

Le Prochain Siècle du Premier Service des Parcs au Monde

Alan Latourelle, directeur général, Agence Parcs Canada, rue Eddy 25-7-N, Gatineau, Québec, K1A 0M5 Canada; alan.latourelle@pc.gc.ca

[La note d'éditeur : M. Latourelle a adressé la session plénière de la conférence le jeudi 17 mars.]

L'avenir des aires protégées tire ses racines profondes dans la prémisse que notre objectif commun est de préserver non seulement les endroits et les ressources qui nous rappellent qui nous sommes, mais aussi d'offrir l'occasion à nos enfants de se rapprocher de façon vraiment significative de ce patrimoine. Dans un monde où l'espace se fait de plus en plus rare, le besoin pour des lieux de refuges et de réflexion ira croissant. Les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux gagneront ainsi en importance, pas le contraire. Pour Wallace Stegner, les aires naturelles représentent « la géographie de l'espoir ». Je crois fondamentalement que l'espoir est un atout précieux et qu'il le sera encore davantage pour les générations futures.

De nos jours, nous nous questionnons sur la protection de la nature et sur le déficit de connaissances historiques chez les jeunes, nos leaders de demain; nous sommes soucieux de sauvegarder les espèces en péril et leurs habitats en voie de disparition; nous sommes préoccupés de ce qui arrivera à nos économies, à nos écologies et à nos repères culturels en marge de rapides changements climatiques.

Dans un monde où les populations sont de plus en plus mobiles et urbanisées, une multitude de gens ne vivent plus où ils sont nés et ne se sentent pas aussi attachés qu'avant à l'idée profonde d'un chez soi et aux moments marquants de l'histoire de notre pays. Nous savons tous et toutes que la migration et l'urbanisation sont des tendances qui ne feront que s'accroître. Quel est donc l'antidote à tant d'oubli et de préoccupations?

Nous, les membres de l'équipe de Parcs Canada, connaissons cet antidote. Il s'agit de conserver intacts et à jamais les meilleurs exemples de nos écosystèmes si diversifiés et de notre patrimoine culturel si riche, puis de recourir à ces trésors nationaux pour engendrer l'émerveillement, susciter l'espoir, améliorer la compréhension, renouveler notre mémoire collective et contribuer au développement du Canada.

C'est là une tâche monumentale. La génération actuelle de leaders de Parcs Canada est toutefois mieux équipée que jamais pour relever ce défi et faire montre d'un véritable leadership. Ce ne sera pas facile, mais ce sera gratifiant. Notre plus grande récompense sera le sentiment de satisfaction d'avoir légué à nos arrière-arrière-petits-enfants un avenir offrant l'espoir, la motivation et le sens du devoir collectif nécessaires à la protection des moments marquants et des endroits remarquables qui façonnent l'identité de notre pays.

Citation: Weber, Samantha, ed. 2012. *Rethinking Protected Areas in a Changing World: Proceedings of the 2011 George Wright Society Biennial Conference on Parks, Protected Areas, and Cultural Sites*. Hancock, Michigan: The George Wright Society.
© 2012 The George Wright Society. All rights reserved. Please direct all permission requests to info@georgewright.org.

Les parcs nationaux et les lieux historiques nationaux ne sont pas que des îlots de conservation sauvegardant des facettes de vie en marge d'immenses changements des paysages. Ce sont des endroits où, grâce à des expériences uniques et à des activités communes, les gens peuvent se ressourcer et mieux se connaître, seuls ou en groupe. Ce sont des lieux de saines activités physiques, de stimulation mentale, d'éveil spirituel, d'apprentissage de l'histoire et de renouvellement de notre humanité fondamentale.

Des lieux d'espoir

Je ne crois pas que ce soit là une idée neuve pour qui que ce soit à Parcs Canada, mais notre défi est le suivant : peut-être avons-nous ce dont tout le monde a besoin, mais personne ne le sait ou n'y prête attention? Le jour où nous pourrions considérer que la plupart de nos concitoyens connaissent leurs parcs nationaux et leurs lieux historiques nationaux et qu'ils sont enclins à s'y rendre est déjà derrière nous. Il est tout à fait possible de nos jours de vivre toute une vie sans jamais même envisager une fois de visiter un parc ou un lieu historique.

Ces parcs et ces lieux sont-ils donc sur la voie de l'oubli? Le Multidictionnaire de la langue française définit l'« oubli » comme le « Fait de perdre le souvenir de quelqu'un, de quelque chose ». Quant à moi, il ne fait aucun doute que cette définition est à même de s'appliquer selon une perspective écologique, historique et sociale, à moins que nous agissions de façon décisive.

Les parcs et les lieux pourraient en effet tomber sur la voie de l'oubli pour la simple raison que le rythme de vie trépidant de notre société fait en sorte que les gens y prêtent de moins en moins attention.

Pour moi, il est évident qu'il sera avec le temps sans cesse plus difficile de défendre la conservation et l'idée d'investir dans celle-ci, car la croissance démographique incessante et l'épuisement des ressources modifient notre perspective du monde, pour la faire ainsi passer d'une perception d'abondance à celle de pénurie. Les forêts et le minerai non exploités, les rivières non endiguées et les terres non cultivées des aires protégées pourraient, et je souligne ici le mot « pourraient », de plus en plus apparaître comme des solutions faciles à exploiter pour un monde toujours plus avide de ressources.

De la même façon, nos édifices et lieux patrimoniaux pourraient, dans un monde où l'espace se fait de plus en plus rare, être vus comme des surfaces occupées perdues.

Certains baissent la garde et poussent un soupir de soulagement lorsqu'une loi sur un parc ou sur un lieu historique est adoptée ou qu'un parc est officiellement établi; mais ils s'illusionnent. Ces mesures sont aussi faciles à révoquer qu'à mettre en œuvre. Elles ne sont, en fin de compte, que le résultat de choix de société. Et les choix de société peuvent changer avec le temps.

À long terme, la seule protection réelle que nous pouvons offrir à ces endroits spéciaux est un engagement social des citoyens, de gens qui ont pris contact avec leur patrimoine, qui en ont fait l'expérience et qui s'y sont attachés et qui voient ces trésors comme aussi essentiels qu'un héritage familial duquel ils ne se départiraient jamais quelle que soit la situation.

Cela devient donc une boucle de réaction : la population a besoin de parcs et de lieux / les parcs et les lieux ont besoin de la population. Si la population ne voit pas l'importance des parcs et des lieux, ceux-ci pourraient un jour être déclassés et servir à d'autres usages. Est-ce là de la simple paranoïa? Je ne pense pas.

Par exemple, en examinant un peu l'histoire de Parcs Canada, on peut constater que quatre parcs nationaux ont été abolis durant les années 1930 et 1940, parce qu'on avait jugé à l'époque qu'ils avaient rempli l'objectif initial de leur création, soit l'augmentation des populations de bisons. De plus, au cours de la dernière génération, nous avons perdu 20 pour 100 des édifices patrimoniaux qui avaient été construits avant 1910.

Par conséquent, la pire stratégie possible de conservation des parcs et des lieux est de ne pas en favoriser l'accès par la population ou de ne pas chercher à mieux communiquer avec nos

concitoyens qui les connaissent peu ou pas. Au cours des cent dernières années, il a été souvent question du conflit entre protection et utilisation. Au cours du siècle à venir, il est absolument essentiel que nous préconisions l'intégration de ces deux concepts, de façon à ce qu'au fil des cent prochaines années, alors que nous aurons plus que jamais besoin des parcs nationaux et des lieux historiques nationaux, pourront persister la biodiversité, le patrimoine culturel, la motivation et l'espoir qui sont au cœur même du concept de ces parcs et de ces lieux. Il s'agit là d'une tâche cruciale, car un monde qui abandonne ses aires protégées renonce à l'espoir. Et mes amis, si nous abandonnons cet espoir, nous trahissons les générations futures et renonçons à leur laisser le plus beau cadeau que nous puissions leur offrir.

Les membres de l'équipe de Parcs Canada sont fiers d'avoir célébré l'an dernier le 125^e anniversaire de la création du parc national Banff. Nous sommes tout aussi fiers de fêter cette année le centenaire de la création de la Division des parcs du Dominion, nom initial de Parcs Canada. À l'amorce de ce deuxième siècle au service de la population canadienne, notre vision est claire : « *Les trésors historiques et naturels du Canada occuperont une place de choix au cœur de la vie des Canadiens, perpétuant ainsi un attachement profond à l'essence même du Canada.* »

L'équipe de Parcs Canada met en œuvre notre mandat et notre vision grâce à une stratégie à trois volets. Cette stratégie nous a sérieusement mis au défi d'examiner en profondeur notre organisation et nos programmes.

Ces trois volets sont :

1. Protéger nos parcs et nos lieux.
2. Rapprocher les Canadiens des parcs et des lieux, en fonction de leurs propres besoins et exigences.
3. Permettre aux Canadiens de faire l'expérience des parcs et des lieux, à partir ou à proximité d'où ils vivent.

En matière de protection, nos trois principes d'intervention sont : protéger, rapprocher, restaurer. Nous travaillons à sauvegarder d'immenses territoires naturels en créant des aires protégées à grande échelle, puis en y préservant la flore et la faune. Nous protégeons nos ressources culturelles de niveau 1 et leur histoire. Nous nous appliquons à tisser des liens entre paysages en collaborant avec des propriétaires fonciers locaux, avec des organisations vouées à la conservation et avec des professionnels en loisir en vue de faciliter les déplacements fauniques et de protéger la valeur d'évocation de nos lieux historiques nationaux.

Et nous restaurons des écosystèmes et des espèces par des mesures concrètes sur le terrain. Le rétablissement de l'écosystème du chêne de Garry et la réintroduction du bison et du putois d'Amérique dans les Prairies canadiennes, en collaboration avec des partenaires canadiens et américains, sont des réalisations dignes d'être célébrées. Nous nous sommes lancés dans le plus important programme de restauration de notre histoire. Des initiatives de restauration d'envergure sont en cours dans 50 pour 100 de nos parcs nationaux grâce à un investissement de 90 millions de dollars sur cinq ans. Nous avons récemment effectué des investissements de plusieurs millions de dollars afin de restaurer des lieux historiques nationaux qui nous appartiennent et qui sont administrés par nos partenaires.

Toutes ces initiatives sont fortement soutenues par des programmes scientifiques et de mobilisation publique qui nous permettront de mesurer le rendement de ces investissements tant sur le plan écologique qu'historique et de démontrer les avantages de la restauration. Pour se donner une meilleure idée de l'importance de nos résultats en matière de protection, il faut noter que nos partenariats avec les peuples autochtones et avec les autres ordres de gouvernement ont permis au gouvernement du Canada d'accroître de 48 pour 100 la superficie des territoires et des

eaux administrés par Parcs Canada depuis 2006, grâce à l'adoption de lois et à la signature d'ententes. Pour mettre les choses en perspective, cela représente une zone quinze fois plus grande que le parc national américain Yellowstone et vingt fois plus grande que le parc national du Canada Banff.

Nos réalisations récentes au chapitre de la création d'aires protégées comprennent ce qui suit :

- La multiplication par six de la superficie de la réserve de parc national Nahanni, ce qui selon certains constitue la plus grande réalisation en matière de conservation au cours de la dernière génération au Canada.
- L'établissement de l'aire marine nationale de conservation et du site du patrimoine haïda Gwaii Haanas, une des premières aires protégées au monde préservant un écosystème depuis la cime des montagnes jusqu'aux profondeurs des océans.
- La création de l'aire marine nationale de conservation du Lac-Supérieur, plus grande zone protégée d'eau douce au monde.
- Une entente fédérale-provinciale visant à créer un parc national dans les monts Mealy, à Terre-Neuve-et-Labrador, un projet qui protégera un immense couloir de forêt boréale canadienne et aidera à assurer la sauvegarde de connaissances et d'éléments culturels autochtones.
- Des mesures pour protéger et créer l'aire marine nationale de conservation du Détroit-de-Lancaster, la zone marine la plus productive de l'Arctique canadien et considérée comme le Serengeti de l'Arctique.
- La protection du lieu historique national Sayou Edacho, plus grand paysage culturel protégé au monde.

Je suis extrêmement fier des réalisations récentes de l'équipe de Parcs Canada. Il nous reste cependant beaucoup à accomplir et nous ferons encore davantage au cours des années à venir. Parce qu'à Parcs Canada, nous protégeons ces endroits avec la population canadienne et non contre celle-ci.

En effet, pratiquement tous les parcs nationaux qui ont été créés au cours des quarante dernières années l'ont été en collaboration directe avec des Premières nations et des communautés autochtones ainsi qu'en partenariat avec les divers groupes et intervenants concernés. Il en est aussi ainsi de nos stratégies de rétablissement d'espèces et de notre programme de partage des frais des lieux historiques nationaux.

Le deuxième volet de notre stratégie consiste à rapprocher la population canadienne de ses parcs et lieux, en fonction de ses propres besoins et exigences. Beaucoup a déjà été dit au sujet d'un tel rapprochement avec les parcs et les lieux, mais j'aimerais plus précisément parler de la nouvelle génération de Canadiens, quelquefois appelée la « génération moi d'abord », que nous devons prioritairement cibler pour veiller à ce que nos parcs et lieux ne soient pas oubliés.

Beaucoup a été écrit sur leurs exigences pour des services et des produits très adaptés à leurs désirs individuels. Ce n'est pas une coïncidence si le monde des affaires a donné suite à ces désirs en créant de noms mettant l'accent sur le soi, comme iTunes, MySpace, Facebook (où les utilisateurs peuvent choisir leurs amis) et YouTube. Ces entreprises permettent aux consommateurs de modifier les produits selon leurs goûts personnels.

Ceux et celles d'entre nous œuvrant dans le monde de la conservation et de la mise en valeur devons nous demander ce qu'il y a à retenir de cette façon de procéder et comment l'appliquer à nos activités. Où est « MySpace » [MonEspace] dans un parc national ou un lieu historique national? Où puis-je me dire « iCanoe » [jePagaie] ou « iRe-enact » [jeReproduis] une expérience que j'ai personnalisée selon mes besoins? Où est l'occasion pour pouvoir affirmer que

“YouExplore” [VousExplorez]? Pour être en mesure d’offrir à davantage de Canadiens la possibilité de faire l’expérience de leurs parcs nationaux et de leurs lieux historiques nationaux, nous sommes passés d’un concept d’offre de services à un concept d’offre d’expériences mémorables telles que définies par nos clients.

En conséquence, notre stratégie relative à l’expérience du visiteur est la suivante :

- Déterminer les marchés cibles—Identifier les segments de marché avec du potentiel à long terme, en portant une attention particulière aux nouveaux Canadiens, aux jeunes familles (18-34) et aux enfants d’âge scolaire.
- Diversifier et renouveler—Diversifier et renouveler les types d’expérience du visiteur en vue d’attirer et d’augmenter les segments de marchés ciblés (p. ex., Mon Passeport Parcs, le programme Jeunes Explorateurs, le renouvellement de notre offre de service en matière d’hébergement concerts dans les lieux historiques nationaux et autres).
- Promouvoir—Promouvoir des expériences auprès des visiteurs appartenant aux segments de marché ciblés, grâce à une visibilité accrue dans les médias nationaux et régionaux.

Tous ces nouveaux programmes ont été créés sur la base de solides connaissances en sciences sociales. Mais pourquoi est-il si important d’accroître le nombre de visiteurs? Je vous répondrai par une statistique tirée de notre récent sondage national : la majorité des visiteurs canadiens de nos parcs et lieux (86 pour 100) indiquent que ces endroits leur manqueraient s’ils venaient à disparaître, à comparer à seulement 39 pour 100 chez ceux qui ne les ont jamais visités. Par conséquent, le rapprochement émotif et intellectuel entre le public et nos parcs et lieux commence par un rapprochement physique sur place.

Pour ce qui est du troisième volet de notre stratégie, soit Permettre aux Canadiens de faire l’expérience des parcs et des lieux à partir ou à proximité d’où ils vivent, les éléments clé s’établissent comme suit :

- Mieux sensibiliser/communiquer, Visibilité et Prise de contact initiale—Améliorer la communication liée à Parcs Canada, accroître la visibilité et offrir des occasions pertinentes d’une prise de contact initiale avec Parcs Canada, en portant une attention particulière aux populations urbaines et aux nouveaux Canadiens à Montréal, Toronto et Vancouver.
- Interactions accrues avec les jeunes Canadiens—Offrir plus d’occasions aux jeunes Canadiens d’interagir avec Parcs Canada dans leur propre foyer, à l’école ou dans des lieux de loisir, en portant une attention particulière aux jeunes (8 à 17 ans) et aux jeunes adultes (18 à 34 ans) des principales régions urbaines du Canada.
- Accroître et diversifier la base de soutien—Accroître et diversifier la base de soutien à Parcs Canada en offrant une gamme de possibilités opportunes favorisant l’engagement d’intervenants et de partenaires envers les activités de Parcs Canada dans tous les domaines de programmes, en fonction de leurs intérêts.

Voici certains exemples de nos efforts :

- Mon Passeport Parcs—Un laissez-passer spécial offert aux élèves de secondaire 2 (8e année) des quatre coins du Canada, qui leur donne droit d’accéder gratuitement à nos parcs et lieux; le programme comprend également un site Web, du matériel pédagogique et des sorties de classe dans des parcs ou lieux.
- Le meilleur emploi d’été au Canada—Une initiative estivale nationale dans les parcs, les lieux et les aires marines, grâce à laquelle des jeunes travaillent dans ces endroits et

témoignent de leurs expériences pour susciter l'engagement d'autres jeunes envers ces trésors patrimoniaux. En 2010, cette initiative a permis l'embauche de 32 étudiants vidéo reporters chargés de produire des vidéos diffusés par YouTube et le site Web de Parcs Canada. Le programme sera reconduit en 2011, mais avec une nouvelle formule.

- Célébrations du centenaire—Série de concerts; lancement du 100e anniversaire au cœur de Toronto.
- Parcs Canada : Initiation au camping.
- Laissez-passer culturel : Les nouveaux citoyens canadiens se verront offrir un laissez-passer culturel leur donnant un accès gratuit à plus de 100 attractions culturelles. Cette collaboration leur permet pendant un an de visiter gratuitement des lieux patrimoniaux de Parcs Canada.
- Contribution à l'aménagement d'aires de jeux naturelles.
- Initiatives de diffusion nationale : Initiatives de diffusion de Parcs Canada de portée nationale portant sur différents endroits de partout au pays ou axées sur le mandat et les responsabilités de Parcs Canada dans son ensemble (p. ex., Un parc pour chaque saison, le National Parks Project, la série de 15 épisodes sur les lieux du patrimoine mondial au Canada).
- Utilisation des médias sociaux : Recours aux médias sociaux (p. ex., YouTube, Facebook, Twitter) ou à ces canaux spécifiques de parcs/lieux (p. ex., tweets sur les oiseaux de Pointe-Pelée) afin de communiquer avec des clientèles cibles au moyen de ces plateformes.

En terminant, j'aimerais mentionner que lorsque je discute de leadership avec les membres de l'équipe de Parcs Canada, je mentionne souvent que ma définition du leadership est d'« avoir le courage d'avoir des rêves et de savoir faire germer le fruit de ces rêves dans le cœur et l'esprit des autres ». Grâce au leadership que je suis à même de constater à tous les niveaux et dans toutes les fonctions de l'Agence, nous assumons collectivement le leadership que la présente génération de membres de l'équipe de Parcs Canada doit démontrer pour veiller à ce que les générations futures de Canadiens puissent garder espoir. Dans le cadre de notre travail quotidien, nous faisons tous et toutes notre part avec passion, fierté et professionnalisme selon l'approche se résumant par « Une équipe, une vision ». À l'amorce de notre deuxième siècle d'existence, nous pouvons tirer une grande fierté des réalisations de Parcs Canada tout au long de son histoire. Comme l'indiquait récemment un article du *Globe and Mail* : « Parcs Canada administre un des réseaux de parcs les plus grands, les mieux gérés et les plus respectés au monde. Il devrait être une immense source de fierté pour toute la population canadienne ». [traduction]