécialisation de l'offre	
5.3.6 L'insertion dans le produit touristique de destination	
5.3.7 La gestion et le financement	
5.4 Les tendances technologiques	131
5.4.1 Le Web	
5.4.2 Le commerce électronique	
5.4.3 Le support technologique à l'expérience	
5.5 L'impact des grandes tendances pour les jardins zoologiques et les aquariums	135
5.5.1 L'impact des tendances sociodémographiques	
5.5.2 L'impact des tendances touristiques	
5.5.3 L'impact des tendances en matière de développement de produit	
5.5.4 L'impact des tendances technologiques	

PARTIE II LES ORIENTATIONS ET LES RECOMMANDATIONS QUANT AU DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU QUÉBÉCOIS

6. Synthèse et orientations	139
6.1 Rappel des principales caractéristiques des jardins zoologiques et de l'Aquarium	139
6.2 Les tendances de la demande et les opportunités de marché	145
6.2.1 Les facteurs influençant la demande	
6.2.2 Les comportements et les nouvelles exigences des consommateurs	
6.2.3 Les opportunités dans les marchés locaux et régionaux	
6.2.4 Les opportunités dans les marchés touristiques	
6.3 Les incidences pour les composantes du réseau	160
6.3.1 Les efforts de commercialisation et de promotion	
6.4 Les tendances de développement de l'offre	162
6.4.1 Les tendances à l'échelle mondiale	
6.4.2 Les créneaux de produits et de services dans les composantes du réseau québécois	
6.4.3 La collaboration scientifique, la recherche et les programmes d'éducation	
6.4.4 Les maillages et les partenariats au sein de l'industrie touristique	
6.5 Les ressources humaines au sein du réseau	174
6.6 Les avenues de développement des composantes du réseau	177
6.7 Les conditions de succès sur le plan financier	183
6.7.1 Les missions et les objectifs financiers	
6.7.2 Caractéristiques du secteur et stratégie d'investissement	
6.7.3 Les cinq défis de gestion des composantes	
7. Conclusion et recommandations	199

ANNEXES

Répertoire des personnes contactées

Portrait sommaire des jardins zoologiques et des aquariums étudiés

BIBLIOGRAPHIE

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Historique d'exploitation des jardins zoologiques	8
Tableau 2	Recensement des établissements présentant des collections animales au Québec	15
Tableau 3	Statut d'entreprise des jardins zoologiques	17
Tableau 4	Collections animales des jardins zoologiques	17
Tableau 5	Localisation et accessibilité des jardins zoologiques	20
Tableau 6	Superficie d'aménagement et d'accueil	21
Tableau 7	Périodes d'ouverture et indice de fréquentation des jardins zoologiques	22
Tableau 8	Tarifs d'admission des jardins zoologiques	24
Tableau 9	Répartition des ressources humaines dans les jardins zoologiques	25
Tableau 10	Résultats d'exploitation globaux, entreprises à caractère public, 1998	31
Tableau 11	Résultats d'exploitation globaux, entreprises à caractère privé, 1998	32
Tableau 12	Source de revenus, entreprises à caractère public, 1998	33
Tableau 13	Source de revenus, entreprises à caractère privé, 1998	35
Tableau 14	Dépenses d'exploitation, entreprises à caractère public, 1998	36
Tableau 15	Dépenses d'exploitation, entreprises à caractère privé, 1998	37
Tableau 16	Masse salariale, entreprises à caractère public, 1998	39
Tableau 17	Masse salariale, entreprises à caractère privé, 1998	40
Tableau 18	Résultats par visite (en \$), entreprises à caractère public, 1998	41
Tableau 19	Résultats par visite (en \$), entreprises à caractère privé, 1998	43
Tableau 20	Immobilisations, entreprises à caractère public, 1998	44
Tableau 21	Immobilisations, entreprises à caractère privé, 1998	45
Tableau 22	Principaux projets en voie de développement dans les zoos du Québec	49
Tableau 23	Achalandage des jardins zoologiques en 1998	52
Tableau 24	Segments de clientèles des jardins zoologiques	55
Tableau 25	Provenance des clientèles des jardins zoologiques	57
Tableau 26	Provenance des clientèles des grossistes visitant les différents zoos du Québec et l'Aquarium	57
Tableau 27	Dépenses des visiteurs des jardins zoologiques	58

Tableau 28	Profil des touristes québécois dans les régions de Québec et du Saguenay – Lac-Saint-Jean	63
Tableau 29	Incidence de fréquentation des zoos et de l'Aquarium chez la population adulte du Québec – été 1999	64
Tableau 30	Volume de visiteurs des zoos et de l'Aquarium chez la population adulte du Québec – été 1999	64
Tableau 31	Fréquentation des zoos et de l'Aquarium dans le cadre d'un voyage réalisé au Québec – population adulte du Québec, été 1999	65
Tableau 32	Fréquentation des zoos et de l'Aquarium dans le cadre d'une excursion réalisée au Québec – été 1999	66
Tableau 33	Profil des visiteurs des zoos et de l'Aquarium – population adulte du Québec	68
Tableau 34	Répartition des voyageurs dans les parcs thématiques ou les zoos au Canada	70
Tableau 35	Répartition des entrevues selon la liste des grossistes	73
Tableau 36	Fréquentation des zoos et de l'Aquarium par les grossistes interrogés – ensemble des grossistes (n=56)	78
Tableau 37	Nombre total de groupes au Québec et pour chacun des attraits	80
Tableau 38	Opinions des grossistes face aux thématiques de développement du Jardin zoologique du Québec	84
Tableau 39	Opinions des grossistes face aux thématiques de développement de l'Aquarium du Québec	85
Tableau 40	Appréciation des types d'impacts selon les opinions des grossistes	86
Tableau 41	Appréciation des types d'impacts selon les opinions des grossistes	87
Tableau 42	Dénombrement par type d'établissement et région géographique, 1997	90
Tableau 43	Importance des zoos et des aquariums comme attractions touristiques selon la perception des dirigeants, 1997	91
Tableau 44	Part de marché des établissements membres de l'AZA, 1997	93
Tableau 45	Appréciation des outils promotionnels les plus utilisés	98
Tableau 46	Attentes des baby-boomers vs Génération « X »	109
Tableau 47	Tendance évolutive des types de familles canadiennes	110
Tableau 48	Dynamique des jardins zoologiques et des parcs animaliers	143
Tableau 49	Forces et faiblesses du réseau québécois	144
Tableau 50	Incidence de fréquentation des zoos et de l'Aquarium chez la population adulte du Québec – été 1999	153

Tableau 51	Volume de visiteurs des zoos et de l'Aquarium chez la population adulte du Québec – été 1999	154
Tableau 52	Fréquentation des zoos et de l'Aquarium dans le cadre d'un voyage réalisé au Québec – population adulte du Québec, été 1999	155
Tableau 53	Fréquentation des zoos et de l'Aquarium dans le cadre d'une excursion réalisée au Québec – été 1999	155
Tableau 54	Éléments de positionnement des composantes du réseau québécois	167

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique 1	Résultats d'exploitation globaux, entreprises à caractère public, 1998	30
Graphique 2	Résultats d'exploitation globaux, entreprises à caractère privé, 1998	31
Graphique 3	Source de revenus, entreprises à caractère public, 1998	33
Graphique 4	Source de revenus, entreprises à caractère privé, 1998	34
Graphique 5	Résultats par visite, entreprises à caractère public, 1998	41
Graphique 6	Résultats par visite, entreprises à caractère privé, 1998	42
Graphique 7	Évolution de la fréquentation – Zoo sauvage de Saint-Félicien	53
Graphique 8	Évolution de la fréquentation – Zoo de Granby	53
Graphique 9	Évolution de la fréquentation – Biodôme de Montréal	54
Graphique 10	Évolution de la fréquentation – Jardin zoologique du Québec	54
Graphique 11	Région de destination des touristes québécois – été 1999	59
Graphique 12	Groupes d'âge des touristes québécois au Québec et de la population en général	60
Graphique 13	Revenu des ménages des touristes québécois et de la population en général	60
Graphique 14	Importance des activités et attraits dans le choix des séjours et circuits	75
Graphique 15	Programmation des différents zoos et de l'Aquarium du Québec	80
Graphique 16	Répartition géographique des zoos et des aquariums membres de l'AZA, 1997	90
Graphique 17	Budget d'exploitation (\$ US), 1997	92
Graphique 18	Évolution de la fréquentation des établissements	92
Graphique 19	Fréquentation des établissements, 1997	93
Graphique 20	Composition de la clientèle, AZA, 1997	94
Graphique 21	Attractions touristiques reconnues à moins de 80 kilomètres, 1997	96
Graphique 22	Évolution démographique canadienne (en milliers)	107
Graphique 23	Évolution démographique américaine (en millions)	108
Graphique 24	Distribution de la population aux États-Unis (en %)	110
Graphique 25	Évolution de la population active au Canada (en %)	111
Graphique 26	Recettes touristiques internationales (en milliards \$ US)	112
Graphique 27	Arrivées de touristes internationaux (en millions)	113

Graphique 28	Attraits choisis lors des vacances en famille	113
Graphique 29	Nombre d'utilisateurs d'Internet dans le monde, 1998-2003 (en millions)	131
Graphique 30	Commerce électronique, États-Unis vs reste du monde (en milliards \$ US)	133
Graphique 31	Ventes de produits de voyage en ligne (en milliards \$ US)	133
Graphique 32	Taux de croissance du nombre de consommateurs de produits de voyage en ligne aux États-Unis, en France, au Royaume-Uni et en Allemagne	134