

SECTION F : UTILISATION ET JOUISSANCE

Un employé du parc national de la Pointe-Pelée montre un papillon monarque à une visiteuse.

L. Cave/Parcs Canada



CHAPITRE 10 : INTERPRÉTATION ET COMMUNICATION EXTERNE

Faire connaître l'importance de ces lieux aidera [les gens] à comprendre pourquoi il est nécessaire de les protéger; par ailleurs, l'approfondissement de leurs connaissances à ce sujet leur permettra de faire des choix plus éclairés, tant personnels que politiques, au sujet de la protection [des parcs]. Les gens protègent ce qui leur est significatif et précieux. Les Canadiens défendront activement les parcs s'ils ressentent de l'attachement pour ces lieux ou ce qu'ils représentent. Il en découle que si notre objectif est la protection de nos parcs nationaux... il est essentiel d'inciter la population à les aimer et à reconnaître leur valeur ...

L'occasion est belle pour Parcs Canada de faciliter cet attachement en procurant des expériences d'apprentissage significatives qui contribuent directement à l'éducation des gens... et favorisent leur appui en faveur de la conservation des parcs nationaux. ... La mise en valeur du patrimoine est le moyen à privilégier pour recueillir l'appui du public. Sans cet appui permanent dans le futur, il est peu probable que Parcs Canada atteindra ses objectifs d'intégrité écologique.

Parcs Canada,
« Plan d'action pour le renouvellement de la mise en valeur du patrimoine au sein de Parcs Canada » (1999)



L'interprétation est un aspect clé du mandat des parcs nationaux. Il s'agit à la fois d'une forme d'éducation et d'un moyen d'aider les visiteurs à apprécier pleinement leur séjour. Cependant, son objet ne se limite pas à fournir de l'information factuelle au sujet de l'intégrité écologique et des parcs nationaux. L'interprétation sensibilise les gens à la valeur des parcs nationaux et aux objectifs qu'ils visent, ainsi qu'aux utilisations appropriées pour que l'intégrité écologique demeure intacte. Tout le monde doit savoir que l'utilisation des parcs nationaux par les visiteurs constitue souvent une source importante de stress. Grâce à une meilleure connaissance des aires protégées, les visiteurs des parcs et tous les citoyens peuvent apprendre à utiliser les parcs nationaux et à en profiter de façon responsable, puis à faire des choix au sujet des mesures qu'ils peuvent eux-mêmes adopter pour contribuer à l'intégrité écologique et à l'utilisation durable des ressources.

Actuellement, Parcs Canada n'est pas en mesure de jouer le rôle éducatif qui lui revient auprès

de ses clientèles cibles. Depuis quelques années, les budgets affectés à l'interprétation ont été grandement réduits, sans parler des compressions de personnel importantes; les pertes d'employés chevronnés ont été nombreuses. Les infrastructures, le matériel d'interprétation et l'information fournie sont souvent désuets. Pour communiquer de manière plus efficace au chapitre de l'intégrité écologique, il faut porter une attention particulière à la politique, à la stratégie, aux partenaires et à l'évaluation dans le contexte de l'interprétation. Le grand public accordera son appui à la protection de l'intégrité écologique si on lui communique des messages clairs, mettant l'accent sur les aspects positifs de ce concept.

L'interprétation peut prendre diverses formes, de l'interaction avec les visiteurs des parcs jusqu'à la diffusion de renseignements au reste de la population. Parcs Canada doit étudier de nouveaux médias et différents moyens de transmettre ses messages d'interprétation à des auditoires autres que ceux actuellement visés.

Questions relatives à l'interprétation

Dans ce chapitre, nous examinerons plusieurs questions connexes :

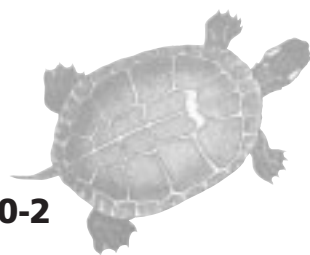
- le besoin d'une politique et d'une stratégie qui rehausseront l'importance de l'interprétation;
- le besoin de concevoir des messages d'interprétation qui sensibiliseront les individus aux utilisations et comportements favorisant la protection de l'intégrité écologique dans les parcs nationaux;
- l'identification des différentes clientèles visées et des types de messages d'interprétation appropriés, l'évaluation des façons dont l'interprétation permet la communication efficace des messages portant sur l'intégrité écologique et des modes de diffusion de ces messages;
- l'importance de partenariats, notamment avec les peuples autochtones, pour l'élaboration et la diffusion de messages d'interprétation axés sur l'écologie;

- le rôle du marketing dans la communication des messages d'interprétation appropriés.

Un sujet parallèle, portant sur la politique des utilisations admissibles et appropriées des parcs nationaux, est abordé au chapitre 11.

Terminologie qui prête à confusion

Depuis quelques années, Parcs Canada a utilisé l'expression « présentation du patrimoine » pour regrouper « interprétation » et « diffusion externe » sous le même vocable, alors que d'autres termes, comme « sensibilisation », « communication » et même « marketing », ont aussi été utilisés dans les publications et les exposés — semant la confusion chez le grand public et le personnel de Parcs Canada. Dans l'esprit de la plupart des gens, l'expression « présentation du patrimoine » est associée au patrimoine historique et non au patrimoine naturel, et encore moins à l'intégrité écologique.



Parcs Canada n'a pas pour autant banni « interprétation » et « diffusion externe » de son vocabulaire; par exemple, dans le *Rapport sur l'état des parcs de 1997*, on précise ce qui suit : « Les programmes d'interprétation à l'intérieur des parcs et les programmes de communication destinés à l'extérieur constituent les deux principaux éléments de la mise en valeur du patrimoine. Ensemble, ils créent un lien vital entre les gens et les écosystèmes ». (Parcs Canada, 1997)

Il n'existe aucun écart marqué entre « interprétation » et « communication externe », si ce n'est que l'interprétation vise les visiteurs des parcs alors que la communication externe s'adresse au reste de la population. Afin d'éviter toute confusion, Parcs Canada devrait s'en tenir à ces deux vocables simples dans le cadre de ses efforts d'éducation et d'information. Dans ce chapitre, nous nous servons du mot « interprétation » comme d'un mot passe-partout, sauf lorsque nous traitons spécifiquement des communications qui s'adressent à des personnes à l'extérieur des parcs.

L'importance de l'interprétation

La protection passe par l'appréciation, l'appréciation par la compréhension, la compréhension par l'interprétation.

Tilden (1967)

L'interprétation au sujet des parcs nationaux du Canada est importante pour les raisons suivantes :

- mieux faire comprendre l'écologie en général, et l'intégrité écologique en particulier;
- mieux faire apprécier les parcs eux-mêmes;
- faire mieux comprendre pourquoi il est nécessaire que Parcs Canada offrent dans ses parcs des activités appropriées, tout en responsabilisant les visiteurs;
- aider les gens à mieux comprendre que les parcs nationaux ne sont que des aires protégées de la nature qui, au-delà des montagnes majestueuses, des plaines, des rivières et des lacs, est présente dans les villes, sous la forme de merles d'Amérique et de cardinaux, de renards et de rats laveurs;
- élargir le degré de compréhension des questions essentielles qui ont une incidence sur le maintien d'un environnement sain.

Interprétation centrée sur l'intégrité écologique

Une façon de veiller à ce que nos parcs soient préservés pour les générations futures consiste à éduquer le public et à le faire participer. En les encourageant à participer aux divers programmes des parcs, Parcs Canada peut contribuer à faire en sorte que les écoliers, les intervenants et les visiteurs en viennent à apprécier la gestion axée sur les écosystèmes, et deviennent des gardiens responsables de leur patrimoine et des ambassadeurs des parcs nationaux.

Parcs Canada, *Rapport sur l'état des parcs de 1997*, p.49

L'intégrité écologique devrait constituer le principal message communiqué directement et indirectement par Parcs Canada. Les efforts actuels d'interprétation fructueux mettant en valeur l'intégrité écologique sont nombreux et variés, mais il n'en demeure pas moins que

cette intégrité n'est toujours pas le message fondamental transmis dans l'ensemble du réseau des parcs. Pour atteindre cet objectif, il faudra :

- considérer l'interprétation comme un élément essentiel de la protection de l'intégrité écologique;
- intégrer l'information de divers niveaux — international, national et régional — ainsi que l'information concernant les parcs individuels;
- faire état de tous les renseignements pertinents, plutôt que de se limiter aux seules « bonnes nouvelles » au sujet des ressources; cela signifie aborder les dures réalités et les questions d'importance portant sur les stress qui agissent sur les parcs nationaux;



- établir un rapport avec de nouveaux auditoires, comme les éducateurs, les jeunes, les citoyens et autres paliers gouvernementaux — des groupes jusque-là peu visés par l'interprétation dans les parcs nationaux;
- créer des partenariats avec les peuples autochtones pour l'interprétation et la diffusion des messages sur l'intégrité écologique.

Afin que l'interprétation prenne davantage de place en vue de l'atteinte du mandat de Parcs Canada, il faudra :

- créer des liens organisationnels avec tous les membres du personnel de Parcs Canada;
- parvenir à des niveaux appropriés de ressources humaines et financières;
- constituer un corps professionnel à temps complet aux fins de l'interprétation;
- atteindre une grande diversité de personnes et établir un rapport avec elles, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des parcs nationaux;
- utiliser diverses méthodes de communication appropriées et novatrices;
- comprendre comment en arriver à des communications plus efficaces avec le public;
- définir clairement ce qui doit être communiqué.

Les visiteurs ne peuvent comprendre quel tort ils font en nourrissant les animaux sauvages si aucun interprète ne les sensibilise à cette question.

R. R. Dore/Parcs Canada



Traiter des enjeux de conservation

L'interprétation de l'intégrité écologique et des enjeux de conservation ne sont pas des notions particulièrement nouvelles à Parcs Canada. Déjà en 1990, le Plan vert du ministère canadien de l'Environnement faisait la promotion de l'interprétation, afin de conscientiser le public en matière d'environnement. Le sous-ministre adjoint à l'époque, A. Lefebvre-Anglin, écrivait que Parcs Canada faisait de grands efforts en vue de l'interprétation des enjeux de conservation en s'assurant «... que les visiteurs comprennent le rôle que les parcs et les autres aires naturelles jouaient pour le maintien d'un environnement sain, notamment en présentant certains problèmes de gestion très réels pour illustrer des enjeux environnementaux plus grands auxquels nous sommes confrontés, ainsi qu'en se servant des parcs comme de témoins écologiques et comme exemples d'utilisation durable des ressources ».

Grâce aux ressources du Plan vert et à l'accent placé sur une responsabilisation des citoyens envers l'environnement, les interprètes des parcs ont commencé à élaborer et à mettre en œuvre divers projets axés sur les enjeux de conservation. Il a fallu à peine dix ans pour que la situation change.

Nous avons pu observer ou entendre ce qui suit :

- la politique et l'orientation de la gestion concernant la contribution de l'interprétation en vue de réaliser le mandat de l'intégrité écologique manquent de vigueur;
- les professionnels de l'interprétation ont en grande partie été retranchés de l'organisation et remplacés par des interprètes saisonniers;
- nombre d'interprètes ne sont pas au fait de ces questions complexes et n'ont reçu aucune formation à cet égard;
- certains interprètes ont le sentiment que les visiteurs des parcs, en vacances, ne sont pas là pour « apprendre » ou être « démoralisés », donc que l'interprétation des enjeux de conservation n'est pas souhaitée;

Interprétation des enjeux au U.S. National Park Service

À la fin des années 1980, le U.S. National Park Service lançait un programme visant, d'une part, à former son personnel et à lui donner les outils nécessaires pour s'attaquer aux problèmes écologiques des parcs, et, d'autre part, à aider la nation entière grâce à la mise sur pied de programmes d'information et de communication externe. Cette démarche reconnaissait que les interprètes des parcs avaient besoin de formation et de ressources scientifiques, avant de se pencher sur ces questions complexes.

Avec l'aide d'universitaires qui ont participé à des recherches en vue de développer le matériel de formation tenant compte des aspects scientifiques de ces enjeux et de leur communication, le U.S. National Park Service lançait le programme « Clearing the Air » sur les incidences des dépôts acides sur les parcs nationaux, les lieux historiques nationaux et les monuments. Un an plus tard, l'accent était mis sur la perte de la diversité biologique, dans les parcs, au pays et sur la planète, grâce au programme « Biological Diversity: It Makes All the Difference in the World ». Il s'agissait là des premiers volets d'une série d'initiatives précises associées à l'interprétation de préoccupations écologiques d'importance critique au sujet des ressources.

Voici quelques exemples de produits et programmes connexes découlant des initiatives mentionnées précédemment :

- guide de formation sur les ressources naturelles comprenant des séances d'information scientifique, du matériel de référence, des suggestions en vue de l'élaboration de programmes d'interprétation, une série de diapositives et des exemples de programmes, le tout visant à faciliter la formation des interprètes en matière de compétences professionnelles et de connaissances scientifiques associées aux précipitations acides ainsi qu'à la biodiversité;
- série de programmes possibles axés sur les services personnalisés, expositions et publications sur la perte de la diversité biologique, ainsi que sur les impacts des dépôts acides, mis à la disposition des visiteurs des aires naturelles et des lieux historiques dans l'ensemble du réseau;
- diaporama d'interprétation et série de programmes conçus à l'intention des chambres de commerce ou des administrations municipales;
- projet qui a permis d'élargir le programme scolaire, de la maternelle à la huitième année, afin de traiter de la biodiversité et de la Réserve mondiale de la biosphère du sud des Appalaches.

-
- les sources de financement distinctes associées au Plan vert sont disparues avant même que le personnel ait pu être bien formé, que les moyens d'interprétation aient été adaptés et que les médias choisis aient pu diffuser les messages sur les problèmes de conservation;
 - certains pensent que le programme de responsabilisation des citoyens envers l'environnement dont le Plan vert faisait la promotion allait au-delà de la mission de Parcs Canada qui ne devrait pas sensibiliser le public aux questions environnementales débordant les préoccupations de conservation des parcs;
 - on accorde une place toujours plus importante à l'interprétation non personnalisée par l'entremise de centres d'accueil, d'expositions et de panneaux d'interprétation — autant de médias qui rendent difficiles la personnalisation des messages et la responsabilisation des visiteurs;
 - compte tenu du personnel limité et des ressources peu abondantes, les programmes d'interprétation sont souvent fondés sur le plus petit dénominateur commun, au chapitre des connaissances; le traitement de questions plus complexes, susceptibles d'intéresser davantage certains auditoires, a été abandonné;
 - la fonction d'interprétation est souvent séparée de celle de la science et de la gestion des écosystèmes à Parcs Canada.

L'interprétation et la communication au sujet des problèmes de conservation ne font pas l'objet d'une large diffusion. En général, les Canadiens ne savent pas que, derrière la très grande beauté naturelle de nombreux parcs nationaux, se cachent de graves problèmes environnementaux. Par exemple, en altitude, la neige qui tombe dans les parcs nationaux Banff et Jasper transporte de forts niveaux de matières polluantes en suspension, qui finissent par se retrouver dans les lacs et rivières des parcs ainsi que des régions avoisinantes, causant divers torts aux écosystèmes. La plupart des visiteurs des parcs ne se rendent pas compte de cette situation, et aucun renseignement d'interprétation n'est diffusé à ce sujet.



Conséquence des conflits entre les visiteurs et les ours

Le programme d'interprétation du parc national de La Mauricie explique qu'un ours noir, qui s'était habitué à la présence des campeurs, avait dû être abattu après que les employés du parc aient échoué dans leur tentative de le déplacer dans un autre secteur du territoire. Le message — l'ours est mort en raison d'une situation conflictuelle avec une activité humaine — est dur mais puissant. Pour être efficaces, les programmes d'interprétation ne doivent pas craindre de transmettre de tels messages.

Il existe des expositions intéressantes sur les problèmes relatifs au maintien de l'intégrité écologique. À plusieurs endroits dans les parcs, des panneaux ou des dépliants présentent des messages simples liés à la gestion des écosystèmes, du type: « Dunes fragiles », « Travaux de restauration » ou « Restez sur le sentier ». Il s'agit là de messages importants qui doivent être communiqués aux visiteurs, mais rien ne les informe alors de la réalité sous-jacente, associée à la protection de l'intégrité écologique. Il ne s'agit que de règles et de règlements énoncés de façon à ne pas offusquer les visiteurs.

L'interprétation de l'intégrité écologique fait partie intégrante de la gestion active requise pour maintenir ou restaurer cette intégrité. Les visiteurs des parcs, les partenaires et le grand public doivent comprendre :

- le rôle des aires protégées à l'échelle locale, nationale et planétaire;
- la fragilité de l'intégrité écologique — même les plus belles régions sauvages sont parfois dégradées;
- la gravité des menaces auxquelles l'intégrité écologique fait face;
- la façon dont les individus peuvent aider, ce qui constitue un élément de la plus haute importance.

Pour atteindre un tel degré de compréhension, il faut savoir utiliser efficacement les techniques de communication et les connaissances scientifiques actuelles, de façon à ce que les auditoires se sentent touchés et s'engagent à de résultats positifs.

Les visiteurs ignorent souvent que leur simple présence dans un parc ainsi que l'utilisation qu'ils en font ont une incidence certaine sur l'intégrité écologique. Peu nombreux sont les programmes qui traitent de façon appropriée et avec franchise de l'impact de l'activité humaine.

Afin que les visiteurs (au même titre que d'autres auditoires) puissent mieux comprendre l'intégrité écologique — et le rôle qu'ils y jouent — puis s'employer à la défendre, il faut leur parler des menaces qui planent, à l'intérieur même des parcs, à l'endroit de cette intégrité. Une meilleure

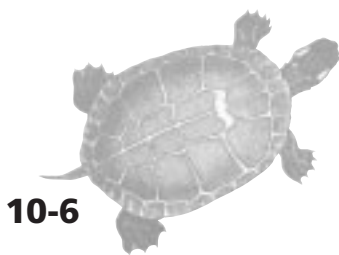
compréhension peut mener à la réduction des utilisations non appropriées, et à la modification de celles que l'on qualifie de compatibles, afin de réduire le stress sur l'intégrité écologique. De la même façon, les raisons qui sont à l'origine de restrictions, pour les visiteurs, dans le but de minimiser l'impact de leur présence sur l'intégrité écologique doivent être clairement communiquées. Par exemple :

- l'élimination des aires de camping d'appoint dans le parc national Banff, qui empiètent sur l'écosystème de la vallée de la Bow;
- la mise en place d'un système de réservation pour les terrains de camping du parc national de la Mauricie, comme mesure de gestion/contrôle de la demande;
- la fermeture de sentiers dans différents parcs, afin de protéger la faune.

En outre, nombre de visiteurs des parcs ne connaissent pas toujours très bien la faune et pensent que les animaux sauvages sont inoffensifs. Les programmes d'interprétation doivent expliquer que certains comportements des visiteurs donnent lieu à des situations conflictuelles, dont l'animal ressort habituellement perdant. Les visiteurs qui comprennent les raisons des restrictions seront plus enclins à s'y plier de bon gré.

Besoin d'une politique

En général, les Canadiens s'identifient facilement à un parc national en particulier ou à un symbole, tel que le parc national Banff. Ils ne peuvent toutefois se représenter clairement les parcs nationaux en tant qu'éléments d'un réseau, comprendre Parcs Canada comme une organisation, ni saisir que la gestion de la protection de l'intégrité écologique constitue la priorité des parcs nationaux s'ils ne sont pas informés. Les parcs sont perçus comme des entités distinctes — des territoires isolés sans contexte régional ou national. En raison de lacunes sur le plan de la communication, le grand public n'est pas conscient de la vulnérabilité des parcs nationaux, notamment des menaces qui s'exercent à l'intérieur de leurs limites



ou qui proviennent de l'extérieur. Son intérêt se limite plutôt — tout comme d'ailleurs les messages d'interprétation — aux beautés des paysages et aux occasions récréatives, plutôt qu'à l'intégrité écologique.

En février 1998, le Conseil exécutif de Parcs Canada a approuvé l'énoncé d'intention suivant au sujet de l'interprétation et de la diffusion externe :

Le plus grand nombre possible de citoyens canadiens et de visiteurs vivront une expérience d'interprétation ou de communication externe enrichissante, captivante et divertissante qui leur permettra d'accroître leur compréhension et leur attachement :

- aux réseaux canadiens des aires patrimoniales d'importance nationale;
- à l'essence même de chaque aire patrimoniale, ce en quoi elles sont représentatives du pays et de ses habitants;

- à la nécessité de préserver les ressources patrimoniales.

En outre, Parcs Canada travaille actuellement à l'adoption d'un « *Plan d'action pour le renouvellement de la mise en valeur du patrimoine au sein de Parcs Canada* ». L'ébauche de ce plan d'action ne fait pas référence non plus à l'intégrité écologique; en fait, l'expression « intégrité écologique » n'est utilisée qu'une fois, à l'intérieur d'un encadré portant sur la « protection des ressources ». (Parcs Canada, 1999, p. 10).

Le message transmis devrait être clair : la protection de l'intégrité écologique se trouve au cœur même de la gestion des parcs nationaux, point à la ligne.

RECOMMANDATION

10-1. Nous recommandons que Parcs Canada fasse de l'intégrité écologique l'objet principal des programmes d'interprétation et de communication externe dans son énoncé d'intention à ce sujet. Afin de bien faire état de l'importance de l'intégrité écologique en interprétation, cet

énoncé devrait s'appuyer sur une politique sans équivoque à l'effet que les publications, programmes d'interprétation et installations au niveau national, régional et local, doivent refléter l'obligation relative à l'intégrité écologique.

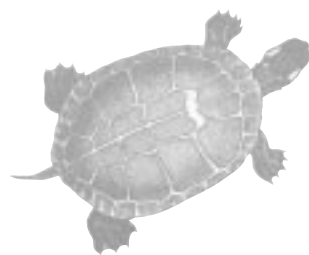
La plupart des visiteurs du parc national Banff ne considèrent pas les jardins Cascade comme étant inappropriés dans un parc national, malgré leurs nombreuses plantes exotiques.
Blackbird Design



Besoin d'une stratégie

Au niveau conceptuel, l'interprétation est présentée de telle sorte que les personnes observent le milieu naturel sans en faire partie. En pratique, la protection de l'intégrité doit être rattachée à l'expérience vécue par les visiteurs du parc. Afin d'y parvenir, il faut voir la nature de l'intérieur, ce qui veut dire que l'interprétation des écosystèmes et de l'intégrité écologique doit inciter les gens à comprendre qu'ils font partie des processus qui soutiennent la vie. Les messages d'interprétation qui mettent en valeur de bonnes pratiques environnementales tels que le traitement tertiaire des eaux usées, les programmes de compostage, etc., permettent de faire le lien avec les processus naturels.

De ce premier message, l'interprétation de l'intégrité écologique peut logiquement déboucher



sur un second à l'effet que les mêmes processus écologiques entretiennent aussi l'existence du parc — sa géologie et sa géomorphologie, son réseau hydrographique, ses sols, ses plantes et ses animaux, son cadre géographique naturel et culturel, ses paysages magnifiques et les traits distinctifs de la région naturelle dans laquelle il se situe. Les messages sur l'intégrité écologique doivent être « concrets » pour être bien compris. Il est ainsi essentiel de cibler les auditoires appropriés et leurs besoins pour atteindre l'objectif visé, par rapport à l'efficacité des messages d'interprétation.

Évaluation des programmes d'interprétation actuels

Nombre d'études ont révélé que les visiteurs et autres auditoires sont satisfaits des programmes d'interprétation ainsi que des messages communiqués. Cependant, une lacune existe au niveau de la recherche sur les connaissances des visiteurs au sujet des parcs nationaux. Le degré d'efficacité des expositions, programmes et moyens de communication actuellement utilisés en interprétation constituent une autre grande inconnue, surtout dans le contexte de l'intégrité écologique. Par exemple, un film ou une émission de télévision peuvent être bien faits et divertissants, mais sans grande valeur éducative quant à l'intégrité écologique, ni sans capacité de modifier les comportements à l'égard de son maintien ou de sa restauration.

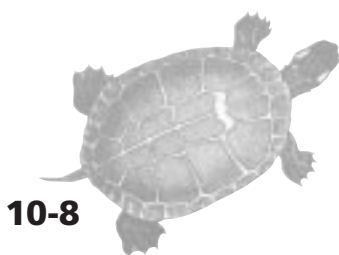
Certains parcs font déjà une promotion des efforts réalisés pour assurer le maintien de leur intégrité écologique. Par exemple, une brochure du parc national des Îles-du-Saint-Laurent (Parcs Canada, 1998) comprend des renseignements sur des sujets comme le plan de conservation du parc, les écosystèmes du parc et de la région, la faune et la flore, les systèmes d'information géographique, le Comité sur le statut de la faune au Canada et le zonage des parcs nationaux.

Nombre de programmes d'interprétation comprennent des expositions et des moyens de communication dont les messages, ainsi que le style, sont périmés. Le renouvellement ou la

mise à jour des expositions et des installations ont subi les répercussions d'un financement inadéquat. L'amélioration des équipements, des expositions, des centres d'interprétation, doit se faire en fonction d'un accroissement de personnel compétent dans le domaine de l'interprétation. Le personnel a avantage à se déplacer et à interagir, avec les visiteurs sur les terrains de camping ou les sentiers, favorisant l'apprentissage et rehaussant la qualité de l'expérience de séjour.

D'autre part, les infrastructures et certains équipements ne servent qu'à un seul auditoire — les visiteurs — et n'atteignent pas le public extérieur. De plus, il est reconnu que très peu d'entre eux ont recours aux programmes d'interprétation des parcs nationaux. La très faible participation aux activités d'interprétation est peut-être le résultat d'un financement moindre, de matériel périmé, de centres d'interprétation et d'expositions désuets et d'un personnel insuffisant. Par exemple, seulement deux ou trois pour cent des 350 000 visiteurs qu'accueille chaque année le parc national du Mont-Riding prennent part à de telles activités, une proportion qui vaut pour la plupart des parcs. Après des visites répétées, le sentiment de « déjà vu » prime et on ne retourne pas voir le centre d'interprétation ou les expositions à caractère permanent.

Le fait que les nombreux programmes d'interprétation (visites guidées, programmes offerts en soirée et la plupart des programmes scolaires) soient offerts de façon à assurer le recouvrement des coûts engagés est peut-être un autre facteur expliquant la faible participation. Cette façon de procéder nuit à la diffusion des messages, notamment ceux portant sur l'intégrité écologique. Certaines personnes ne font pas partie de l'auditoire parce qu'elles ne veulent rien payer ou ne sont pas en mesure de le faire. À long terme, il découle de cette situation que seuls les programmes et messages qui ont la faveur populaire — c'est-à-dire pour lesquels le recouvrement des coûts est assuré — sont offerts. Les programmes d'interprétation essentiels doivent être proposés à tous les visiteurs des parcs, sans frais additionnels, outre les droits d'entrée.





Les bâtiments administratifs du parc national Fundy sont entourés d'immenses pelouses, ce qui élargit l'empreinte écologique et ne transmet pas un message écologique convenable aux visiteurs du parc.

P. Wilkinson

Intégrité écologique : montrer la voie à suivre

Les centres d'interprétation jouent un rôle important en offrant un point central d'information et de documentation sur l'intégrité écologique. Ils sont toutefois moins efficaces lorsqu'il s'agit d'offrir aux visiteurs des connaissances et une expérience pratique, de terrain, sur la découverte des écosystèmes et de leurs processus écologiques. La Commission a observé que nombre de centres d'interprétation ren-

ferment des expositions statiques, notamment des animaux empaillés, qui ne sont plus de première fraîcheur ou qui ne sont pas appropriés pour la communication des messages portant sur l'intégrité écologique.

Par souci d'efficacité, l'interprétation doit être axée sur les activités offertes à l'extérieur — favorisant un contact direct avec le milieu. Par exemple, la restauration de parcelles de terrain, les sites de recherche sur certains écosystèmes et les sites de brûlages dirigés peuvent servir de moyens de communication auprès des visiteurs des parcs, de la communauté scientifique et des responsables

de la gestion des terres avoisinantes.

Il est possible que les résidents des parcs n'aient pas les messages explicites au sujet des enjeux de conservation, surtout s'ils sont

perçus comme nuisibles au secteur touristique local. Plutôt que d'esquiver la question, les parcs devraient travailler de concert avec les résidents et les représentants du secteur du tourisme et leur expliquer pourquoi il est important de faire connaître aux visiteurs les réalités de l'intégrité écologique.

Il existe aussi des occasions en or, pour les programmes d'interprétation des parcs nationaux, de renforcer les messages ayant trait à l'intégrité écologique en faisant le lien avec les infrastructures et les installations des parcs qui font preuve de bonnes pratiques environnementales. Les messages peuvent être transmis de différentes façons. Il ne suffit pas de parler de l'intégrité écologique, il faut illustrer, par des exemples concrets, comment l'atteindre. Les parcs doivent montrer eux-mêmes la voie à suivre.

Dans nombre de cas, les visiteurs des parcs reçoivent des messages écologiques conflictuels. Par exemple :

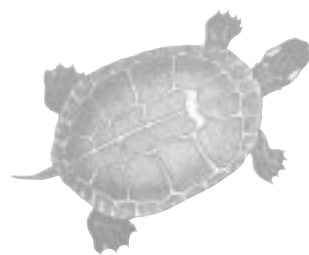
- pelouses impeccables et espèces exotiques présentes dans des jardins près d'immeubles, d'aires de pique-nique ou de terrains de camping;
- piscines, stations de ski, terrains de golf et courts de tennis;
- routes et aires de stationnement dont la conception ne diffère pas de ceux qui se trouvent à l'extérieur des limites du parc;
- installations de traitement des eaux usées inefficaces ou désuètes, qui sont peut-être néfastes pour les cours d'eau et les lacs.

Pris collectivement, ces types d'infrastructures que nous venons d'énumérer vont à l'encontre des principes fondamentaux de la durabilité et de l'intégrité écologique. Il y a donc un manque de cohérence entre le principal objectif de Parcs Canada et la réalité observée par les visiteurs des parcs. Ces messages conflictuels appuient la thèse erronée du double mandat, un accroc historique qui persiste et continue de nuire à la gestion axée sur l'intégrité écologique et à la protection de cette intégrité, sans compter les messages d'interprétation qui y sont associés.

Avantage de l'apprentissage sur place

Le contact direct avec un lieu est une façon importante de transmettre des messages d'interprétation.

Le gestionnaire des communications du parc national Wood Buffalo a accompagné les membres de la Commission jusqu'à l'embouchure d'un cours d'eau où se développe un delta. Il lui arrive régulièrement de se rendre à ce même endroit avec des groupes d'écoliers afin de leur expliquer les processus en cours et la formation des deltas. Il lui était extrêmement difficile de faire comprendre cette dynamique hydrologique aux enfants entre les quatre murs d'une classe, mais sur place, les jeunes n'ont aucun problème à saisir le processus. À son avis, la seule façon de bien leur expliquer est de les conduire jusqu'au ruisseau et de leur montrer ce qui s'y passe.



Il est essentiel d'éliminer les messages conflictuels dans les parcs, afin de mieux faire comprendre aux visiteurs ce qu'est l'intégrité écologique. Les parcs nationaux doivent montrer la voie à suivre en effectuant des choix responsables sur le plan de l'environnement, à toutes les étapes de la planification ainsi que dans le cadre de la gestion des parcs et de leur entretien. Il doit être évident que les parcs sont des endroits spéciaux et différents, et ce, jusque dans leurs installations et leurs infrastructures. Les mesures prises à l'appui de la responsabilisation environnementale doivent présenter des messages clairs à tous les auditoires, surtout aux visiteurs des parcs et aux résidents. De telles mesures, comme l'adoption de systèmes de gestion environne-

mentale, l'amélioration du traitement des eaux usées ou autres éléments des infrastructures ainsi que la mise en place de programmes de recyclage fonctionnels sont autant d'atouts permettant de consolider les assises des messages ayant trait à l'intégrité écologique, et de réaliser le plein potentiel des parcs nationaux en vue de véritablement protéger cette intégrité.

Le chapitre 12 approfondit la question des liens entre l'intégrité écologique, les infrastructures des parcs et les messages d'interprétation.

RECOMMANDATIONS

10-2. Pour chaque parc, nous recommandons que Parcs Canada :

- élabore une stratégie d'interprétation de l'intégrité écologique et de communication externe qui confirme que l'intégrité est son objectif premier;
- présente des messages clairs et cohérents au sujet de l'intégrité écologique;
- prévoit un équilibre entre l'interprétation et la communication externe; et
- formule des buts ainsi que des objectifs quantifiables se prêtant à une évaluation régulière (par exemple, dans les plans de mise en œuvre et les rapports sur l'état des parcs).

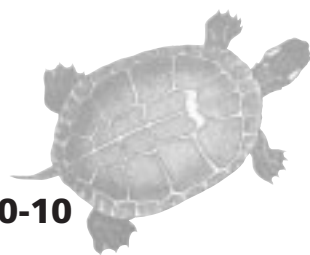
Cette stratégie exige :

- des programmes qui insistent sur la durabilité écologique dans chaque parc, et qui présentent des messages concernant la conception ou la modernisation des installations et des infrastructures, reflétant ainsi l'engagement de Parcs Canada à l'endroit de l'intégrité écologique;
- une analyse du contenu du programme d'interprétation de chaque parc (y compris les éléments d'exposition, les panneaux d'interprétation, les brochures et les autres formes de présentations) afin de mesurer

l'importance accordée à l'intégrité écologique;

- des recherches sur les raisons de la faible participation des visiteurs aux activités d'interprétation, et la prise de mesures conséquentes pour accroître cette participation;
- des programmes d'interprétation concentrés sur l'apprentissage et les expériences sur le terrain;
- l'intégration de l'enseignement de l'histoire naturelle et de renseignements plus généraux sur l'ensemble du réseau des parcs nationaux, des enjeux et des opportunités présentes ou futures, de la diffusion de documents, des résultats de recherches scientifiques dans le domaine des sciences naturelles ou sociales, incluant celles menées au sujet des visiteurs;
- des programmes qui comprennent des messages traitant sans ambages des conflits entre l'être humain et la faune, ainsi que des habitudes d'utilisation des visiteurs et de leurs répercussions sur l'intégrité écologique.

10-3. Nous recommandons que Parcs Canada offre gratuitement (outre les droits d'entrée) des renseignements d'interprétation essentiels à tous les visiteurs des parcs.



Auditoires actuels et possibles

Depuis toujours, c'est aux visiteurs des parcs que les programmes d'interprétation s'adressent, qu'ils portent sur les risques associés aux ours ou sur la dynamique des écosystèmes. Quand on parle de visiteurs d'un parc, il peut s'agir de gens qui habitent à l'extérieur de la région ou même du pays et qui ne s'y rendent qu'une seule fois, ou encore des individus qui habitent à proximité du parc et le fréquentent avec assiduité. Ces deux groupes ont des habitudes d'utilisation différentes et leurs besoins, en matière d'information ou d'apprentissage, sont aussi différents. Cependant, à l'heure actuelle, les programmes d'interprétation de Parcs Canada ne font aucune distinction entre ces deux groupes. Les programmes d'interprétation des parcs axés sur les visiteurs présentent aussi des limites quant à une sensibilisation efficace et à l'engagement envers l'intégrité écologique puisque, outre le fait que les visites sont sporadiques, elles sont habituellement de courte durée.

Bien des gens souhaitent en apprendre davantage au sujet des parcs sans nécessairement les visiter. Par le passé, l'information leur était surtout fournie par l'entremise de médias classiques, comme les émissions de télévision ou les grands livres de photos, ou encore sous forme de matériel didactique préparé à l'intention des enseignants. Plus récemment, les parcs ont commencé à recourir à de nouveaux médias pour répondre aux besoins des personnes autres que les visiteurs; certains produisent des bulletins, tandis que le site Web de Parcs Canada renferme des renseignements sur tous les parcs nationaux. L'information est aussi diffusée par la voie de communiqués, d'opérations médiatiques ou d'entrevues avec les gestionnaires d'un parc ou des membres de son personnel.

Compte tenu de l'objectif d'intégrité écologique, de la complexité de la notion et du besoin d'informer les gens sur la question, Parcs Canada doit pousser l'effort d'interprétation et de communication externe de façon à atteindre un public plus large que les seuls visiteurs des parcs. Beaucoup de moyens de communication peuvent désormais être utilisés et nombreux sont les auditoires qui peuvent accueillir un message portant sur l'intégrité écologique,

même si chacun a des besoins particuliers. Ces auditoires peuvent être répartis en fonction des catégories décrites ci-après.

Personnes qui planifient la visite d'un parc national. L'interprétation doit cibler les visiteurs des parcs avant leur arrivée. Les messages présentés aux visiteurs une fois qu'ils sont sur les lieux peuvent arriver trop tard pour bien expliquer l'intégrité écologique ou pour modifier leur comportement. Il faut transmettre le message aux visiteurs lorsqu'ils planifient leur voyage et même lorsqu'ils sont en route, que ce soit par le biais d'un site Web, de publications, de bandes vidéo ou d'enregistrements sonores.

Résidents des parcs. Plusieurs parcs nationaux comptent une ou plusieurs agglomérations, dont certains résidents sont membres de comités consultatifs, prennent part à des tables rondes ou participent à des exercices de planification. Toutefois, peu de programmes d'interprétation du parc dans lequel ils résident sont préparés à leur intention, pour leur transmettre les valeurs propres à l'intégrité écologique. Pourtant, les résidents ont un intérêt personnel dans le parc, ils ont une incidence sur son intégrité écologique et cette question les concerne.

Personnel de Parcs Canada. En bonne partie, les membres du personnel de Parcs Canada n'ont qu'une idée vague, parfois même inexacte, de ce qu'est l'intégrité écologique. D'autres croient que leur travail n'y est pas relié. L'isolement géographique et les distances entre les lieux de travail du personnel mènent souvent à une absence de communication par les voies officielles, même si des groupes de travail en communication, des rencontres de section et des réunions de membres d'équipes de gestion comblent un peu le fossé à cet égard. Le personnel de Parcs Canada doit être la cible de programmes d'apprentissage et de formation au sujet de l'intégrité écologique (chapitre 2).



Exemples de programmes d'interprétation auxquels participent des scientifiques et des chercheurs

- Publication semestrielle « *Gwaii Haanas Currents: Sharing Scientific and Traditional Knowledge for Protected Heritage Areas Management* »;
- Rapports scientifiques annuels au parc national des Prairies;
- Participation de scientifiques aux programmes d'interprétation du parc national Fundy.

Parcs Canada reconnaît maintenant la nécessité pour les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux individuels de continuer à communiquer sur le plan local tout en se concentrant sur la création d'une image nationale forte — reconnue et appréciée par ses divers clients, qu'il s'agisse d'écologistes en train de faire une recherche sur l'histoire locale, ou de voyageurs qui se rendraient dans les coins les plus reculés du pays.

Parcs Canada, *Rapport sur l'état des parcs de 1997*, p. 103

Politiciens, autres unités du gouvernement fédéral et autres paliers gouvernementaux.

En général, au gouvernement, on comprend mal le mandat d'intégrité écologique de Parcs Canada. Cependant, les membres du gouvernement peuvent prendre des décisions ayant de grandes incidences sur l'intégrité écologique des parcs nationaux — par exemple, l'emplacement de couloirs de transport ou de services publics, la modification de l'utilisation des terres, l'extraction de ressources ou la lutte contre la pollution. Ces intervenants, qui jouent un rôle clé pour le maintien de l'intégrité écologique des parcs, doivent être ciblés par des programmes de communication externe sur l'intégrité écologique, en particulier lorsque les membres du personnel des parcs tentent de prendre la défense des intérêts et des valeurs des parcs nationaux à l'extérieur de leurs limites (chapitre 9).

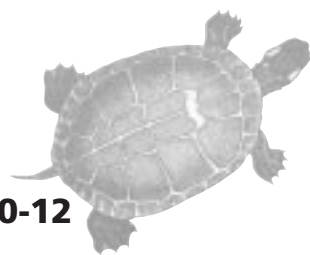
Scientifiques et chercheurs. Ces groupes sont à la fois auditoires cibles de programmes d'interprétation et sources d'information en la matière. La diffusion des résultats de travaux scientifiques menés par Parcs Canada, par des universitaires ou par d'autres chercheurs est une

façon d'aider divers auditoires à mieux comprendre l'intégrité écologique et à épouser cette cause. Bien des efforts sont déployés en ce sens. Les façons possibles de présenter les résultats de travaux de recherche, d'inventaire, de planification, de gestion et de surveillance comprennent des journées portes ouvertes, des communiqués et des opérations médiatiques, des bulletins et des sites Internet.

Auditoires régionaux. À l'heure actuelle, environ 70 pour cent des visiteurs des parcs proviennent des régions avoisinantes, mais dans certains parcs, ce pourcentage est beaucoup plus élevé — par exemple, plus de 90 pour cent dans le cas du parc national de la Péninsule-Bruce. Le besoin d'intégrer les parcs à l'intérieur d'un cadre régional signifie que les collectivités voisines constituent des auditoires importants. Ce groupe comprend les établissements scolaires, les organisations environnementales non gouvernementales, les associations, les entreprises agricoles, forestières et minières, les gestionnaires de terres à l'échelle régionale et les peuples autochtones, pour ne donner que quelques exemples. Une communication efficace avec ces auditoires passe par des partenariats, un sujet dont il est question plus loin dans ce chapitre sous la rubrique « Importance des partenaires en interprétation ».

Peuples autochtones. Les rapports établis entre, d'une part, les peuples autochtones et leurs connaissances traditionnelles des écosystèmes, et, d'autre part, les installations et programmes d'interprétation, sont fort variés. En marque de respect, chaque parc devrait inclure dans ses communications des renseignements au sujet du territoire traditionnel à l'intérieur duquel il a été créé, et faire participer les peuples autochtones aux programmes d'interprétation sur divers sujets. Par exemple, il pourrait exister des programmes sur les liens étroits qui existent entre les êtres humains et la nature, ou encore sur les noms traditionnels de lieux et autres (chapitre 7).

Non seulement les peuples autochtones représentent-ils un nouvel auditoire pour les messages d'interprétation, mais ils constituent une source de connaissances et de compréhension qui doit être intégrée dans les programmes d'interprétation ou de communication externe de Parcs Canada. La confiance et le soutien des Canadiens à l'endroit de la réintégration des activités autochtones dans les parcs nationaux peuvent être grandement améliorés grâce à l'interprétation. Il est de mise que les peuples autochtones eux-mêmes s'occupent de la préparation et de l'animation de ces programmes.



Jeunes et enseignants. Puisqu'ils forment la génération dont l'appui sera essentiel au maintien futur de l'intégrité écologique des parcs nationaux du Canada, les jeunes — et les enseignants — devraient faire l'objet

Intégration des connaissances naturalisées à l'interprétation

Un aîné, chez les Ojibwas de la Première Nation de la rivière du Pic, est à la tête d'un programme sur le piégeage au parc national Pukaskwa. Deux ans après l'établissement de ce parc, en 1978, cet aîné s'est joint au personnel du parc, qui comptait plus d'une dizaine d'employés autochtones. En 1998, on l'a invité à participer au programme d'interprétation autochtone de Pukaskwa, dont l'un des buts principaux est de montrer aux visiteurs que la culture anishnabe est vivante et non statique.

Comme tous les bons maîtres, c'est par l'exemple qu'il transmet le mieux son message. Il médite parfois sur les relations entre les Anishnabes et un monde qui s'est trop souvent mépris sur leur mode de vie : « Les gens de cultures différentes ont toujours eu des façons différentes de faire les choses », dit-il doucement (il n'élève jamais la voix). « Il faut bien comprendre qu'au fond, nous ne sommes pas différents, nous sommes tous pareils. Ce que j'essaie d'expliquer au parc, c'est que nous formons tous une grande famille qui fait de son mieux pour survivre, et que nous devons coopérer. Je ne peux pas dire aux gens quoi faire. Pour apprendre de moi ou d'un autre, il faut vouloir apprendre, observer, écouter ».

Extrait du bulletin de la Commission, volume I, numéro 4 (Septembre 1999)

d'efforts particuliers en vue de l'interprétation de l'intégrité écologique. Parcs Canada devrait appuyer le personnel scolaire en lui fournissant de l'information sur des sujets précis. Même si Parcs Canada a conçu des « trousse didactiques » spécifiques, on a souvent fait remarquer à la Commission que, pour la plupart, les enseignants n'avaient pas le temps de traiter de ces sujets s'ils n'étaient pas officiellement intégrés dans le programme d'études. Faisant preuve d'une innovation emballante à l'égard des liens à créer entre Parcs Canada et les systèmes scolaires, le gouvernement de l'Ontario a récemment décidé d'inclure avec beaucoup d'emphasis le sujet des parcs nationaux du Canada dans le programme d'études en géographie des étudiants de neuvième année. Nous avons été informés que cette décision avait entraîné une augmentation importante de la consultation du site Web de Parcs Canada par les écoles ontariennes et

leurs étudiants.

Entreprises, sociétés et associations industrielles. Le secteur privé est un auditoire cible important pour les programmes de communication externe. Qu'il s'agisse d'entreprises individuelles ou d'associations industrielles, le secteur privé prend maintes décisions et mesures, à l'intérieur comme à l'extérieur des limites des parcs nationaux, qui ont une incidence sur l'intégrité écologique de ces parcs. Dans de nombreux cas, le secteur privé s'y connaît très

bien en intégrité écologique, souvent grâce à des travaux de recherche.

Tel que mentionné au chapitre 9, les possibilités de partenariat entre Parcs Canada et le secteur privé sont nombreuses et pourraient avoir des répercussions de taille sur les programmes d'interprétation ou de communication externe. Qui plus est, une collaboration entre ces intervenants bien renseignés du secteur privé et Parcs Canada permettrait d'informer d'autres entreprises, qui élargiraient ainsi leur champ de connaissances. Les programmes de communication externe de Parcs Canada à l'endroit de cet auditoire devraient servir à informer et à inviter la prise de décisions et de mesures bénéfiques pour l'intégrité écologique, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des limites des parcs nationaux.

Citadins. Beaucoup d'auditoires possibles se retrouvent dans les régions urbaines, qui sont aussi la source d'un grand soutien à l'endroit des parcs nationaux. Parcs Canada a mis beaucoup d'efforts à l'élaboration de programmes d'interprétation dans les parcs nationaux, mais le fait demeure que bien peu de parcs nationaux sont situés près de grands centres urbains — là où vivent les Canadiens en majorité. Afin de conserver toute leur valeur éducative, les messages d'interprétation doivent être concrets, dans un cadre où la sensibilisation aux processus naturels peut devenir une expérience quotidienne, pour renforcer ainsi les liens établis entre les parcs nationaux et la culture urbaine. La présence de Parcs Canada dans les villes doit être supportée par des organisations de citoyens dévouées à la cause de l'environnement, ainsi que par une population qui s'y connaît bien en questions environnementales et qui croit aux idéaux de la protection du territoire.



En collaboration avec les services municipaux des parcs, des projets devraient être lancés, avec le soutien technique et financier de Parcs Canada. De tels programmes pourraient porter sur :

- l'interprétation des processus naturels dans différents parcs urbains;
- l'activité humaine, ainsi que ses incidences, dans les parcs urbains et leurs environs;
- l'histoire et le rôle des peuples autochtones;
- les problèmes de gestion et de conservation des ressources et des milieux naturels;
- les questions culturelles ainsi que celles associées aux arts et à l'artisanat;
- la description des régions naturelles où se trouvent les villes et qui forment les assises du réseau de parcs nationaux.

En outre, les nouveaux Canadiens, qui constituent une partie importante de la population des villes, devraient être sensibilisés au besoin de protéger le patrimoine naturel et culturel du Canada. Parcs Canada devrait tenter d'atteindre les groupes multiculturels, qui sont peut-être moins bien informés des enjeux de la protection des parcs ou des traditions liées à leur utilisation.

Est-ce que Parcs Canada dessert bien ses auditoires cibles?

En bref, la réponse est « non ».

Restructurations et compressions budgétaires récentes ont été à l'origine d'une forte réduction des ressources, tant humaines que financières, liées à l'interprétation. Bien des installations ou programmes d'interprétation sont désuets

et auraient besoin d'être renouvelés. En outre, un grand nombre d'employés affectés à l'interprétation occupent des postes temporaires ou saisonniers, une situation qui ne reconnaît pas l'expérience et les compétences professionnelles requises pour offrir des programmes d'interprétation efficaces, en plus de ne pas permettre aux programmes d'interprétation de fonctionner l'année durant, afin de communiquer des messages d'intégrité écologique à l'échelle régionale.

De nombreux employés chevronnés ont quitté Parcs Canada ou ont été mutés. La communication de messages au sujet de l'intégrité écologique exige de grandes connaissances et une bonne mémoire collective concernant chacun des parcs ainsi que de l'ensemble du réseau. Cette mémoire et ces connaissances ont été sérieusement érodées par les programmes de compression de la main-d'œuvre, en plus d'être menacées par le vieillissement du personnel de Parcs Canada (dont une grande partie approche de l'âge de la retraite). L'intégrité écologique, au même titre que la communication de messages à son sujet, exige le maintien et l'élargissement de ces connaissances collectives; il faut absolument planifier la relève. Toute cette tradition d'interprétation pourrait d'ores et déjà avoir été perdue. La situation est telle que Parcs Canada doit maintenant réinventer l'interprétation.

On nous a dit qu'en 1998-1999, un montant global de 34,26 millions de dollars avait été consacré à la « mise en valeur du patrimoine — sensibilisation et compréhension », ce qui équivaut à 9,4 pour cent du budget total de l'Agence Parcs Canada, qui s'établit à 364,98 millions de dollars. (voir le tableau 13.2 au chapitre 13). Toutefois, nous n'avons pas été en mesure d'obtenir de données nationales historiques (financement et effectif avant les compressions budgétaires), ni de données concernant les parcs individuellement. La Commission n'est donc pas en position de présenter des recommandations détaillées sur les augmentations requises en matière de financement et d'effectif pour l'interprétation,

Les animaux empaillés exposés dans les centres d'interprétation de parc sont désuets et risquent de transmettre un message inapproprié aux visiteurs.

P. Wilkinson





Faire comprendre la nécessité des brûlages dirigés dans les parcs urbains permet de sensibiliser le grand public à l'efficacité de cette méthode de gestion active dans les parcs nationaux.

G. Dillon/Parcs de la Ville de Toronto

Programmes d'interprétation urbains

Les parcs urbains du Canada font face à un large éventail d'enjeux de conservation. Ces questions constituent autant d'occasions d'interprétation des processus naturels à l'échelle locale, régionale et pan-canadienne. Par exemple :

- L'Unité de gestion de Parcs Canada pour la région côtière de la Colombie-Britannique travaille à l'élaboration d'une stratégie de communication afin de transmettre ses messages sur les enjeux de conservation du patrimoine aux habitants des villes. Ce programme sera présenté à l'aquarium de Vancouver, au parc Stanley; dans un premier temps, ce sont les auditorios de Victoria et de Vancouver qui seront ciblés;

- un projet pilote visant les jeunes du système scolaire de Vancouver est aussi en cours. On souhaite ainsi relier le site Web actuel de Parcs Canada avec un autre site à l'intention des enfants qui comporte des éléments interactifs pour renseigner les élèves au sujet des parcs nationaux, des lieux historiques nationaux et des aires de conservation marine, d'abord en Colombie-Britannique, puis partout au Canada;

- la ministre du Patrimoine canadien a annoncé récemment la création d'un programme d'interprétation conjoint pour les parcs de la Rouge, qui fait partie de l'ensemble de vallées et ravins protégés dans la région de Toronto, sous l'égide de l'Office des autorités de conservation de la nature de Toronto et de sa région. Ce réseau de vallées et d'aires sauvages abrite des espèces végétales et animales qu'on ne voit habituellement pas dans les zones urbaines. Il s'agit d'une occasion de choix pour l'interprétation des impacts de l'utilisation humaine sur un écosystème qui présente toujours une certaine intégrité écologique;

- à Calgary, le parc Nose Hill offre la possibilité d'interpréter auprès des citoyens, les efforts déployés pour la protection et la gestion d'écosystèmes des prairies à herbes courtes. Des brûlages dirigés, en présence de citoyens, offriraient une occasion d'interprétation des écosystèmes des prairies dans cette région;

- la restauration de la savane de chêne noir, avec la gestion de brûlages dirigés expérimentaux et l'éradication de la végétation non indigène envahissante, est en cours depuis 1993 à High Park, le plus grand parc de Toronto. Un brûlage d'envergure est prévu pour l'an 2000. Les collectivités environnantes ont désormais accepté ce processus de gestion de la végétation en zone urbaine;

- le parc Tommy Thompson (connu aussi sous le nom de Leslie Street Spit), dans le secteur riverain de Toronto, compte parmi les habitats urbains du Canada les plus diversifiés au plan écologique. Il offre une occasion d'interprétation des processus de régénération naturels ainsi que de restauration écologique, sans oublier le potentiel pour faire connaître les étapes de planification de la protection et la politique adoptée à cet égard.



comme elle l'a fait pour l'aspect scientifique. Le chapitre 13 présente une estimation de l'augmentation requise de la capacité d'interprétation nécessaire au service efficace des auditoires actuels et possibles de Parcs Canada.

Utilisation d'autres formes de communication

Internet est un moyen de communication pouvant transmettre des renseignements à caractère écologique à un large d'auditoire. Par exemple, le site Web du parc national Wapusk informe sur les réalités environnementales du parc, notamment la rigueur du climat et les dangers associés à la présence possible d'ours polaires, puis fait le lien entre ces réalités et une utilisation appropriée par les visiteurs. L'envergure des sites Web, ainsi que la qualité et la portée de

l'information, varient grandement selon les parcs, en plus de dépendre du degré d'intérêt des membres du personnel à cet égard. Par ailleurs, les difficultés relatives à la traduction des textes font parfois obstacle à une plus grande utilisation d'Internet, la loi fédérale exigeant que tous les renseignements soient fournis en français et en anglais.

Des renseignements axés sur l'intégrité écologique peuvent être présentés à l'aide de cartes, d'enregistrements sonores, de disques compacts, de bandes vidéo et de bien d'autres médias. Individuellement, les parcs ont fait usage de certains de ces médias, mais cette utilisation varie lorsqu'il s'agit de communiquer les messages concernant l'interprétation des parcs nationaux dans le cadre du réseau canadien.

RECOMMANDATION

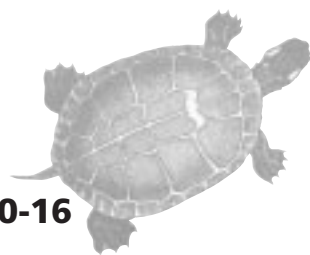
10-4. Nous recommandons que Parcs Canada

- élargisse la portée de ses programmes d'interprétation des parcs nationaux, en visant de nouveaux auditoires stratégiques et en ayant recours à d'autres médias, tout en poursuivant avec encore plus de détermination ses efforts auprès des auditoires auxquels ses programmes s'adressent déjà;
- appuie avec vigueur ses programmes d'interprétation en termes de personnel, de budget et de formation;
- reconnaisse, de façon tangible, le professionnalisme du personnel d'interprétation grâce à un programme de formation national sur l'intégrité écologique, au financement de la recherche et à l'élaboration de programmes de mise en valeur ainsi qu'à la mise en place d'un processus d'avancement professionnel; et
- procure des fonds au profit de programmes d'interprétation et de communication externe, que ce soit pour des travaux de recherche, le personnel ou le renouvellement des programmes;

et ce, afin de répondre aux objectifs de l'interprétation (chapitre 13).

Il faudrait alors :

- travailler en collaboration avec les exploitants d'entreprises touristiques et autres fournisseurs de services à l'intention des visiteurs afin de proposer, avant leur visite, de l'information fortement axée sur l'intégrité écologique, au moyen de sites Web, de cartes, d'enregistrements sonores, de disques compacts, de bandes vidéo et d'autres médias;
- élaborer, dans chaque parc qui abrite au moins une agglomération, un programme d'interprétation visant explicitement les résidents du parc et portant sur leur relation particulière avec l'intégrité écologique; les liens ainsi exposés devraient être orientés vers la responsabilisation environnementale et les efforts requis en vue d'inciter ces résidents à se préoccuper de l'environnement;
- faire la promotion de l'intégrité écologique comme étant l'affaire de tous les membres du personnel de Parcs Canada; s'assurer que le personnel participe à la communication des objectifs et messages, qu'il soit habilité à cet égard et qu'il reçoive la formation voulue; communiquer le mandat d'intégrité écologique à l'intérieur du réseau et de chaque parc;



- produire un programme éducatif sur l'intégrité écologique dirigé à l'endroit des politiciens et décideurs du gouvernement fédéral ainsi que des autres paliers gouvernementaux;
- façonner des programmes d'interprétation et de communication externe en fonction des besoins précis d'auditoires voisins des parcs nationaux, notamment les établissements scolaires, les associations, les administrations locales et les résidants;
- faire en sorte que l'intégration de l'histoire et de la culture autochtones dans le contexte de la relation avec la nature, soit une priorité des programmes d'interprétation, tout en travaillant avec les communautés autochtones pour permettre à ces peuples de raconter leur propre histoire;
- favoriser l'interprétation de l'intégrité écologique auprès de la clientèle des jeunes et des enseignants, principalement par l'entremise des programmes d'études officiels;
- organiser des programmes ainsi que des activités pour présenter les préoccupations propres aux parcs nationaux et à leur intégrité écologique dans les grandes villes canadiennes, avec la collaboration, par exemple, des services municipaux chargés des parcs;
- concevoir des programmes d'interprétation et de communication externe particuliers pour les sociétés, entreprises et associations industrielles (par exemple, l'Association canadienne des pâtes et papiers, l'Association canadienne des producteurs pétroliers ou l'Association de l'industrie touristique du Canada) afin de communiquer le besoin de protéger l'intégrité écologique dans les parcs nationaux grâce à des activités durables à l'extérieur de ces parcs;
- financer des travaux de recherche et développement en vue de l'utilisation d'Internet ou d'autres médias.

Importance des partenaires en interprétation

Les auditoires des régions voisines des parcs nationaux sont fort susceptibles d'appuyer le mandat d'intégrité écologique de ces parcs, par le biais de l'action politique et de la défense de tels intérêts par des organisations environnementales non gouvernementales. Les auditoires régionaux peuvent aussi devenir des partenaires en interprétation. Par exemple, les membres de la Commission ont rencontré plusieurs grands éleveurs dans la région du parc national des Lacs-Waterton, qui ont été fort éloquents sur des sujets comme l'élevage, le maintien de valeurs de conservation et d'autres facettes de leur exploitation qui sont liées à l'intégrité écologique. Les parcs peuvent aussi élargir leurs programmes de façon à se porter à la défense de certains intérêts à l'échelle régionale, nationale et même internationale, dans le contexte de la gestion d'écosystèmes ainsi que de la protection de l'intégrité écologique (chapitre 9).



Il ne s'agit pas ici d'une voie à sens unique. Les messages d'intégrité écologique peuvent être beaucoup plus éloquents s'ils font part des retombées économiques et culturelles, ainsi que de la transposition des valeurs des parcs au profit des collectivités locales et du pays dans son ensemble. Souvent, les avantages découlant de l'existence d'un parc ne sont pas reconnus des gestionnaires des terres avoisinantes et du reste de la région, en partie en raison d'un manque de connaissances au sujet des enjeux de conservation liés aux parcs nationaux et ayant un rapport avec des enjeux d'envergure régionale.

La collaboration est essentielle à la promotion de l'intégrité écologique. Parcs Canada doit collaborer avec divers partenaires, notamment les peuples autochtones, d'autres gouvernements (qu'il s'agisse des conseils municipaux ou des services des parcs municipaux ou régionaux, ou encore des gouvernements provinciaux ou territoriaux), les médias, les organisations environnementales, le secteur privé, les associations coopératives ou les bénévoles.

Les bénévoles jouent d'ailleurs un rôle particulièrement important en interprétation. Par exemple, les *Partenaires des parcs canadiens* comptent plus de 60 associations membres, dont au-delà de 40 associations coopératives « d'Amis », travaillant de concert avec les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux. Ces associations donnent plus de 100 000 heures de bénévolat chaque année. Elles offrent des programmes, des activités, des publications ainsi que des produits d'interprétation de toutes sortes, et leurs efforts se concentrent particulièrement sur la jeunesse.

RECOMMANDATIONS

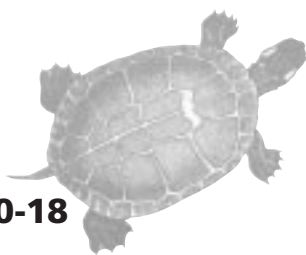
10-5. Nous recommandons que Parcs Canada aborde l'intégration régionale, dans ses programmes d'interprétation, afin de mettre en contexte les messages de protection de l'intégrité écologique dans les parcs nationaux à l'échelle régionale, nationale et internationale. Faire de chaque parc un centre régional pour les programmes éducatifs en matière de réseaux d'aires protégées et de gestion d'écosystèmes.

Il faudrait alors :

- intensifier les efforts d'interprétation afin de renseigner les intervenants intéressés, à l'échelle locale et régionale, au sujet du mandat d'intégrité écologique de Parcs Canada et des objectifs précis de chaque parc à cet égard;
- faire en sorte que ces efforts appuient l'intégration régionale;

- modifier la croyance voulant que la protection de l'intégrité écologique ne soit l'affaire que de Parcs Canada, et faire comprendre que c'est l'affaire de tous;
- discuter des grands thèmes environnementaux qui menacent l'intégrité écologique (comme les changements climatiques à l'échelle planétaire) et faire le lien avec les parcs nationaux;
- renforcer l'interprétation sur le terrain, en accroissant les effectifs de personnel spécialisé dans ce domaine.

10-6. Nous recommandons également que Parcs Canada élargisse le rôle des partenaires et y accorde son soutien, spécialement dans le cas des associations de bénévoles, en matière d'interprétation et de communication externe, afin de supporter, sans les remplacer, les professionnels à plein temps.



Marketing et intégrité écologique

Les touristes canadiens ou étrangers ont toujours constitué un auditoire important pour ce qui est de l'information au sujet des parcs nationaux canadiens, notamment sous la forme de marketing de produits. Cela revient à dire que les parcs nationaux sont un « produit commercialisé », par Parcs Canada et d'autres organisations, à titre de destinations touristiques.

Les organismes gouvernementaux mènent quatre grands types de campagnes de marketing :

- Type A : Marketing de produits et services (les parcs à titre de destinations touristiques).
- Type B : Marketing social (pour tenter de modifier les comportements et les attitudes des groupes cibles).
- Type C : Marketing de politique (pour convaincre des secteurs précis de la société d'accepter une politique, ce qui est semblable à la « publicité d'opinion » des entreprises privées qui se targuent alors d'avoir bonne conscience au plan de leurs responsabilités sociales).
- Type D : Démarketing ou marketing inverse (pour informer les groupes cibles ou les persuader de ne pas utiliser des programmes gouvernementaux auxquels ils avaient eu accès jusque-là).

Madill (1999)

À ce jour, le personnel de Parcs Canada spécialisé en marketing s'est limité au premier de ces quatre types — le marketing de produits et services. Cette forme de marketing ne montre que peu ou pas d'égard au fait que, pour la plupart, les parcs nationaux font état d'un stress important, même aux niveaux actuels d'utilisation par les visiteurs. En outre, il ne s'inquiète que peu ou pas des impacts de l'accroissement de l'activité humaine sur l'intégrité écologique et, en dépit de ce que l'on prétend, ne transmet pratiquement aucun message d'intégrité écologique. La Commission est d'avis qu'aucune recherche sérieuse n'a été faite et qu'aucune donnée solide n'a été recueillie au sujet du marketing de produits ou de ses répercussions possibles sur l'intégrité écologique des parcs nationaux. La Commission canadienne du tourisme a indiqué aux membres de la Commission que l'intégrité écologique

devrait être la priorité de Parcs Canada et que le marketing des parcs nationaux devrait faire de l'intégrité écologique le message primordial.

On a dit à la Commission : « Nous ne devrions pas sous-utiliser nos parcs nationaux ». On lui a aussi dit que l'un des objectifs du marketing de produits était de faire dévier la demande au profit de parcs « sous-utilisés » et de l'étendre sur une plus longue période, dans les parcs actuellement « surutilisés » en haute saison.

La notion de sous-utilisation est absolument sans intérêt en termes d'intégrité écologique. Des parcs sont considérés « sous-utilisés » uniquement du fait que leurs installations ne sont pas utilisées à pleine capacité et que d'autres motivations économiques du même ordre entrent en jeu, sans aucune compréhension scientifique de la relation entre utilisation et intégrité écologique. Cependant, des processus naturels sensibles, comme la reproduction et la migration, se produisent durant les saisons intermédiaires, sans compter qu'à cette période de l'année, l'effectif du personnel des parcs est à son plus bas, ce qui rend la gestion en vue de l'atteinte de l'intégrité écologique encore plus difficile. Si cette idée de combler les vides peut s'appliquer à la vente de billets d'avion vers des destinations moins attrayantes pendant telle ou telle saison, elle n'a aucunement sa place dans le contexte des parcs nationaux et de la protection de l'intégrité écologique.

On a également dit à la Commission que la Direction des affaires extérieures de Parcs Canada disposait d'une « base de données sur les clients » comptant environ 4 500 fichiers et permettant de mieux comprendre, selon les mots mêmes utilisés par la Direction, « la surutilisation spatiale et temporelle des parcs ». De l'avis de la Commission, cette compréhension est nulle. L'actuel marketing de produits pour les parcs nationaux n'est pas fondé sur des travaux de recherche solides en sciences sociales ou naturelles, pas plus qu'il n'existe une base de données appropriée.

... la démarche de marketing d'une unité peut être plus valable à d'autres fins [que la production de recettes], comme l'amélioration des relations avec certains groupes ou personnes avec qui l'unité interagit, un service à la clientèle amélioré, l'incitation à des modes de vie ou comportements plus sains, etc.

Nombreux sont ceux au gouvernement qui associent marketing et recouvrement de coûts ou production de recettes. Il faut savoir que le marketing, de par sa philosophie, les outils employés ou les techniques utilisées, ne se situe pas forcément dans l'un ou l'autre de ces camps. Il est vrai que le marketing peut aider le gouvernement à produire des recettes, mais il peut aussi être fort utile à l'amélioration des relations avec les clients et les différents groupes qui traitent avec les ministères gouvernementaux. Le motif de toute démarche de marketing n'est pas nécessairement la production de recettes ou la réalisation de bénéfices.

Madill (1999)



Les personnes chargées du marketing de produits pour les parcs nationaux semblent peu connaître l'intégrité écologique et ne pas bien saisir le mandat qui s'y rattache. Par conséquent, le matériel de marketing, n'utilise que rarement l'expression « intégrité écologique » et ne fait jamais mention de la primauté de cette intégrité dans le contexte de la gestion des parcs nationaux. La Commission a appris que bien du matériel de marketing était périmé et avait été produit lorsque l'importance accordée à l'intégrité écologique était moindre. On lui a dit que ce matériel serait remplacé par d'autre mettant l'accent sur ladite intégrité écologique — lorsque le stock actuel serait épuisé. Toutefois, on a également consulté du matériel très récent qui, lui aussi, faisait fi de l'intégrité écologique, qu'on pense par exemple au « *guide des guides* », ou encore à du matériel préparé, à l'intention des marchés éloignés, par la Direction des affaires extérieures de Parcs Canada.

Actuellement, le marketing de la Direction des affaires extérieures de Parcs Canada cible les touristes en pays étrangers, notamment de l'Europe et de l'Asie. Ces touristes, qui ne représentent actuellement qu'une faible proportion des visiteurs des parcs, voyagent essentiellement en groupes et ont besoin d'installations ainsi que de services, comme des grands hôtels ou des autocars, ce qui ajoute au stress sur l'intégrité écologique. Cette démarche s'appuie sur deux arguments de nature économique : l'argent dépensé par les touristes étrangers améliore la balance canadienne des paiements et ils dépensent davantage, par individu et par visite, que les visiteurs des parcs qui habitent au pays.

Cette stratégie de marketing de produits fait peu de place à l'intégrité écologique. Comme on le mentionne sans équivoque dans le *Rapport sur l'état des parcs de 1997*, pour la plupart, les parcs sont victimes de stress en raison des niveaux actuels d'utilisation par les visiteurs;

pourtant, le nouveau matériel promotionnel conçu à l'intention des marchés étrangers ne renferme aucun message sur l'intégrité écologique et vise essentiellement à accroître le nombre de visiteurs.

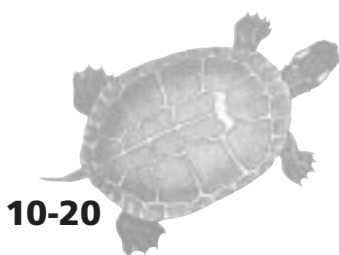
Le marketing social renseigne les gens sur les avantages des parcs nationaux et les stress qu'ils subissent, en les laissant décider s'ils les visiteront ou non. Il n'est pas nécessaire de visiter les parcs nationaux pour en apprendre davantage à leur sujet; il est possible de passer par Internet ou de prendre part à des programmes de diffusion externe offerts dans les centres urbains.

Les gens sont informés au sujet des parcs nationaux et des lieux historiques nationaux de toutes sortes de façons, et au moyen de différents médias. Fort heureusement, se rendre sur place n'est plus la seule manière de se familiariser avec leurs panoramas et leurs environnements sonores. L'avènement de nouvelles technologies comme l'Internet, les CD-ROM et les cassettes vidéo, qui se sont ajoutées aux moyens traditionnels de communication avec les Canadiens — outre les visites du personnel de Parcs Canada dans les écoles, les émissions spéciales à la télévision, et les films — a ouvert de nouveaux horizons pour les Canadiens et Canadiennes de tous les âges et de tous les milieux, d'un bout à l'autre du pays.

Parcs Canada, *Rapport sur l'état des parcs de 1997*, p. 106

Nous croyons fermement que le marketing de produits pour les parcs nationaux devrait cesser et que l'accent devrait être mis sur le marketing social, le marketing de politique et même le démarketing des parcs, en insistant sur l'intégrité écologique. L'intégrité écologique est l'objectif fondamental — donc, commercialisons-la, notamment en disant aux gens que cette intégrité souffre dans les parcs nationaux et qu'en partie, les stress découlent d'un nombre trop grand de visiteurs ainsi que de l'offre d'activités qui ne sont ni admissibles, ni appropriées (voir le chapitre 11 sur la question des utilisations appropriées). Ce point fait partie de la stratégie des relations extérieures et de l'image de marque de Parcs Canada, même si l'utilisation semble être toujours le but ultime :

La stratégie ... recommande de faire connaître



aux Canadiens la mission et le mandat de Parcs Canada, de renforcer le sentiment de fierté et d'identité que suscitent ces endroits spéciaux du patrimoine. Elle traite également des messages susceptibles d'aider les marchés cibles particuliers à comprendre, à appuyer et à visiter les parcs et les lieux, et à devenir des partenaires dans la défense de cette cause.

Le marketing peut aider l'organisation à atteindre ses buts, à améliorer son image de marque et à accroître sa coopération et son efficacité internes.

Parcs Canada, « *Sommaire exécutif : Stratégie de gestion de l'image de marque de Parcs Canada et des relations extérieures* », (1997) p. 1

La Commission n'a décelé aucun signe que cette nouvelle démarche de marketing était seulement même envisagée.

Certains parcs nationaux travaillent activement, avec des organismes régionaux ou provinciaux,

au marketing de produits touristiques. Avec ou sans la participation de Parcs Canada ou de parcs individuels, ces organismes continueront de faire la promotion des produits, l'objectif compréhensible étant l'accroissement des revenus dans la région ou la province. Parcs Canada devrait renseigner ces organismes au sujet des stress sur l'intégrité écologique découlant des niveaux actuels d'utilisation ou de niveaux accrus et les inviter à incorporer des messages concernant l'intégrité écologique dans leurs programmes de marketing. Dans le cas contraire, la détérioration de l'intégrité écologique des parcs nationaux les rendra moins attrayants pour les visiteurs, ce qui aura une incidence négative sur les économies régionales et provinciales.

La Commission a en outre entendu mentionner que les visiteurs des parcs étaient des « clients ». Ce terme convient pour une entreprise dont l'objectif premier est d'équilibrer l'offre et la demande; il ne convient pas dans le cas des parcs nationaux. Il ne transmet pas le bon message d'intégrité écologique. Les visiteurs sont des invités, à qui il incombe de se comporter de manière responsable et d'utiliser les parcs de façon appropriée.

RECOMMANDATIONS

10-7. Nous recommandons que Parcs Canada mette fin au marketing des parcs comme des produits de consommation, de même qu' à celui ayant pour but d'accroître l'utilisation globale des parcs ou de faire dévier la demande, au profit des saisons intermédiaires ou encore d'autres parcs dits « sous-utilisés ». Il devrait plutôt concentrer ses efforts sur le marketing social, le marketing de politique et le démarketing, en ciblant les auditoires appropriés au moyen de messages axés sur l'intégrité écologique.

10-8. Nous recommandons aussi que Parcs Canada travaille avec les organismes régionaux et provinciaux qui s'occupent de marketing de produits touristiques afin de les renseigner au sujet des stress sur l'intégrité écologique découlant des niveaux d'utilisation actuels ou de niveaux accrus, en les invitant à incorporer des messages concernant l'intégrité écologique à leurs programmes de marketing.

