

# Journal of Rural and Community Development

## Les Produits Forestiers non Ligneux: Une Opportunité de Développement Touristique Régional

**Authors:** Annabelle Moisan-De Serres, Nancy Gélinas, & Pascale Marcotte

**Citation:**

Moisan-De Serres, A., Gélinas, N., & Marcotte, P. (2017). Les produits forestiers non ligneux: Une opportunité de développement touristique régional. *The Journal of Rural and Community Development*, 12(2/3), 168-185.



**Publisher:**

Rural Development Institute, Brandon University.

**Editor:**

Dr. Doug Ramsey

**Open Access Policy:**

This journal provides open access to all of its content on the principle that making research freely available to the public supports a greater global exchange of knowledge. Such access is associated with increased readership and increased citation of an author's work.



## **Les Produits Forestiers non Ligneux: Une Opportunité de Développement Touristique Régional**

**Annabelle Moisan-De Serres**  
Université Laval  
Quebec City, Québec, Canada  
[annabelle\\_mds@hotmail.com](mailto:annabelle_mds@hotmail.com)

**Nancy Gélinas**  
Université Laval  
Quebec City, Québec, Canada  
[nancy.gelinas@sbf.ulaval.ca](mailto:nancy.gelinas@sbf.ulaval.ca)

**Pascale Marcotte**  
Université Laval  
Quebec City, Québec, Canada  
[pascale.marcotte@ggr.ulaval.ca](mailto:pascale.marcotte@ggr.ulaval.ca)

### **Résumé**

Des expériences en cours à travers le monde montrent que les activités récréotouristiques basées sur la découverte des produits forestiers non ligneux (PFNL) sont une stratégie efficace pour diversifier l'économie en milieu rural. Toutefois, au Québec, les entreprises touristiques basées sur la mise en valeur des PFNL sont peu nombreuses, tout comme les études qui traitent de ce sujet. Évaluer les bénéfices que pourrait en tirer une collectivité avant d'investir dans le développement de cette filière devient donc pertinent. Un sondage réalisé auprès des clients des Entreprises Essipit a montré que les touristes étaient intéressés à participer à des activités portant sur les PFNL, principalement lorsqu'elles sont guidées. Notre étude a aussi permis de conclure que la Première Nation des Innus Essipit pourrait bénéficier de la mise en valeur de sa culture pour se distinguer auprès des touristes et pourrait, par le fait même, faire revivre au sein de sa communauté cette activité traditionnelle qu'est la cueillette en forêt. La clientèle touristique à Essipit étant suffisante et suffisamment intéressée, la mise sur pied de telles activités pourrait apporter des retombées économiques et sociales pour la communauté.

Mots-clés: PFNL, récréotourisme, retombées socio-économiques, activité traditionnelle, Première Nation des Innus Essipit

### **Abstract**

The development of non-timber forest products (NTFP) is often presented as an effective strategy for economic diversification in rural environments. Several rural regions in the province of Quebec, whose economies depend on the forest industry, now seek other ways to use the territory in order to create wealth for their local communities. There are, however, very few recreotourism businesses whose activities depend on NTFP. More importantly, there are very few studies to

understand how much a local community could benefit from this industry. This paper draws on a survey of Essipit Enterprises customers in order to evaluate the potential for creating NTFP activities as a way to diversify the economy of forest dependent communities. Essipit Enterprises are owned by the Essipit Innu First Nation, whose traditional and reservation territories are located in the Côte-Nord region, a sparsely populated forested region. Our results show that tourists are interested in doing activities related to NTFP, mainly activities involving a guide. Our study provides evidence that NTFP activities could lead to social and economic benefits for the community. Additionally, our study provides evidence that Essipit could benefit from promoting its culture to distinguish its touristic offer, while at the same time reviving cultural traditions through gathering forest products. In sum, even if we have not quantified those benefits, we showed that promoting NTFP activities can contribute to economic diversification of forest dependent regions.

Keywords: NTFP, recreotourism, socio-economic benefits, traditional activities, Essipit Innu First Nation strategies

---

## 1.0 Introduction

Au Québec, 250 municipalités, principalement situées dans le Bas-St-Laurent, en Gaspésie et au nord du fleuve St-Laurent, se sont développées grâce à la récolte et à la transformation de la matière ligneuse (Lapointe, 2010). Ces municipalités étant essentiellement mono-industrielles, la crise forestière ayant cours depuis la fin du XX<sup>e</sup> siècle en a fragilisé plusieurs, tout comme elle a fragilisé les régions entières qui dépendent de cette industrie (Boucher, 2010). Le Ministère des Ressources naturelles du Québec a évalué les pertes d'emploi dans le secteur forestier à un peu plus de 52 000, entre 2001 et 2012 (MRN, 2013). Cette crise forestière n'est toutefois pas propre au Québec. Toutes les régions du monde qui dépendent notamment de la transformation du bois en pâte et papier ont vu leurs activités économiques sapées par les transformations technologiques et sociales. Les limites du développement mono-industriel semblant avoir été atteintes, plusieurs acteurs du milieu forestier ont souhaité mettre en valeur le territoire forestier grâce à une diversification des activités et à une révision des façons de faire.

Au Québec, la crise du secteur forestier a aussi eu pour effet de sensibiliser l'ensemble de la population et des élus à l'égard du territoire forestier et de ses richesses (Teitelbaum et Saumure, 2010). La création de la Loi sur l'aménagement durable du territoire forestier (chapitre A18-1), entrée en vigueur en 2013, promeut ainsi un autre mode de développement et rappelle, dans son préambule, le rôle de la forêt dans la constitution de l'identité québécoise et l'importance d'en promouvoir la culture.

Une des pistes de solution mise de l'avant pour favoriser le développement socio-économique des collectivités forestières dévitalisées, mais aussi la culture forestière, est le développement des activités touristiques (Bell et Petursson, 2008; Lequin et Sarrasin, 2008). Dans ce cadre, cet article propose une analyse du développement d'un produit touristique novateur dans le milieu forestier au Québec, soit le tourisme lié aux produits forestiers non ligneux (PFNL), au sein d'une communauté autochtone. Il s'agit de démontrer comment cette activité touristique peut participer à la diversification économique d'une région forestière, mais également contribuer

à la vitalité culturelle d'une communauté. Cette étude a été élaborée et réalisée en collaboration avec la Première Nation des Innus Essipit. En effet, la communauté nous a fait part de ses besoins et a participé depuis le tout début à la planification et à l'élaboration de l'étude. L'approche participative a donc été utilisée dans les différentes étapes du processus et les normes éthiques à respecter dans le cadre d'une recherche collaborative avec une communauté autochtone, soit le respect, l'équité et la réciprocité, ont été respectées (APNQL, 2014).

Les résultats pourront être utiles à la Première Nation dans une optique de diversification de son offre touristique, mais ils pourront également être matière à réflexion pour les autres régions possédant des ressources et des produits forestiers non ligneux.

### ***1.1 Tourisme et Forêt***

Le tourisme en milieu forestier a longtemps été réservé aux gens aisés puisqu'ils étaient les seuls à pouvoir profiter des territoires concédés aux clubs privés de chasse et pêche. Au Québec, la démocratisation de l'accès à la forêt s'est opérée à partir des années 1970 grâce au « déclubage », à la création des parcs nationaux, et à la mise en place de zones d'exploitation contrôlée, où tous peuvent pratiquer diverses activités de plein air (Beaudet, 2006). Le tourisme en milieu forestier a dès lors pris plusieurs formes, que ce soit les activités de plein air (randonnée pédestre, canot, kayak, etc.), l'observation de la faune, la chasse, la pêche, le camping ou encore la randonnée en véhicule motorisé (Beaudet, 2006).

Dans le contexte d'une urbanisation grandissante, la pratique d'activités touristiques en milieu forestier a également acquis des valeurs sociales et économiques croissantes. Ces changements ont notamment eu comme conséquences d'accroître la demande et les retombées économiques liées au secteur du tourisme en milieu forestier. À titre d'exemple, la Société des établissements de plein air du Québec, la société d'État responsable des parcs nationaux et des réserves fauniques du Québec, génère à elle seule près de 8 000 emplois directs et indirects et des revenus fiscaux et parafiscaux de 168 millions de dollars (Société des établissements de plein air du Québec, 2014). Les emplois liés au tourisme, mais également le maintien de divers services (ex. alimentation, station d'essence, activités culturelles) grâce à la fréquentation touristique, permettent ainsi aux résidents de continuer à habiter les régions éloignées des grands centres urbains et à maintenir leur qualité de vie.

### ***1.2 Cueillette de PFNL et Mycotourisme***

Parmi les produits touristiques liés au milieu forestier qui ont été développés au cours des dernières années, notons la mise en valeur des produits forestiers non ligneux (PFNL). Les PFNL sont, selon la définition de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (2013), « des biens d'origine biologique, autres que le bois, dérivés des forêts, d'autres terres boisées et d'arbres hors forêts ». On considère donc comme PFNL tout produit forestier tiré d'une plante ou d'un champignon et n'étant pas destiné à l'industrie du bois. Les PFNL regroupent ainsi des produits de l'alimentation (ex. petits fruits, champignons, produits acéricoles), des produits ornementaux (ex. arbres et couronnes de Noël), des produits pharmaceutiques (ex. if du Canada, gomme de sapin), et des produits transformés (ex. huiles essentielles, alcools).

Plusieurs études témoignent de l'intérêt des PFNL comme produit récréatif, mais elles abordent principalement l'autocueillette de PFNL (Starbuck et al., 2004). Toutefois, les activités touristiques portant sur les PFNL peuvent se présenter sous plusieurs formes, par exemple des circuits d'interprétation guidés ou non, et des journées gastronomiques mettant en valeur ces produits (Lázaro García, 2008). Le mycotourisme, défini comme une activité touristique de nature liée aux ressources mycologiques (Castro, 2009), est un exemple de cette mise en tourisme des PFNL. Le mycotourisme, comme les activités associées à d'autres PFNL, comporte des activités de cueillette, gastronomiques (ex. restauration, ateliers culinaires, marchés locaux), d'artisanat (ex. achat de souvenirs) et d'interprétation scientifique et culturelle du champignon et de son environnement (ex. institutions muséales, visites guidées in situ).

La prise en compte des PFNL par le secteur touristique se distingue fondamentalement de celle de l'industrie forestière. Pour cette dernière, les PFNL sont une ressource permettant la diversification de l'exploitation du territoire. Leur intérêt réside dans le potentiel commercial des PFNL, potentiel qui exige une chaîne de production conséquente: cueilleurs professionnels, transformation à grande échelle, commercialisation, exportation. Les activités touristiques liées aux PFNL, comme le mycotourisme, sont des activités récréatives, réalisées dans le cadre d'un séjour touristique en forêt. Il s'agit d'un « service touristique », qui, bien intégré au réseau touristique, peut devenir un attrait touristique, et contribuer au développement local par l'offre de produits complémentaires (Maso et al., 2011). Le tourisme lié aux PFNL, comme le mycotourisme, se distingue également des activités informelles, souvent réalisées dans les forêts de proximité, et hors de la sphère marchande (ex. cueillette de petits fruits répondant aux besoins personnels ou familiaux). Le tourisme lié aux PFNL engage des activités formelles, nécessitant de l'encadrement, et auxquelles s'ajoutent des biens et des services marchands: hébergement, restauration, transport, guides-interprètes.

À titre d'exemple, l'expérience de la communauté autonome de Castilla y León, en Espagne, prouve que les différentes activités portant sur les champignons forestiers peuvent entraîner des retombées socio-économiques substantielles pour une région rurale. En effet, les activités mycotouristiques génèrent dans cette région plus de 25 millions d'euros (environ 34 millions de dollars canadiens) par an et créent 46 emplois équivalents à temps plein et beaucoup d'emplois saisonniers (Martínez Peña, 2014). Le mycotourisme y est implanté depuis maintenant une cinquantaine d'années. Si une bonne partie des visiteurs sont des excursionnistes (passant la journée dans la région, mais n'y séjournant pas une nuit), l'offre régionale s'est adaptée et incite dorénavant les visiteurs à se transformer en touristes. Les gîtes de séjour, mais aussi les marchés publics, les festivals culinaires, la restauration gastronomique spécialisée sont autant de raisons de prolonger le séjour, et de générer des activités sociales et économiques.

Bien que l'expérience espagnole ait montré que des retombées socio-économiques ont été créées grâce au mycotourisme, au Québec, peu de publications scientifiques ont porté sur cette activité comme élément de diversification économique en région éloignée, ou même comme pratiques touristiques (Marcotte et Bourdeau, 2014; Marcotte et al. 2015). Certes, en trois ans, soit entre 2012 et 2015, l'offre de produits mycotouristiques a triplé et une variété toujours grandissante d'activités de cueillette de produits sauvages s'est mise en place (Gélinas et al., 2016). Toutefois, peu

d'information est disponible quant aux retombées potentielles de cette activité en région.

Si le modèle espagnol est fort inspirant, il faut prendre en compte que dans certains pays, tels que l'Espagne, l'Italie, la France, ces activités récréatives liées à la cueillette de fruits sauvages et de champignons font partie des traditions et des modes de vie ruraux (Pröbstl et al., 2010). Ce n'est toutefois pas le cas pour le Québec. Les premières nations amérindiennes connaissaient et faisaient usage d'une grande variété de plantes, mais les informations relatives à leur utilisation, notamment de champignons, ne permettent pas de conclure qu'elles en étaient consommatrices. Peut-être que leur consommation différait aussi grandement d'une communauté à l'autre. En effet, certaines sources affirment que malgré leurs grandes connaissances des plantes, les Amérindiens en consommaient peu, et de peu de variétés. Par exemple, certaines communautés, dont les Cris, réservaient les espèces toxiques (l'amanite tue-mouche) pour leurs effets euphorisants lors des cérémonies, d'autres auraient connu le Chaga (*Inonotus boliquus*) pour ses vertus anticancéreuses. Hormis pour leurs caractéristiques « médicinales », les champignons n'auraient pas été consommés régulièrement (Gaudreau et al. 2010). Par contre, d'autres sources précisent que les communautés iroquoïennes les utilisaient fréquemment dans l'Est du Canada (ex. Arnason et al., 1981).

Les colons français ont pu avoir une connaissance et une habitude de consommation des champignons, mais cette tradition de cueillette a pu se perdre, ou diminuer suite à de mauvaises identifications, et donc à des intoxications. En effet, plusieurs espèces se ressemblent d'un côté et de l'autre de l'Atlantique, mais elles n'ont pas toutes les mêmes propriétés. En l'absence de critères pour détecter les champignons comestibles, et gastronomiquement intéressants, les premiers colons ont pu consommer des champignons similaires, mais sans obtenir les résultats escomptés (Gaudreau et al. 2010). La culture anglo-saxonne qui s'établit à la suite de la colonisation française au Québec, ne semblait pas particulièrement friande des champignons (Larrière, 2004), où leur consommation aurait même été considérée suspecte (Silar et Malagnac, 2013). La mycologie au Québec semble donc s'être traditionnellement limitée à un cercle assez restreint d'experts.

Le mycotourisme et les autres pratiques de cueillette de PFNL en milieu forestier se sont aussi heurtés à la précarité de ce type d'économie: une rare main-d'œuvre possédant des connaissances pointues, des emplois saisonniers, des salaires peu compétitifs, un accès difficile pour les milieux éloignés. À ces difficultés s'ajoutent la réglementation sibylline de l'accès au territoire (Fredman et Tyrväinen, 2011), et la méconnaissance ou les rapports complexes d'appropriation des territoires. Sur les terres publiques, qui composent largement le territoire forestier au Québec, les organisations touristiques ne disposent pas de droits exclusifs, elles ne peuvent donc généralement pas construire d'infrastructures ni percevoir des droits d'accès pour financer la mise sur pied d'activités mycotouristiques ou liées aux PFNL.

### **1.3 Objectifs de L'Étude**

On peut donc se demander si les PFNL –entendus dans cette étude comme étant principalement les champignons et les plantes forestières - amélanchier, noisette, thé des bois et du Labrador, entre autres - peuvent présenter un produit touristique intéressant en région forestière, et ce, dans le but de créer une nouvelle activité économique qui aura un impact significatif sur le développement durable des

communautés, aussi bien sur les plans social, culturel et environnemental que sur le plan économique.

L'objectif de cette étude est donc d'évaluer si les communautés locales peuvent bénéficier de retombées sociales et économiques découlant de l'intégration des PFNL à des activités touristiques. En effet, quoique le tourisme soit souvent invoqué comme solution au développement local et rural, les outils et les critères permettant d'évaluer l'impact ou le potentiel économique, notamment pour les activités touristiques en forêt, sont encore largement absents (Bell et Petursson, 2008).

Pour ce faire, nous avons réalisé une étude de cas avec la Première Nation des Innus Essipit, avec les objectifs spécifiques suivants: (1) évaluer l'intérêt des touristes pour une nouvelle activité, (2) évaluer les impacts du développement d'une nouvelle activité sur la communauté locale et (3) identifier les enjeux liés au développement d'une nouvelle activité économique en région forestière.

## **2. Méthodologie**

### **2.1 Site D'Étude**

La réserve de la Première Nation des Innus Essipit est située sur la rive nord du Saint-Laurent à 40 km de l'embouchure nord de la rivière Saguenay. Elle fut créée en 1892. Une mauvaise situation socio-économique et un déclin démographique des Innus Essipit caractérisèrent la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle. L'industrie forestière était déjà largement présente dans la vie économique de cette communauté à cette époque, mais les Innus entretenaient également des liens avec le secteur touristique en vendant des produits artisanaux aux villégiateurs séjournant à Tadoussac. Les ressources forestières autres que le bois, comme les petits fruits, les plantes médicinales et les écorces, ont en effet permis aux communautés autochtones de se nourrir, se vêtir, se soigner et fabriquer leurs outils durant des millénaires. Les connaissances liées à l'utilisation de ces ressources ont aussi été transmises aux premiers colons pour leur permettre de survivre dans le Nouveau-Monde (Duchesne et Wetzel, 2003), et plus tard, de contribuer à répondre aux besoins de base des habitants, la vente de ces produits de la forêt ayant permis à plusieurs membres d'obtenir un revenu d'appoint.

Au milieu des années 1970, un nouveau conseil de bande, formé d'une nouvelle génération, a eu pour objectif « le partage du patrimoine collectif dans une perspective d'amélioration du mieux-être des membres » (Conseil de la Première Nation des Innus Essipit, 2013), et fut élu pour diriger la Première Nation. Le développement socio-économique d'Essipit prit donc son essor sur de nouvelles bases communautaires et fut principalement axé sur le tourisme et les activités de loisir. En 1978, le conseil de bande créa les Entreprises Essipit avec l'objectif premier de fournir des emplois aux membres de la communauté. Entre 1983 et 2013, six pourvoies, couvrant 385 km<sup>2</sup>, furent acquises par la Première Nation. Le conseil de bande acheta par la suite diverses autres entreprises. Aujourd'hui, en plus des pourvoies, les Entreprises Essipit sont désormais propriétaires de plusieurs complexes d'hébergement ainsi que des terrains de camping et des bateaux pneumatiques pour les croisières d'observation des baleines. Des terres forestières privées, d'une superficie totale de 3,32 km<sup>2</sup>, furent aussi achetées par la communauté entre les années 1993 et 2012. Le conseil de bande d'Essipit est maintenant le cinquième employeur en importance dans la municipalité régionale de comté de la Haute-Côte-Nord et a un chiffre d'affaires supérieur à 10 millions de dollars

(Conseil de la Première Nation des Innus Essipit, 2013). Le système coopératif communautaire d'Essipit est ainsi aujourd'hui reconnu comme un modèle exemplaire de développement social et économique (voir Beaudoin et al., 2016).

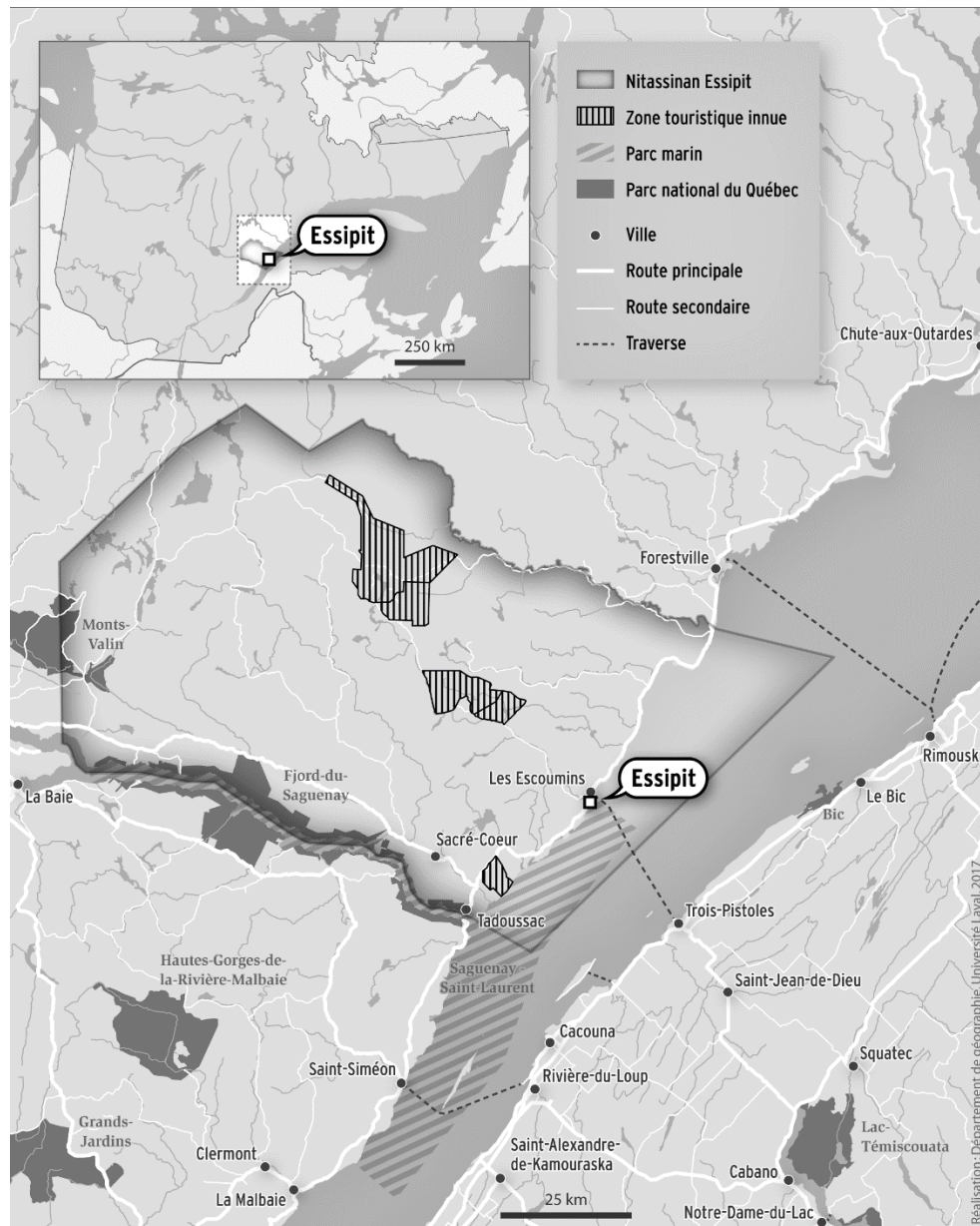
Plus qu'une ressource économique, l'utilisation du territoire forestier est un mode de vie pour les Innus d'Essipit, il est un lieu de transmission de la culture et du patrimoine de la communauté (Beaudoin, St-Georges et Wyatt, 2012). Outre la chasse et la pêche qu'ils pratiquent, la cueillette de petits fruits fait également partie de leurs habitudes. La forêt est un lieu de travail pour plusieurs membres qui gagnent leur vie au sein d'entreprises forestières, mais aussi pour les membres qui travaillent dans les pourvoiries ou comme guides-interprètes pour l'observation de la nature. À cet égard, la crise de l'industrie forestière, qui touche également la communauté autochtone, amène les membres à s'engager davantage dans les emplois liés à la culture, au tourisme de nature et à la mise en valeur des produits forestiers non ligneux. Outre les perspectives d'emplois et de revenus, ces activités sont considérées comme étant plus propices à transmettre les valeurs autochtones et le lien spirituel à la nature et au territoire (Beaudoin, St-Georges et Wyatt, 2012). D'ailleurs, les différents sites des Entreprises Essipit se trouvent sur le territoire ancestral de la Première Nation, territoire appelé Nitassinan, qui se trouve majoritairement en milieu forestier et avec lequel les membres d'Essipit ont un lien très fort (St-Georges, 2009). Ces informations corroborent donc les études qui démontrent que la mise en valeur des PFNL, en plus d'amener des retombées économiques, est une manière efficace de transmettre et de mettre en valeur la culture autochtone. Si certains éléments de cette culture se sont perdus avec la sédentarisation des communautés, les activités touristiques et de mise en valeur sont une façon de retrouver une facette de la culture traditionnelle (Collier et Hobby, 2010; Laurendeau et Vézina, 2012; Mitchell et Hobby, 2010; Mitchell et al., 2010).

Essipit n'est donc pas une communauté dévitalisée. Elle a été choisie dans le cadre de cette étude, car elle possède déjà les infrastructures d'accueil et une clientèle touristique facilitant l'instauration de nouvelles activités. La région de la Côte-Nord, dans laquelle Essipit se situe, affiche également une croissance touristique constante depuis 2006, avec une augmentation de 13% du nombre de visiteurs. Essipit a finalement l'avantage d'être près de Tadoussac, le principal pôle touristique de la région, notamment reconnu pour l'observation des mammifères marins, et le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent (Tourisme Côte-Nord, 2013) (voir la figure 1).

Les activités touristiques généralement pratiquées dans le secteur sont, outre l'observation des mammifères marins, les activités de plein air, la chasse et la pêche. Les attraits naturels (paysages, faune et flore) sont en effet la principale motivation de séjour pour la majorité des visiteurs (71 %). La présence de nombreux parcs nationaux du Québec contribue d'ailleurs à structurer cette offre d'activités de plein air. Les attraits culturels, dont la culture autochtone, les produits du terroir et la gastronomie, attirent un peu plus de 10 % des visiteurs (Côte-Nord, 2016). L'offre d'un produit liant la nature et la culture, comme une activité touristique liée aux PFNL, peut donc toucher la presque totalité de la clientèle.



Figure 1. Essipit et les Attraits Touristiques Régionaux.



Département de Géographie, Université Laval.

## 2.2 Collecte de Données

Le questionnaire a été utilisé comme outil de collecte afin d'évaluer l'intérêt des touristes pour des activités en forêt portant sur les PFNL. La population cible correspondait aux touristes passant par l'une ou l'autre des Entreprises Essipit durant la saison estivale. Elle est évaluée à 30 000 adultes. Un échantillon de 870 questionnaires a été retenu dans le but d'obtenir une marge d'erreur de 5% avec un niveau de confiance de 95 % (370 questionnaires). Le questionnaire a été distribué aux clients des différentes entreprises d'Essipit (570 questionnaires ont été distribués au Centre de réservations et d'information Essipit; 50 aux Croisières Essipit, 100 au Camping Tadoussac et 150 dans les Pourvoiries Essipit). Le questionnaire a été

distribué directement (Centre de réservations et d'information et croisières) ou laissé bien en vue dans les cas du camping et des pourvoiries. Un seul formulaire a été distribué par famille ou par groupe.

### **2.3 Questionnaire**

Le questionnaire utilisé dans le cadre de cette étude était presque exclusivement composé de questions fermées et était auto-administré par les répondants. Un prétest a été effectué afin de s'assurer que les questions soient simples et correspondent aux objectifs recherchés. De plus, le tirage d'une sélection de produits du terroir de la Côte-Nord d'une valeur de 75 \$ a servi d'incitatif pour répondre au sondage.

Le questionnaire comprenait deux sections. Dans la première section, les questions couvraient les types d'activités pouvant être offertes à Essipit, les durées idéales, les prix acceptables et les motivations des touristes face aux activités potentielles portant sur les PFNL, notamment en lien avec l'apprentissage et la culture autochtone. La seconde section servait à connaître les caractéristiques sociodémographiques des répondants.

### **2.4 Analyse des Données**

La démarche utilisée pour analyser les données est celle présentée dans Stafford (1996). Les données du questionnaire ont permis d'obtenir des statistiques explicatives, par le test de l'analyse de variance, et descriptives sur les répondants, leur intérêt pour les activités sur les PFNL et leurs motivations à y participer. Le logiciel SAS a été utilisé pour le codage des analyses.

## **3.0 Résultats**

La collecte de données s'est déroulée du 16 juillet au 13 octobre 2014. Sur les 870 questionnaires distribués, 283 ont été remplis (Tableau 1) et 277 ont été retenus pour l'analyse. La marge d'erreur du sondage est de 5,86 % avec un niveau de confiance de 95%.

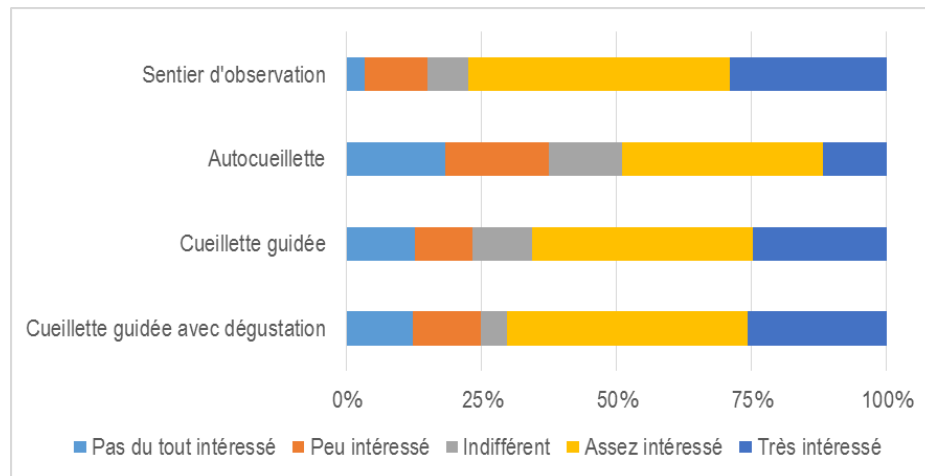
### **3.1 Profil des Répondants**

Plus de la moitié des répondants au sondage étaient des femmes (63 %). Le groupe d'âge le plus représenté était celui des 45-64 ans (52 %), suivi de celui des 25-44 ans (33 %), ce qui correspond au profil de clientèle de la région (Côte-Nord, 2016). La majorité des répondants avait un diplôme universitaire (61 %). Ces informations demeurent à titre indicatif seulement puisque le répondant au questionnaire le remplissait bien souvent au nom de sa famille (dans 90 % des cas). Moins de 10 % des répondants habitaient près d'Essipit (Saguenay-Lac-Saint-Jean ou Haute-Côte-Nord), 46 % provenaient d'ailleurs au Québec et 36 % habitaient hors du Québec. Les Français représentaient, à eux seuls, 30 % des répondants.

### **3.2 Activités**

La majorité des répondants se sont montrés *assez intéressés* ou *très intéressés* par les activités proposées portant sur les PFNL (champignon et fruits forestiers), à l'exception de l'autocueillette. Dans ce cas, les répondants étaient plus partagés (Figure 1).

Figure 2. Intérêt des Touristes pour des Activités sur les PFNL (%) (n=277).



Une différence a été trouvée concernant l'intérêt des touristes pour l'ensemble des activités proposées ( $p \leq 0,0001$ ). Le sentier d'observation (77 %) était significativement plus intéressant que les autres activités tandis que l'autocueillette (49 %) était significativement moins intéressante que les autres activités. Aucune différence significative n'a été trouvée entre la cueillette guidée (64 %) et la cueillette guidée avec dégustation (68 %). Ces activités présentaient donc un intérêt similaire pour les touristes.

La durée idéale et le montant à payer pour participer différaient d'une activité à l'autre (Tableau 1). Pour le sentier d'observation, la durée idéale, selon les répondants, était d'une à deux heures et le prix qu'ils seraient prêts à payer pour cette activité était de 5 \$. Les résultats sont les mêmes pour l'autocueillette. La demi-journée était la durée idéale pour les activités de cueillette guidée et de cueillette guidée avec dégustation. Les touristes participeraient à la première pour un prix de 20 \$ et à la seconde pour un prix de 40 \$.

Tableau 1. *Durée et Prix Idéaux pour Chaque Activité selon les Répondants.*

Activité	Durée Idéale	Prix Idéal
Sentier d'observation	1-2 h	5 \$
Autocueillette	1-2 h	5 \$
Cueillette guidée	Demi-journée	20 \$
Cueillette guidée avec dégustation	Demi-journée	20 \$

Quatre types de motivations ont été proposés aux touristes pour comprendre leur intérêt à participer aux activités portant sur les PFNL. Ces motivations étaient la découverte du PFNL lui-même, en apprendre sur la culture autochtone, acquérir de nouvelles connaissances et accéder à la forêt en-dehors des sentiers balisés. La formule d'Ayuk<sup>1</sup> (1997) a été utilisée pour évaluer l'importance relative de chacune

<sup>1</sup> $RW_i = \sum_{j=1}^5 W_j F_j$  où  $RW_i$  = poids relatif de la  $i^e$  réponse;  $W_j$  = poids assigné pour la réponse par le  $j^e$  répondant;  $F_j$  = fréquence de la réponse parmi les  $n$  répondants.

des motivations. En apprendre sur la culture autochtone a obtenu le premier rang en matière de motivation grâce à son score de 1095 points, mais sans présenter de différence significative. Une différence significative a été trouvée entre la motivation de l'accès hors sentier et les autres motivations ( $p < 0,0001$ ).

### 3.3 Retombées Attendues

Plusieurs retombées peuvent être attendues de ces activités touristiques. Tout d'abord, les ventes de ces activités peuvent entraîner des retombées économiques pour la communauté. Les ventes annuelles ont été évaluées en fonction du prix idéal et du nombre de personnes assez ou très intéressées par activité (Tableau 2).

Tableau 2. *Importance Relative des Motivations Liées aux Activités sur les PFNL.*

Motivations	RW
En apprendre sur la culture autochtone	1095 <sup>a</sup>
Acquérir de nouvelles connaissances	1081 <sup>a</sup>
Découvrir le PFNL lui-même	1043 <sup>a</sup>
Accéder à la forêt en dehors des sentiers balisés	977 <sup>b</sup>

Les jours de travail associés à l'offre de service ont été calculés en considérant que des groupes de 15 personnes pouvaient être formés pour les activités (Tableau 3). En effet, plusieurs entreprises œuvrant dans la cueillette de PFNL offrent des tours guidés à des groupes d'une quinzaine de personnes. Les durées idéales ont été utilisées pour calculer le nombre de périodes d'activités pouvant avoir lieu en une journée. Un employé pourrait être engagé par la communauté pour accueillir les personnes voulant faire le sentier d'observation ou l'autocueillette. Toutefois, la structure d'accueil à Essipit est probablement suffisante pour remplir cette tâche, du moins en partie, et il serait hasardeux d'évaluer les jours de travail supplémentaires étant créés uniquement par ces activités.

Tableau 3: *Retombées en Ventes et Jours-Personnes par Activité de L'Échantillon*

Activités	Nombre de Participants	% Échantillon Total <sup>1</sup>	Ventes(\$) <sup>2</sup>	Jours-Personne
Sentier d'observation	85	31	425	-
Autocueillette	55	20	275	-
Cueillette guidée	91	33	1 820	3
Cueillette guidée + dégustation	71	26	2 840	2

<sup>1</sup> Pourcentage de l'échantillon total (277 répondants) que représentent ces répondants.

<sup>2</sup> Ex. de calcul :  $85 \times 5 \$ = 425 \$$

Afin d'estimer le potentiel touristique des activités proposées, nous avons appliqué les pourcentages de l'échantillon aux 30 000 touristes d'Essipit (Tableau 4). Considérant ce stade préliminaire de l'étude, ne visant qu'à évaluer l'intérêt des visiteurs sans qu'une activité concrète sur le terrain soit proposée, ces résultats dévoilent uniquement un ordre de grandeur quant aux retombées économiques et sociales potentielles.

Tableau 4: *Retombées en Ventes et Jours-Personnes par Année des Touristes des Entreprises Essipit (n=30 000)*

Activités	% Échantillon Total <sup>1</sup>	Nombre de Visiteurs	Ventes (\$) <sup>2</sup>	Jours- Personne
Sentier d'observation	31	9 206	46 029	-
Autocueillette	20	5 957	29 783	-
Cueillette guidée	33	9 856	197 112	329
Cueillette guidée + dégustation	26	7 690	307 581	256

<sup>1</sup> Pourcentage de l'échantillon total (277 répondants)

<sup>2</sup> Ex. de calcul :  $(30\,000 \times 0,31) = 9\,206$   
 $9\,206 \times 5 \$ = 46\,029 \$$

D'autres retombées économiques peuvent découler de ces activités. En effet, 60 % des répondants ont indiqué vouloir rester une nuit supplémentaire à Essipit pour participer à l'une de ces activités. Les répondants habitant hors Québec et ailleurs dans la province étaient significativement plus intéressés à rester une nuit supplémentaire à Essipit que ceux habitant près d'Essipit. Ces résultats indiquent que le secteur des hébergements, appartenant au Conseil de bande, pourrait bénéficier de l'instauration de ces activités dans l'offre touristique d'Essipit. De plus, si les activités sur les PFNL étaient jumelées à l'hébergement ou aux croisières aux baleines, 77,5 % des répondants seraient intéressés par ces forfaits.

#### 4. Discussion

Cette étude a permis de confirmer que les touristes ont un intérêt pour les activités portant sur les PFNL, principalement pour celles qui proposent un accompagnement des visiteurs, soit le sentier d'observation et les cueillettes guidées avec ou sans dégustation. L'autocueillette semble moins intéressante, probablement à cause de la méconnaissance des répondants à l'égard des PFNL due à l'absence de tradition de cueillette, notamment de champignons, au Québec. Il existerait donc une crainte à cueillir seul.

Dans une étude similaire, réalisée à la Forêt Montmorency, située dans une région limitrophe de Québec, Marcotte et al. (2015) démontrent que 65 % des touristes seraient intéressés par l'autocueillette, soit 15 % de plus que dans notre échantillon. Les données avaient toutefois été collectées immédiatement après une activité de cueillette de champignons guidée suivie d'une dégustation. Il semble donc que l'acquisition de connaissances auprès d'un professionnel donne l'assurance nécessaire pour cueillir seul par la suite. D'ailleurs, plusieurs cueilleurs acquièrent leurs connaissances sur les PFNL grâce à des activités de découverte guidées et des

ateliers (McLain et al., 2014). Marcotte et al. (2015) ont aussi obtenu des résultats différents des nôtres pour trois autres activités. Suite à une activité de cueillette guidée avec dégustation, les répondants étaient à 90 % et 87 % intéressés à participer aux activités de cueillette guidée et cueillette guidée avec dégustation, soit près de 20 % de plus que les répondants de notre étude. Concernant le sentier d'observation, il est moins populaire chez les touristes de la Forêt Montmorency (61 % sont intéressés) que chez notre échantillon (75 %) (Marcotte et al., 2015). Les répondants interrogés à Essipit étant des visiteurs individuels, non accompagnés d'un groupe, ont peut-être une préférence pour une activité libre et non encadrée. En somme, l'intérêt pour les activités sur les PFNL existe et semble même augmenter suite à une première expérience. Cependant, leur forme devrait évoluer au fur et à mesure que les visiteurs s'approprient les connaissances sur les PFNL. Le fort intérêt des répondants à participer à des activités sur les PFNL concorde avec la croissance actuelle de l'intérêt général pour les PFNL (McLain et al., 2014).

Les hypothèses formulées concernant les touristes potentiels pour la Première Nation, en lien avec les activités de PFNL, semblent surévaluer les retombées en comparaison avec l'expérience de l'Espagne. Les régions de Soria et Burgos, soit les provinces les plus visitées et les mieux développées en Espagne pour les activités mycotouristiques, reçoivent entre 5 000 et 10 000 personnes chaque année (Frutos Madrazo et al., 2012). Bien qu'Essipit accueille près de 30 000 touristes par année, le nombre de touristes intéressés par les PFNL pourrait difficilement dépasser le nombre de mycotouristes des régions espagnoles. En effet, le mycotourisme fait partie intégrante de leur développement, elles possèdent déjà les infrastructures nécessaires à l'accueil des touristes pour ces activités, et elles accueillent une population qui possède déjà une culture bien établie en la matière. De plus, les activités sur les PFNL sont déjà populaires et les sites de cueillette sont productifs (Frutos Madrazo et al., 2012). Les régions espagnoles possédant une grande notoriété, Essipit ne pourrait obtenir de meilleurs résultats dès le départ. De plus, les touristes participeront probablement à une seule des activités auxquelles ils ont indiqué être *assez intéressés* ou *très intéressés*. Les revenus estimés ne s'additionnent pas. Ainsi, les ventes atteindraient près de 30 000 \$, pour l'autocueillette, jusqu'à plus de 300 000 \$ pour la cueillette guidée avec dégustation. Plusieurs jours de travail pourraient aussi être créés par la mise en place de ces activités. Bien que basés sur un sondage d'intérêt, ces résultats montrent que la clientèle touristique à Essipit est suffisante et suffisamment intéressée pour générer une nouvelle activité économique.

Les résultats de cette étude mettent aussi en lumière plusieurs enjeux relatifs au développement d'une nouvelle activité touristique en région éloignée. Tout d'abord, une adaptation de l'offre en fonction des besoins d'une clientèle provenant principalement de l'extérieur de la région, voire même du pays, est nécessaire. Cette clientèle a souvent peu de temps à consacrer à chacune de ses activités et transporte avec elle un équipement limité. Les activités doivent donc être courtes et adaptées au niveau de connaissance des visiteurs. Dans le cas d'une activité touristique réalisée une seule fois, l'accompagnement par un professionnel peut être requis. En effet, des connaissances sur les caractéristiques des PFNL étant essentielles pour apprécier la visite et cueillir les bonnes espèces, un guide-interprète doit être présent pour assurer la réalisation de l'activité, en toute sécurité, et avec des résultats gastronomiques convaincants.

De plus, une entreprise doit identifier un produit d'appel lui permettant de se distinguer d'autres entreprises offrant un produit similaire dans une autre région, afin d'attirer la clientèle dans son milieu. Dans le cas d'Essipit, les résultats indiquent que les motivations des touristes à participer à ces activités sont diverses, mais restent rattachées à l'acquisition de connaissances liées aux PFNL cueillis, à la culture autochtone ou au milieu forestier en général. « Apprendre sur les champignons ou de façon générale » est aussi la principale motivation qui ressort du sondage de Marcotte et coll. (2015). Toutefois, bien que la découverte de la culture autochtone ne soit pas statistiquement différente des deux autres motivations mentionnées, cet élément est à prendre en considération dans l'élaboration d'une activité touristique à Essipit puisqu'elle est non négligeable pour les répondants. D'ailleurs, dans une étude réalisée par Insignia (2007), les touristes de France, d'Allemagne et du Royaume-Uni se sont montrés intéressés par le tourisme autochtone s'il leur permet de vivre une expérience authentique et enrichissante en nature et liée à la culture autochtone. Le contexte est donc important, et l'interaction avec les Autochtones et leur culture donne une valeur ajoutée à l'expérience touristique. Pour que la communauté puisse bénéficier de cet avantage par rapport à d'autres collectivités forestières non autochtones, les activités touristiques devront cibler les PFNL qui sont, ou ont été, véritablement utilisés par les Innus. L'utilisation traditionnelle des champignons devra par exemple être davantage étudiée pour s'assurer qu'elle s'inscrit bel et bien dans la culture locale. De plus, il importe de souligner que les membres de la Première Nation ont indiqué ne pas vouloir se folkloriser dans le but d'attirer les touristes dans leurs entreprises. Ainsi, les activités devront être adaptées à la réalité actuelle des membres. Voici donc une opportunité de créer une tradition basée sur le savoir autochtone, mais adaptée au mode de vie contemporain des Innus, pour contribuer au maintien des traditions et de la culture et au renforcement de celles-ci au sein de la communauté (Colton et Whitney-Squire, 2010).

Comme une grande proportion de répondants provient de l'extérieur de la région, il peut y avoir des retombées économiques puisque ces touristes dépensent davantage dans la région que les gens qui y habitent. Ainsi, le secteur de l'hébergement peut bénéficier de la présence de ces touristes qui désireraient, en majorité, séjourner une nuit supplémentaire pour participer à ces nouvelles activités.

Néanmoins, comme Essipit est en situation de plein emploi pour les mois de juillet et d'août, les activités sur les PFNL devraient être élaborées afin d'attirer des touristes durant l'automne, soit une saison favorable pour la récolte de certains PFNL. Ainsi, les impacts de ces activités touristiques seraient d'autant plus importants qu'ils permettraient d'allonger la période de travail de plusieurs personnes, tant dans le secteur des activités des PFNL que dans celui de l'hébergement (Frutos Madrazo et al., 2012).

Enfin, plusieurs facteurs incontrôlables, comme les insectes, la température, la période de fructification des PFNL, la peur des ours, etc., peuvent venir miner l'expérience des visiteurs. Ces aspects doivent donc être bien maîtrisés par les communautés désirant offrir des activités en plein air pour éviter que ces facteurs incontrôlables nuisent au bon déroulement des activités. L'expertise du guide et l'expérience créée autour de l'activité sont autant d'aspects qui permettront d'assurer le succès et la pérennité des activités (Marcotte et al, 2015).

## 5. Limites de L'Étude

Le mode d'administration du questionnaire a varié d'un site de distribution à l'autre. Le questionnaire était remis en main propre au Centre de réservations et d'information Essipit et aux Croisières Essipit, alors qu'au Camping Tadoussac et aux Pourvoiries Essipit, ils étaient placés à la vue des touristes avec une affiche indiquant de les remplir. Le taux de réponse d'un site de distribution à l'autre a donc varié de 6 % à 80 %. Ainsi, le fait de remettre le questionnaire en main propre aux touristes est beaucoup plus efficace. Les sites du Camping Tadoussac et des Pourvoiries Essipit ont donc pu être moins bien échantillonnés. De plus, l'échantillon pourrait être biaisé puisque les répondants décidaient volontairement de participer à l'étude. Enfin, un seul questionnaire étant distribué par groupe ou famille, l'intérêt du répondant ne reflétait peut-être pas fidèlement l'intérêt général du groupe qu'il représentait.

## 6. Conclusion

Notre étude a permis de valider l'intérêt de mettre en valeur une ressource forestière non conventionnelle dans le but de développer un produit touristique en région éloignée. En effet, nous avons montré que des retombées sociales et économiques pourraient découler des activités mettant en valeur les PFNL. Les principales retombées socio-économiques directes seraient: l'augmentation des revenus pour la communauté; la création d'emplois saisonniers, principalement grâce aux cueillettes guidées; l'allongement possible de la période de travail grâce à la récolte de PFNL en automne et la diversification des sources de revenus, les activités sur les PFNL étant un nouveau créneau d'activité.

En plus des retombées sociales et économiques, la culture des communautés distinctes peut être valorisée grâce au tourisme forestier. Dans notre contexte, la Première Nation des Innus Essipit pourrait bénéficier de la mise en valeur de la culture autochtone pour se distinguer auprès des touristes, mais aussi pour faire revivre cet élément culturel qu'est la cueillette de produits de la forêt et le rapport à la nature. Tel que mentionné par Lequin (2001), les communautés peuvent apprendre sur leur propre culture et la revaloriser lorsqu'elles s'ouvrent au tourisme. Ainsi, le projet de mise en valeur des PFNL est un projet touristique, mais aussi de valorisation et de transmission culturelle. Dans ce contexte, il pourrait être intéressant pour la Première Nation de faire un lieu d'accueil et d'interprétation autochtones sur les PFNL et autres produits naturels traditionnels.

Le potentiel socio-économique des activités touristiques portant sur les ressources forestières non conventionnelles étant identifié, d'autres études doivent être faites pour valider les résultats dans un contexte de mise en œuvre des activités. En effet, il faut désormais vérifier si les touristes seront réellement prêts à déboursier pour participer aux activités touristiques liées aux PFNL et si les retombées espérées, aussi bien celles liées à la transmission culturelle des communautés d'accueil, que les retombées économiques, se réaliseront.



## Bibliographie

- Assemblée des Premières Nations du Québec et du Labrador [APNQL]. (2014). Protocole de recherche des Premières Nations du Québec et du Labrador. 59 pages + Annexes.
- Arnason, T., Hebda, R. J., & Johns, T. (1981). Use of plants for food and medicine by Native Peoples of eastern Canada. *Revue canadienne de botanique*, 59(11), 2189-2325.
- Ayuk, E. T. (1997). Adoption of agroforestry technology: The case of live hedges in the central plateau of Burkina Faso. *Agriculture System*, 54(2), 189-206.
- Beaudet, G. (2006). Désir de nature et invention de la forêt en Occident. *Téoros*, 25(3), 6-13.
- Beaudoin, J. M., Bouthillier, L., Bulkan, J., Nelson, H., Trosper, R., & Wyatt, S. (2016). What does “First Nation deep roots in the forests” mean? Identification of principles and objectives for promoting forest-based development. *Canadian Journal of Forest Research*, 46(4), 508-519.
- Beaudoin, J. M., St-Georges, G., & Wyatt, S. (2012). Valeurs autochtones et modèles forestiers: Le cas de la Première Nation des Innus d’Essipit. *Recherches amérindiennes au Québec*, 42(3), 97-109.
- Bell, S., & Petursson, J. G. (2008). Introduction. In S. Bell, M. Simpson, L. Tyrväinen, T. Sievänen, & U. Proöbstl, *European forest. Recreation and tourism* (1-11). New York: Taylor & Francis.
- Boucher, J. L. (2010). Évolution du régime forestier et crise forestière. Partie I: La dimension sociale de la crise. *Revue vie économique*, 2(1), 5 pages.
- Castro, S. M. C. (2009). Micoturismo: Enquadramento estratégico em áreas protegidas Mémoire de maîtrise, Instituto Superior de Agronomia, Universidade Técnica de Lisboa, Lisbonne.
- Collier, R., & Hobby, T. (2010). It’s all about relationships: First Nations and non-timber resource management in British Columbia. *BC Journal of Ecosystems and Management*, 11(1-2), 1-8.
- Colton, J. W., & Whitney-Squire, K. (2010). Exploring the relationship between aboriginal tourism and community development. *Leisure/Loisir*, 34, 261-278.
- Conseil de la Première Nation des Innus Essipit. (2013). Les Essipiunnuat. Retrieved November 10, 2013 from <http://www.innu-essipit.com/index2.php?rubrique=lesessipiunnuat>.
- Duchesne, L., & Wetzal, S. (2003). L’aménagement des produits forestiers non ligneux et des ressources ligneuses des forêts canadiennes: Besoins d’intégration et de recherche. *Forestry Chronicle*, 79(5), 853-859.
- Fredman, P., & Tyrväinen, L. (eds). (2011). *Frontiers in nature-based tourism: Lessons from Finland, Iceland, Norway and Sweden*. London: Routledge.
- Frutos Madrazo, P., Martínez Peña, F., & Esteban Laleona, S. (2012). Edible wild mushroom tourism as a source of income and employment in rural areas. The case of Castilla y León. *Forest Systems*, 21(1), 81-98.

- Gaudreau, G., Ribordy, A., Ribordy, F. X., & Tremblay, M. (2010). *Des champignons et des hommes. Consommation, croyances et science*. Québec: Éditions Michel Quintin.
- Gélinas, N., Bernard, A., Marcotte, P., & Latorre, J. (2016). *Mycotourisme: pratique touristique pour un développement socio-économique durable et viable en régions forestières*. Les cahiers de l'Institut EDS, Institut Hydro-Québec en environnement, développement et société, Université Laval, avril 2016.
- Insignia (2007). *Possibilités pour le Canada en matière de tourisme autochtone*. Royaume-Uni, Allemagne, France (Rapport établi pour la Commission canadienne du tourisme) [en ligne]. Retrieved June 22, 2015 from [www.fr-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Research/Product-knowledge/Aboriginal-tourism/Aboriginal\\_Tourism\\_Opportunities\\_fre.pdf](http://www.fr-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Research/Product-knowledge/Aboriginal-tourism/Aboriginal_Tourism_Opportunities_fre.pdf)
- Lapointe, P. A. (2010). Un autre modèle d'analyse de la sortie de crise de l'industrie forestière au Québec. *Revue vie économique*, 2(1), 12 pages.
- Laurendeau, G., & Vézina, P. (2012). *Inventaire des savoirs et connaissances des Pekuakamiulnuatsh sur les plantes médicinales*. Rapport final 2011-2012. Projet 212-222. Retrieved May 22, 2017 from [http://e-sdeir.uqac.ca/589/2/Inventaire\\_des\\_savoirs\\_et\\_des\\_connaissances\\_des\\_Pekuakamiulnuatsh\\_sur\\_les\\_plantes\\_m%C3%A9dicinales\\_Phase\\_2.pdf](http://e-sdeir.uqac.ca/589/2/Inventaire_des_savoirs_et_des_connaissances_des_Pekuakamiulnuatsh_sur_les_plantes_m%C3%A9dicinales_Phase_2.pdf).
- Lázaro García, A. (2008). El aprovechamiento micológico como vía de desarrollo rural en España: las facetas comercial y recreativa. *Anales de Geografía*, 28(2), 111-136.
- Lequin, M. (2001). *Écotourisme et gouvernance participative*. Presses de l'Université du Québec, Québec, 234 pages.
- Lequin, M., & Sarrazin, B. (dir.). (2008). *Tourisme et territoires forestiers. Vers de nouvelles perspectives de mise en valeur*. Presses de l'Université du Québec, Québec, 250 pages.
- Marcotte, P., & Bourdeau, L. (2014). *Le mycotourisme comme produit expérientiel et pérenne. Les balades mycologiques de la Forêt Montmorency*. Communication présentée au Colloque sur les champignons forestiers et autres PFNL: Innovations et perspectives, La Pocatière, août.
- Marcotte, P., Gélinas, N., & Bourdeau, L. (2015). *Le développement de produits touristiques en milieu forestier*. Communication présentée à la rencontre du Comité de direction de la Forêt Montmorency, Québec, mars.
- Martínez Peña, F. (2014). *Contribution of the European Cooperation to mycological resource management and valorization. Towards the European Mycological Institute*. Communication présentée au Colloque sur les champignons forestiers et autres PFNL: Innovations et perspectives, La Pocatière, août.
- Maso, D., Matilainen, A., & Pectenella, D. (2011). *The Role of Networks in Non-wood Forest Products and Services Market Development*. In G. Weiss et al. (dir.), *Innovation in forestry: Territorial and value chain relationships* (154-190). UK: CABI.
- McLain, R. J., Hurley, P. J., Emery, M. R., & Poe, M. R. (2014). *Gathering "wild" food in the city: Rethinking the role of foraging in urban ecosystem planning and management*. *Local Environment*, 19(2), 220-240.

- Mitchell, D. A., Tedder, S., Brigham, T., Cocksedge, W., & Hobby, T. (2010). Policy gaps and invisible elbows: NTFPs in British Columbia. Dans S. A. Laird, R. J. McLain, & R. P. Wynberg (Eds.), *Wild Product Governance: Finding Policies that Work for Non-Timber Forest Products*, (113-134). London: Earthscan.
- Mitchell, D. A., & Hobby, T. (2010). From rotations to revolutions: Non timber forest products and the new world of forest management. *BC Journal of Ecosystems and Management*, 11(1-2), 27-38.
- MRN. (2013). Critères et indicateurs d'aménagement durable des forêts. Emplois liés aux ressources forestières. Retrieved February 9, 2015 from [www.mffp.gouv.qc.ca/publications/enligne/forets/criteres-indicateurs/5/535/impression.asp](http://www.mffp.gouv.qc.ca/publications/enligne/forets/criteres-indicateurs/5/535/impression.asp)
- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (2013). Produits forestiers non ligneux. Retrieved November 10, 2013 from <http://www.fao.org/forestry/nwfp/6388/fr/>.
- Pröbstl, U., Elands, B., & Wirth, V. (2008). Forest recreation and nature tourism in Europe: Context, history and current situation. In S. Bell, M. Simpson, L. Tyrväinen, T. Sievänen, & U. Proöbstl, *European forest. Recreation and tourism* (12-32). New York: Taylor & Francis.
- Silar, P., & Malagnac, F. (2013). *Les champignons redécouverts*. Paris: Belin.
- Société des établissements de plein air du Québec. (2014). Rapport annuel 2013-2014. Retrieved July 10, 2015 from [www.sepaq.com/dotAsset/264d7782-13e5-4a8f-875b-4245570ab72b.pdf](http://www.sepaq.com/dotAsset/264d7782-13e5-4a8f-875b-4245570ab72b.pdf).
- Stafford, J. (1996). La recherche touristique. Introduction à la recherche quantitative par questionnaire. Presses de l'Université du Québec, Québec, 166 pages.
- Starbuck, C. M., Alexander, S. J., Berrens, R. P. et Bohara, A. K. (2004). Valuing special forest products harvesting: A two-step travel cost recreation demand analysis. *Journal of Forest Economics*, 10, 37-53.
- St-Georges, G. (2009). Préoccupations, valeurs et aspirations des Innus d'Essipit relativement à leur territoire ancestral, le Nitassinan. Mémoire de maîtrise, Département des sciences du bois et de la forêt, Université Laval, Québec.
- Teitelbaum, S., & Saumure, É. (coll.). (2010). L'arbre est dans ses feuilles et la forêt, dans sa communauté. Guide sur la foresterie communautaire. Québec: Solidarité rurale du Québec. Retrieved September 1, 2015 from [www.ruralite.qc.ca/fichiers/guides/2309 - serie action - foresterie francais final.pdf](http://www.ruralite.qc.ca/fichiers/guides/2309_-_serie_action_-_foresterie_francais_final.pdf)
- Tourisme Côte-Nord (2013). Plan stratégique de développement touristique de la Côte-Nord (psdtn) 2013-2020. Retrieved May 17, 2017 from [www.tourismecote-nord.com/blogue/wp-content/uploads/2014/09/4TW\\_12350\\_NapperonForum\\_2013-06-04\\_V2.pdf](http://www.tourismecote-nord.com/blogue/wp-content/uploads/2014/09/4TW_12350_NapperonForum_2013-06-04_V2.pdf)
- Tourisme Côte-Nord (2016). Bilan de performance saison touristique estivale 2016 pour la période du 1er mai au 30 septembre 2016. Retrieved May 17, 2017 from [www.tourismecote-nord.com/blogue/wp-content/uploads/2016/12/Bilan-statistique-2016-VF.pdf](http://www.tourismecote-nord.com/blogue/wp-content/uploads/2016/12/Bilan-statistique-2016-VF.pdf)