

RIVIÈRE RICHELIEU ET LAC CHAMPLAIN

Un Plan pour rendre nos plans d'eau plus attrayants

CHARLES POULIN

charles.poulin@tc.tc

Tourisme Saint-Jean-sur-Richelieu et Région a procédé au dévoilement de son *Plan stratégique de développement rivière Richelieu – lac Champlain* vendredi dernier, avec comme objectif premier, d'ici cinq ans, de rendre ces deux plans d'eau plus attrayants pour les visiteurs et les résidents en améliorant leur accessibilité et en augmentant les services offerts.

Le but est de faire connaître encore plus la région comme capitale du nautisme dans la province, mais aussi les attraits qui sont situés à proximité du Richelieu et du lac Champlain, tels le patrimoine, le cyclotourisme et l'agrotourisme. Ce «positionnement distinctif» permettra d'attirer et de retenir la clientèle plus longtemps et, du fait même, d'accroître les retombées touristiques, économiques et sociales.

L'étude s'est échelonnée sur une période de huit mois et a été réalisée par les firmes Desjardins Marketing Stratégique de Québec et Option Aménagement de Montréal.

Le document prône le développement de la rivière et du lac autour de trois pôles d'attraction qui seront Saint-Jean-sur-Richelieu, Saint-Paul-de-l'Île-aux-Noix et Venise-en-Québec, mais en incluant également toutes les autres municipalités riveraines.

«L'idée est que les gens arrivent en bateau et accèdent facilement aux berges, que les personnes sur la berge puissent avoir facilement accès à l'eau, explique la directrice des études stratégiques et associée chez Desjardins Marketing Stratégique, Marlène Fortin. La rivière Richelieu et le lac Champlain se démarquent déjà comme une plaque tournante du nautisme au Québec, mais nous voulons pousser une coche plus loin.»

HAUT EN COULEUR

La présentation de l'étude était accompagnée d'exemples de nouveaux attraits pour le moins hauts en couleur: un conteneur qui se transforme en restaurant, des anneaux géants qui ornent la rive, un restaurant sur un quai, un hôtel et des yourtes flottants, des piscines sur l'eau et une

île flottante artificielle.

«Le but était simplement de faire voyager et rêver les gens, explique l'architecte paysagiste d'Option Aménagement, André Nadeau. Nous avons choisi des objets originaux pour stimuler l'imaginaire. On ne veut pas copier ce qui se fait ailleurs. Il faut plutôt donner une marque de commerce propre à la rivière et au lac avec des projets originaux qui apporteront une valeur ajoutée à la région.»

Tourisme Saint-Jean-sur-Richelieu et Région ainsi que ses partenaires seront donc à la recherche d'entrepreneurs qui auraient un intérêt à développer un projet du genre aux abords du Richelieu ou du lac Champlain.

«L'industrie touristique a grandement besoin de cet apport, souligne le conseiller municipal et président de Tourisme Saint-Jean-sur-Richelieu et Région, Stéphane Legrand. À Venise-en-Québec, le privé a investi et nous aimerions voir ça partout dans le Haut-Richelieu. Il y a de bonnes opportunités d'affaires, mais il faut y croire.»

«Ce n'est pas obligé d'être gros comme ce que nous avons présenté ce matin, ajoute la directrice générale de l'organisme, Joséé Julien. Il s'agit de trouver les bons produits et les bonnes interventions.»

AMÉLIORATIONS

Le Plan stratégique propose également plusieurs améliorations pour rendre la rivière et le lac plus accessibles.

La première est de sécuriser les opérations d'éclusage dans le Vieux-Saint-Jean. Les auteurs suggèrent la mise sur pied d'une corporation qui opérerait les écluses pour prolonger les journées d'ouverture de la voie navigable. Ce groupe travaillerait de concert avec Parcs Canada et se financerait par l'entremise d'activités.

Il faudrait également réaménager certaines rampes de mise à l'eau, en construire d'autres et ajuster les stationnements en conséquence dans les trois pôles visés. À Saint-Jean-sur-Richelieu, on évoque la mise en place d'un accès au nord du pont ferroviaire du Montreal, Maine and Atlantic (MMA) en plus de consolider ceux du Centre-de-plein-air-Ronald-Beauregard et du Collège militaire royal.



Ce restaurant, qui est en fait un conteneur, existe dans le Vieux-Port de Montréal.

Des sites pour le quaiage de jour de quelques heures devraient également être identifiés, qu'ils soient publics ou non. Il faudrait offrir un service de mobilité (vélos, mobylettes) pour que les plaisanciers puissent de rendre aux attraits ou services, aux restaurants et aux hôtels, par exemple. L'offre de produits du terroir ainsi que les éléments de patrimoine et d'histoire à proximité des berges doivent être mis en valeur. Les rives doivent être emmenagées et embellies.

Les services et commodités pour les embarcations doivent être améliorés à chacun des trois pôles. La Marina St-Tropez est citée en exemple pour la diversification des services offerts aux plaisanciers.

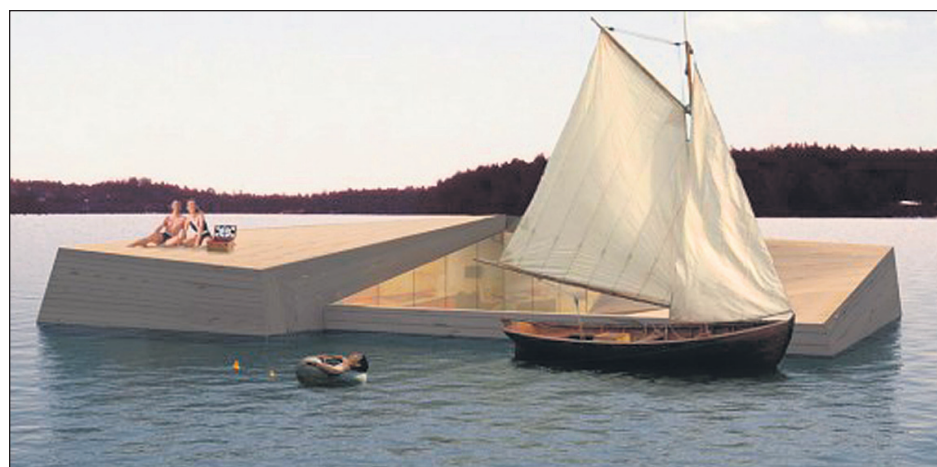
LONGUE HALEINE

Les auteurs affirment de plus qu'il faut rattacher le Collège militaire royal au développement du centre-ville et affirmer le rôle du Centre-Ronald-Beauregard comme base de plein air nautique à Saint-Jean, diversifier les activités de l'île aux noix à Saint-Paul et accroître celles de la pointe Jameson à Venise-en-Québec.

«Nous n'avons pas fait cette étude pour qu'elle reste sur la tablette, atteste Josée Julien. Il faudra regarder comment il est possible de l'intégrer dans le schéma d'aménagement de la MRC. C'est un travail de longue haleine, mais je vais être celle qui va taper sur le clou.» ■



Une des suggestions des auteurs de l'étude: un restaurant sur un quai.



Ce type d'île flottante pourrait accueillir les plaisanciers qui veulent pique-niquer sur la rivière Richelieu ou le lac Champlain.



Un hôtel flottant est un exemple de «produit d'expérience» qui démarquerait le Richelieu des autres rivières.

LE CANADA FRANÇAIS
84, rue Richelieu, Saint-Jean-sur-Richelieu,
Qc J3B 6X3 - Télécopieur: (450) 347-4539

450 347-0323
www.canadafrancais.com

LES PETITES ANNONCES
1 866 637-5236

Directeur régional,
région Sud:
Charles Couture
charles.couture@tc.tc

Rédacteur en chef:
Gilles Lévesque
gilles.levesque@tc.tc

Journalistes:
Richard Hamel
richard.hamel@tc.tc
Marie-Josée Parent
marie-josee.parent@tc.tc
Gilles Bérubé
gilles.berube@tc.tc
Louise Bédard
louise.bedard@tc.tc
Valérie Legault

valerie.legault@tc.tc
Marie-Pier Gagnon
marie-pier.gagnon@tc.tc
Charles Poulin
charles.poulin@tc.tc

Photographes:
Rémy Boily
Stéphanie Brûlé
Simon Lachapelle

Collaborateurs:
Pascal Cloutier
Jean-François Crépeau
Marie-Claude Duval
Nicole Garneau
Nicole Gibeau
Steve Goulet
Jean-Paul Grappe

Jean-François Guay
Pierre-Olivier Hamel
Denis Henri
Sylvie Laroché
Raymond Marier
Michel Ménard
Mélanie Paquet
Nicolas Paquin
Robert Rheault
Kimberley C. Tremblay
Mario Wilson

Correcteurs
Michel Phaneuf
Louise Bisailon

Directeur des ventes:
Francis Benoit
francis.benoit@tc.tc

Adjointe au directeur régional
et **superviseuse aux ventes:**
Gabriella Agarla
gabriella.agarla@tc.tc

Conseillers en
solutions médias:
Sylvie Leblanc
sylvie.leblanc@tc.tc
Manon Lavigne
manon.lavigne@tc.tc
Nancy Leclerc
nancy.leclerc@tc.tc

Martin Stewart
martin.stewart@tc.tc
Martine Tanguay
martine.tanguay@tc.tc
Nancy St-Jean
nancy-st-jean@tc.tc
Nathalie Beaulieu
nathalie.beaulieu@tc.tc
Sébastien Page, Publisac
sebastien.page@tc.tc

Conseillère en ventes
numériques:
Mélanie Deslauriers
melanie.deslauriers@tc.tc

Conseillères en
ventes internes:
Caroline Gagné
caroline.gagne@tc.tc
Julie Herron
julie.herron@tc.tc
Marjorie Langevin
marjorie.langevin@tc.tc
France Galipeau
france.galipeau@tc.tc

Préposées à l'entrée
de données:
Manon Labelle
manon.labelle@tc.tc
Liette Pothier
liette.pothier@tc.tc

Superviseuse de production:
Rose Audette
rose.audette@tc.tc
Coordonnateur de
production:
Stéphane Forget
stephane.forget@tc.tc

Infographistes:
Marc-André Beauvais
Jeannette Bédard
Francine Dubois
Vincenzo Gargano
Judith Gélinas
Louise Goyette
Marie-Lyne Goyette
Denis Lapointe
César Nunez
Marjo Paquin

Concepteurs-graphistes
Matthieu Lambert
Valérie Leblanc
Kim Gauvin
Distribution:
Christian Marleau
christian.marleau@tc.tc

Impression:
Transmag
Publié par:
Médias Transcontinental S.E.N.C.
Président:
François Olivier, intérim
www.medias-transcontinental.com

L'EXEMPLAIRE: 1,65\$
Au Canada abonnement 12 mois: 78,00\$ 6 mois: 40,46\$
12 semaines: 20,79\$ (Prix taxes incluses)

tc • MEDIA

Membre des Hebdo Régionaux. Tirage certifié par ABC.
Poste publication - convention: 40064924. Dépôt légal.
Bibliothèque nationale du Québec.

Toute reproduction des annonces ou informations, en tout ou en partie de façon intégrale ou déguisée, est formellement interdite sans la permission écrite de l'éditeur.
Les journalistes permanents sont membres du Syndicat des travailleurs de l'information du journal Le Canada Français (C.S.N.). Ce journal est imprimé sur un papier avec un contenu d'au moins 20% de papier recyclé.

RÉSEAU SÉLECT

