

La motoneige au Québec : un sport toujours en évolution

Gaëtan Barrette

Volume 8, Number 3, November 1989

Tourisme hivernal

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1080311ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1080311ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Barrette, G. (1989). La motoneige au Québec : un sport toujours en évolution. *Téoros*, 8(3), 29–33. <https://doi.org/10.7202/1080311ar>

La motoneige au Québec: un sport toujours en évolution

Gaëtan Barrette*



Historique

Joseph-Armand Bombardier ne se doutait sûrement pas, lorsqu'il produisit ses premières motoneiges à l'échelle commerciale, en 1959, que le sport de la motoneige allait prendre l'ampleur qu'on lui connaît actuellement.

Voilà un cliché que tous les motoneigistes du Québec ont entendu à plusieurs reprises. Pourtant, la pratique du sport de la motoneige est méconnue de la population en général, à tel point que l'on croit qu'elle est en régression, ce qui s'avère tout autre puisqu'en 1987, on dénombrait au Québec selon une étude du ministère du Tourisme, 634 000 pratiquants âgés de 18 ans et plus, ce qui représentait 13 % de cette catégorie de la population québécoise.

Ainsi, de 1960 au milieu des années 70, la motoneige connaît une telle popularité, débordant même des frontières du Québec, qu'en 1970, on compte 129 fabricants de motoneige à travers le monde.

Mais la motoneige ne jouit pas d'une bonne réputation auprès de la population en général. Plusieurs personnes se plaignent du grand nombre d'accidents, des dommages causés à l'environnement, plus particulièrement à la propriété privée, ainsi que du bruit du véhicule. Selon les gens qui pratiquaient le sport de la motoneige à cette époque, tous ces problèmes et réactions de la population étaient dus au manque d'espace pour pratiquer l'activité.

C'est ainsi qu'au cours des années '60 et au début des années '70, les motoneigistes s'organisent et développent la plupart des clubs au Québec. Ces derniers négocient des droits de passage et se procurent la machinerie et l'outillage nécessaires pour l'entretien des sentiers.

Tous ces clubs, qui agissaient isolément la plupart du temps, s'unissent en 1974 pour fonder la Fédération des Clubs de Motoneigistes du Québec, qui encore aujourd'hui, fait office de représentant pour l'ensemble des clubs au Québec. Ils pourront ainsi, par l'entremise de la Fédération des Clubs de Motoneigistes du Québec, négocier des subventions auprès des instances gouvernementales pour l'entretien et la signalisation sur les sentiers. À cette époque, le ministère des Transports octroyait les subventions aux clubs et en 1981, c'est le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche qui prend la relève.

Également, en 1975, on fondait les Sentiers de Motoneige Trans-Québec Inc. qui devait atteindre trois (3) objectifs, soit de mettre de l'avant le développement des sentiers de motoneiges au niveau provincial et régional, d'appuyer les efforts des clubs de motoneigistes dans la signalisation des sentiers et la distribution de cartes de sentiers, et d'organiser un événement

* Monsieur Gaëtan Barrette est à l'emploi de la firme Bombardier

annuel pour promouvoir l'utilisation des pistes par tous les motoneigistes. Plus tard, cet organisme à but non lucratif disparaîtra et c'est la Fédération des Clubs de Motoneigistes du Québec qui assumera ces objectifs.

Par ailleurs, la réglementation sur la motoneige, tant attendue des motoneigistes et de la population en général, ne prend forme qu'en 1972, soit treize (13) ans après la mise en marché de la première motoneige. Cette réglementation permet de normaliser entre autres, la construction du véhicule, l'équipement requis, les refuges et les sentiers de pratique, l'utilisation de la motoneige et les différentes normes de la circulation, l'immatriculation et le permis de conduire.

LES INTERVENANTS

Les clubs

Selon la Fédération des Clubs de Motoneigistes du Québec, en 1988 on retrouvait 57 347 membres faisant partie des 248 clubs répartis à travers la province. Chaque membre doit payer une cotisation annuelle au club, lequel lui remettra une carte qui lui permettra de circuler dans les sentiers.

On se rend compte que ces 57 347 membres ne représentent que 9 % des 630 000 pratiquants du sport de la motoneige.

Malgré tout, ce sont les clubs qui assument l'entretien de la portion de sentiers qui passe sur leur territoire. De même le club fournit le personnel pour patrouiller et assurer la sécurité dans les sentiers. Dans chaque cas, le personnel est bénévole et celui-ci a reçu une formation autant au niveau de l'entretien que de la sécurité. On dénombrait ainsi en 1988, selon la Fédération des Clubs de Motoneigistes du Québec, 6 500 personnes s'occupant bénévolement de l'entretien des pistes, de la signalisation, de la réglementation et de l'organisation d'activités sociales.

En plus de faire la gestion de leurs propres sentiers, les clubs doivent trouver leurs moyens de financement et négocier les droits de passage.

Le travail de tous ces bénévoles, selon la Fédération des Clubs de Motoneigistes du Québec, représenterait une masse salariale de 7 210 000 \$. Les clubs financent leurs différentes activités par la vente de carte de membre, la contribution de commanditaires, les revenus tirés de certaines activités sociales et par une subvention du ministère du

Loisir, de la Chasse et de la Pêche, distribuée au prorata du nombre de kilomètres de sentiers entretenus par le club, soit près de 17 \$ du kilomètre régulier de sentiers et 50 \$ par kilomètre de sentier désigné, c'est-à-dire de sentiers qui demandent plus d'entretien.

Selon une étude de Thibault et Barras (1988) un club opère 15 semaines par année, en moyenne, génère des revenus annuels de 18 000 \$ alors que les dépenses sont de l'ordre de 14 000 \$. La dépense la plus importante est l'opération des surfaceuses de sentiers qui représente 57,1 % du budget annuel. Il faut noter que l'âge moyen des surfaceuses est de 14 ans, ce qui constitue un problème au niveau de l'équipement.

La Fédération des Clubs de Motoneigistes du Québec

Cet organisme regroupe donc aujourd'hui plus de 57 000 membres dont plus de 6 000 proviennent de l'extérieur du Québec.

Les services offerts par la Fédération sont les suivants:

- un secrétariat permanent
- un support administratif
- la formation des officiers de sécurité
- une police d'assurance-responsabilité
- un programme d'auto-financement
- la vente d'articles promotionnels et utilitaires
- la carte du réseau de sentiers Trans-Québec
- le magazine Motoneige-Québec
- différentes statistiques sur le sport de la motoneige

La Fédération s'occupant de l'ensemble du territoire Québécois, celle-ci a divisé le Québec en 18 régions ayant chacune un administrateur.

Certaines régions revêtent une importance plus grande, au niveau du nombre de membres et de l'achalandage dans les sentiers, entre autres celles de **Lanaudière**, qui a également une **vocation touristique importante**.

Ainsi, la principale fonction de la Fédération est de faire la promotion du sport de la motoneige. Elle assure également l'accréditation et la formation des agents de sécurité sur les sentiers et une certaine supervision du réseau des pistes. Notons aussi, que la Fédération des Clubs de Motoneigistes du Québec joue un rôle important de représentation auprès des différents intervenants.

Le gouvernement

Quatre (4) principaux intervenants du gouvernement du Québec sont impliqués dans le sport de la motoneige.

La Régie de l'Assurance Automobile du Québec intervient au niveau de l'immatriculation de la motoneige. Selon cette dernière, près de 150 000 motoneiges circulaient au Québec, mais par contre, plus de la moitié ne serait pas immatriculée. Le ministère des Transports, est responsable de la réglementation et de la signalisation. Le ministère de l'Environnement normalise le développement des pistes et limite l'aménagement des sentiers à des territoires précis. Quant au ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, tel que mentionné plus haut, il est responsable des subventions octroyées aux clubs, pour l'entretien et le développement des pistes de randonnée.

Les octrois gouvernementaux ne constituent par contre qu'un mince pourcentage (13 % en 1987-88) de l'ensemble des coûts d'opération requis pour l'entretien des sentiers.

Les manufacturiers

Au niveau des manufacturiers, quatre (4) compagnies fournissent à elles seules près de 98 % des motoneiges commercialisées dans le monde entier. Ce sont Bombardier Inc., Yamaha, Arco et Polaris. Bombardier Inc. détient la plus grande part du marché des ventes de motoneiges. Une recrudescence des ventes s'observe depuis 1983 et la tendance est toujours à la hausse, comparativement à une diminution entre 1979 et 1982.

Valeur économique

La pratique du sport de la motoneige a une valeur économique importante au Québec, tant au point de vue quantitatif que qualitatif.

Les dépenses directes liées à la pratique de la motoneige, étaient de 123,5 millions de dollars en 1986-87 (étude du ministère du Tourisme). De cette somme, 116 millions de dollars ont été dépensés au Québec. Ces dépenses englobent les frais de transport, d'hébergement, de restauration, d'utilisation des motoneiges et de divertissement engendrés par la pratique de la motoneige.

Aussi, selon une étude de Zins, Beauchesne et Associés (1989) pour le compte du ministère du Loisir, de la Chasse et de la

Pêche, du point de vue quantitatif on peut estimer à plus de 200 000 000 de dollars les retombées économiques engendrées par la pratique de la motoneige au Québec.

Certains secteurs sont ainsi favorisés:

- évidemment le secteur manufacturier
- le secteur des services d'entretien des véhicules
- la gestion et l'entretien des pistes
- le carburant et la partie de taxes qu'il génère
- le fonctionnement des clubs
- le secteur touristique, les festivals de motoneige et les excursions

Du point de vue qualitatif, les points importants à souligner sont les suivants:

- une partie importante de ces retombées sont de nature touristique, intra-Québec, mais aussi en provenance de l'extérieur du Québec. Aussi en 1986-87, les dépenses faites par les touristes motoneigistes (motoneigistes ayant fait au moins un voyage au Québec et impliquant au moins un coucher) ont été évaluées à 58 000 000 \$, ce qui représente 47 % des dépenses directes totales (123,5 millions) de l'ensemble des motoneigistes. De cette somme de 58 000 000 \$, la part des touristes hors-Québec pourrait atteindre les 10 000 000 \$ (Zins, Beauchesne et Associés).
- le potentiel de développement et d'accroissement de l'activité motoneigiste est encore très important.
- l'activité entraîne une grande partie de ses retombées dans des régions et municipalités où elle représente une contribution importante.
- ces retombées ont lieu l'hiver et souvent dans des régions où l'activité économique est quasi nulle durant cette période.

Il faut également souligner que les retombées économiques engendrées par la pratique de la motoneige sont corroborées par plusieurs études effectuées aux États-Unis dans plusieurs états américains.

Le marché des touristes-motoneigistes

Le sport de la motoneige est le seul sport d'hiver couvrant l'ensemble de la province de Québec, avec un réseau de sentiers s'échelonnant sur plus de 24 000 kilomètres. Le potentiel touristique est aussi évalué à plus de 1 200 000 motoneigistes actuellement, dans un rayon de 1 000 kilomètres. Ce marché ne couvre évidemment pas

POTENTIEL RÉGIONAL DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA MOTONEIGE

	A*	B*	C*	D*	E*	F*	G*	H*	I*	J*	K*
1- Gaspésie	2	3	1	2	1	1	2	1	1	14	B
2- Bas St-Laurent	3	3	1	2	1	1	2	1	1	15	B
3- Saguenay/Lac St-Jean	3	3	3	1	3	2	2	1	2	20	A
4- Québec-Nord	1	3	3	3	3	2	3	1	3	22	A
5- Beauce	2	1	3	1	1	1	2	1	2	14	B
6- Amiante	2	3	3	1	2	1	2	1	2	17	B
7- Appalaches	1	3	3	1	2	1	1	1	1	14	B
8- Centre du Québec	1	1	2	2	2	1	2	2	1	14	B
9- Mauricie	1	2	1	3	1	2	2	3	1	16	B
10- Estrie	2	3	2	2	2	1	1	1	2	16	B
11- Vallée du Richelieu	2	2	1	1	1	1	2	1	1	12	C
12- Sud-Ouest (Mtl)	1	1	3	1	1	1	1	1	1	11	C
13- Nord-Ouest (Mtl)	1	1	3	1	2	1	3	1	1	14	B
14- Lanaudière	3	2	3	3	1	2	2	3	3	22	A
15- Laurentides	3	3	3	3	1	2	1	1	3	20	A
16- Outaouais	2	1	2 ⁽¹⁾	3	1	3	2	1	1	16	B
17- Abitibi-Témiscamingue	3	2	2 ⁽¹⁾	2	1	3	2	1	1	17	B
18- Côte-Nord	1	3	1	-	1	2	1	1	1	11	C

A* Importance du réseau

B* Qualité de l'enneigement

C* Potentiel d'entretien

D* NBR de services touristiques

E* Qualité des services touristiques

F* Potentiel des pourvoies

G* Services motoneige (réparations)

H* Services motoneige (essence)

I* Promotion touristique

J* Total Pointage

K* Classification

(1) Un seul critère négatif relatif au potentiel d'entretien a été utilisé.

Note: Le pointage pour chaque critère a été établi sur la base: Classe A = 3.

Sources: Analyse de l'activité motoneige au Québec, Zins, Beauchesne et Associés 1989.

l'Europe, où l'attrait pour la motoneige se développe progressivement.

Il faut savoir qu'un motoneigiste peut faire jusqu'à 2 000 kilomètres pour se rendre à une destination précise.

Ainsi, à titre d'exemple, à l'occasion du 7e Festival International de la Motoneige de Valcourt, en février 1989, des milliers de motoneigistes provenaient des États du Middle-West Américain (Ohio, Wisconsin, Michigan, Idaho, ...) et des provinces canadiennes à l'ouest du Québec (Saskatchewan, Manitoba, Alberta et Ontario). Selon une étude de marché menée par Zins, Beauchesne et Associés (1989), auprès de motoneigistes de l'Ontario et des États-Unis pour le compte de l'ATRAQ, le Québec représente le "paradis de la motoneige".

Ainsi les principaux facteurs positifs que présentent le Québec comme la destination motoneige par excellence sont les suivants:

- la vaste étendue du réseau
- le bon entretien des pistes
- destination peu dispendieuse
- excellents services en termes d'hébergement, de restauration et de stations services
- voie double sur les pistes
- signalisation adéquate sur les pistes
- interconnexion des sentiers avec les États-Unis et l'Ontario

On peut ainsi affirmer que le sport de la motoneige offre un attrait touristique unique au niveau des infrastructures mêmes. Le panorama offert aux motoneigistes, les conditions météorologiques idéales (le froid

Les régions de la fédération des clubs de motoneigistes du Québec



- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 01 Gaspésie | 10 Estrie |
| 02 Bas St-Laurent | 11 Vallée-du-Richelieu |
| 03 Québec | 12 Sud-Ouest (Montréal) |
| 04 Saguenay/Lac St-Jean | 13 Nord-Ouest (Montréal) |
| 05 Beauce | 14 Lanaudière |
| 06 Amiante | 15 Laurentides |
| 07 Appalaches | 16 Outaouais |
| 08 Centre du Québec | 17 Abitibi-Témiscamingue |
| 09 Mauricie | 18 Côte-Nord |

est très propice à la pratique du sport), le réseau de concessionnaires de motoneigistes, l'hébergement offert à proximité des pistes et l'hospitalité des gens sont autant d'atouts pour rehausser les efforts auprès de la clientèle hors-Québec et les inciter à choisir le Québec comme destination-motoneige.

Ainsi avec des dépenses quotidiennes variant de 70 \$ à 125 \$ par jour (Zins, Beauchesne et Associés, Fédération des Clubs de Motoneigistes du Québec, Festival International de la Motoneige de Valcourt) pour un touriste motoneigiste optant pour l'hébergement commercial, les retombées touristiques peuvent être plus qu'impressionnantes. On sait que le touriste motoneigiste québécois privilégie, par ordre d'importance, les types d'hébergement

suivants: le chalet (45 %), l'hôtel-motel (31 %) et les parents-amis (24 %).

Et comme le touriste-motoneigiste hors-Québec opte en grande majorité pour l'hébergement commercial, les retombées économiques provenant de cette clientèle pourraient s'accroître si une meilleure organisation de la motoneige, comme produit touristique, était favorisée.

Récemment, le ministère du Tourisme a demandé une étude de planification stratégique du tourisme québécois auprès de la firme Samson Bélair, en 1988.

Les résultats découlant de cette étude, ont présenté la motoneige comme un des huit (8) produits touristiques à soutenir. Les allocations suggérées par Samson Bélair

pourraient être de 7 % du budget global et des énergies à déployer pour la motoneige comme produit touristique. Ainsi la motoneige est associée au Québec comme le ski de fond à la Scandinavie, par exemple. Cette activité qui est en train de passer de la récréation au tourisme, a une clientèle à revenus moyens à élevés, ce qui peut participer à la relance du chiffre d'affaires de certaines régions. La motoneige s'inscrit également dans les vacances hivernales que le Québec doit absolument développer avec d'autres produits que le ski alpin (Samson Bélair 1988).

Problématique de l'activité motoneigiste

Selon l'étude menée par Zins, Beauchesne et Associés (1989), le système de sentiers de motoneige interconnectés est au centre de la problématique du produit touristique motoneige au Québec. Le réseau de sentiers québécois est, en effet, à la base de l'avantage unique et de la qualité exceptionnelle du produit motoneige. Cet attrait a été confirmé par toutes les études menées aux États-Unis, en Ontario et au Québec auprès de groupes de motoneigistes. Le Québec possède ainsi un avantage unique et incontestable auprès des autres destinations-motoneige à travers l'Amérique du Nord, ce qui n'est pas toujours le cas pour les autres produits touristiques québécois.

Mais avant de faire la promotion du sport de la motoneige à l'extérieur du Québec, il faut s'assurer de la stabilité du produit.

C'est ici que les différents éléments de la problématique du sport de la motoneige méritent d'être élaborés.

En premier lieu, la base même du produit, le système de sentiers, est d'une extrême fragilité. Ces sentiers sont développés et entretenus par des milliers de bénévoles faisant partie des quelques 248 clubs de la province. Ces bénévoles investissent à chaque année de nombreuses heures de travail et des sommes d'argent considérables pour aménager les sentiers et les entretenir, négocier les droits de passage et s'occuper de la signalisation (les panneaux de sécurité sont achetés par les clubs et non prêtés par le ministère des Transports). À chaque année, le travail des bénévoles doit être renégocié et les droits de passage doivent être renouvelés pour assurer le fonctionnement du réseau de sentiers. Il va de soi, qu'un produit touristique ne peut se permettre un tel risque, surtout si des efforts de promotion en augmentent la visibilité, l'attrait et la clientèle. Par ailleurs, à tous

ces éléments, il faut rajouter le vieillissement de la machinerie (surfaceuses) pour l'entretien.

Ces surfaceuses sont essentielles si l'on veut s'assurer d'avoir un réseau de sentiers adéquats et sécuritaires. Par contre, elles sont très coûteuses à l'achat et à l'entretien.

Un point tout de même très important n'a pas encore été mentionné en regard de la problématique du sport de la motoneige. Il s'agit de la perception de la population en général par rapport au sport de la motoneige. Malgré les nombreuses améliorations effectuées depuis une trentaine d'années, la motoneige est toujours mal perçue par la population du Québec. Cette mauvaise image réside dans la sécurité sur les sentiers, l'éducation et l'autodiscipline des motoneigistes. Également, bien que des efforts soient faits en ce sens, un manque de volonté "politique de maintien et de reconnaissance de l'activité motoneige et de ses retombées économiques" s'ajoutent à la mauvaise image du sport de la motoneige. En effet, il n'existe pas de lobbying très fort encore au Québec, par rapport à ce qui se fait aux États-Unis par exemple.

Plusieurs éléments de solution sont apportées (Zins, Beauchesne et Associés) pour assurer une continuité dans la pratique et l'amélioration du sport de la motoneige et aussi pour mettre de l'avant une meilleure compréhension de l'activité motoneigiste auprès de la population en général.

En se basant entre autres sur ce qui se fait à l'extérieur du Québec, voici les principaux éléments de solution à retenir:

- l'investissement par le gouvernement, des sommes récupérées sur l'activité motoneigiste, dans le développement et l'entretien des pistes ainsi que pour des programmes d'éducation.
- une participation et concertation de l'entreprise privée, des clubs de motoneigistes, des municipalités et communautés locales d'affaires et du gouvernement.
- des programmes d'éducation et de discipline des motoneigistes encore plus poussée.
- des campagnes intenses de relations publiques et d'information auprès du public de même que des autorités gouvernementales pour faire connaître l'activité motoneigiste et son impact économique.

Il est donc certain, que l'activité motoneige

au Québec, possède des avantages économiques et sociaux plus que valables. Les retombées directes de la pratique du sport de la motoneige peuvent aussi être associées au développement du produit touristique motoneige.

Une plus grande participation de la population du Québec à l'activité motoneige augmenterait l'impact économique et la santé financière des clubs. Cette plus grande participation permettrait aussi au sport de la motoneige de bénéficier d'un meilleur support de la population, d'augmenter par le fait même le nombre de bénévoles à l'intérieur des clubs et de renforcer la base du produit touristique que le gouvernement du Québec entend offrir aux marchés hors-Québec. ✦

Notes explicatives

- 1- Ministère du Tourisme du Québec, *le Tourisme hivernal des Québécois, hiver 1986-1987*.
- 2- F.C.M.Q., *Demande d'aide financière pour l'amélioration et la promotion touristique du réseau de sentiers de motoneige du Québec*, novembre 1987.
- 3- Groupe DBSF, *Implantation de lieux de pratique à l'usage des véhicules tout terrain - Phase I: recherche préliminaire*, juillet 1988.
- 4- Samson Bélair, **Planification stratégique du Tourisme Québécois 1989-1992**, novembre 1988.
- 5- Zins, Beauchesne et Associés, **Analyse de l'activité motoneige au Québec**, 31 mars 1989.
- 6- Zins, Beauchesne et Associés, **Étude de marché, produit motoneige U.S.A. et Ontario**, 30 mars 1989.