



Université du Québec
à Rimouski

**Protection et conservation des espèces marines : attentes et
satisfaction des touristes lors des croisières d'observation dans le
parc marin du Saguenay-Saint-Laurent**

Mémoire présenté

dans le cadre du programme de maîtrise en gestion des ressources maritimes

en vue de l'obtention du grade de maître ès sciences

PAR

© CAROLINE DENIS

Avril 2024

Composition du jury :

Anne Fauré, présidente du jury, Université du Québec à Rimouski

Josée Laflamme, directrice de recherche, Université du Québec à Rimouski

Andrée-Ann Deschênes, codirectrice de recherche, Université du Québec à Trois-Rivières, École de gestion, Département de management

Camille Brisson, examinatrice externe, chargée de projet, AGHAMW

Dépôt initial le 6 décembre 2023

Dépôt final le 8 avril 2024

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À RIMOUSKI
Service de la bibliothèque

Avertissement

La diffusion de ce mémoire ou de cette thèse se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire « *Autorisation de reproduire et de diffuser un rapport, un mémoire ou une thèse* ». En signant ce formulaire, l'auteur concède à l'Université du Québec à Rimouski une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de son travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, l'auteur autorise l'Université du Québec à Rimouski à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de son travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits moraux ni à ses droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, l'auteur conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont il possède un exemplaire.

REMERCIEMENTS

J'aimerais remercier ma directrice, Josée Laflamme, et ma co-directrice, Andrée-Ann Deschênes. Grâce à elles, j'ai pu découvrir le monde de la recherche, en plus de découvrir une nouvelle passion. Cette maîtrise m'a permis de dépasser mes limites sur plusieurs aspects, tout en apprenant à me connaître davantage. Je sais maintenant que mes capacités intellectuelles n'ont pas de limites et que je peux les pousser toujours plus loin. Cela m'a permis d'accroître ma confiance en moi. Un merci tout spécial à ma directrice, Josée Laflamme, d'avoir bien voulu me confier ce projet stimulant.

Merci à mes parents pour leur soutien. Le monde de la recherche est méconnu pour vous, mais vous avez tenté de comprendre, par l'entremise de mes explications, ce que je souhaite faire comme carrière. Cela m'a fait chaud au cœur.

Merci à mes amis en recherche, qui sont aujourd'hui au doctorat. Vous m'avez guidée dans la réalisation de ma maîtrise et avez été d'une aide précieuse. Je suis également reconnaissante pour votre soutien émotionnel lors des hauts et des bas.

Pour terminer, je me remercie d'avoir suivi cette petite voix qui m'indiquait le chemin à suivre et d'avoir réalisé un rêve d'adolescent. La science a toujours été ce que je voulais faire lorsque je serais grande. À de multiples reprises, j'ai quasiment abandonné mon rêve. Aujourd'hui, je le vis.

AVANT-PROPOS

La population s'intéressant au tourisme durable, en plus d'être consciencieuse de la préservation des écosystèmes marins, s'agrandit au fil des décennies. De plus en plus de citoyens s'impliquent en devenant des acteurs au quotidien ayant pour objectif de bonifier la conservation et la protection des espèces marines. Ces acteurs peuvent, entre autres, se présenter sous la forme de touristes lors de leur visite au parc marin du Saguenay-Saint-Laurent (PMSSL) pour effectuer une croisière d'observation des baleines. De ce fait, se soucier de la satisfaction et des attentes de la clientèle quant à la conservation et à la protection des espèces marines lors des croisières d'observation des baleines dans le PMSSL peut être un bon indicateur afin de savoir si ces paramètres sont atteints dans le cadre de cette activité. Plus précisément, ces deux termes centraux sont mis en lumière dans le cadre de ce mémoire dans l'objectif de déterminer si une relation existe entre ces deux variables. Ainsi, si les attentes de la clientèle ne sont pas atteintes lors de la croisière, le touriste ne sera pas satisfait. Inversement, si les attentes sont atteintes, le touriste sera satisfait des mesures de protection et de la conservation des espèces marines lors de croisières d'observation des baleines. Le prélèvement de données de cette recherche s'est effectué lors de l'été 2021. Cette période a concordé avec le post-confinement de la pandémie de COVID-19. La clientèle internationale était donc moins présente lors des croisières. Cette clientèle correspond à une grande proportion des touristes hors pandémie lors des croisières d'observation des mammifères marins.

RÉSUMÉ

L'industrie des croisières d'observation de baleines se démarque dans le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent (PMSSL) (Maltais et Pelletier, 2018). Ces activités de plaisance doivent se pratiquer en harmonie avec les mesures de protection et de conservation des espèces marines. L'objectif de cette recherche est d'identifier la relation entre les attentes et la satisfaction de la clientèle vis-à-vis la protection et la conservation des espèces lors des croisières d'observation des baleines du PMSSL. Un devis de recherche corrélationnel prédictif a été favorisé. La méthodologie est de nature quantitative par le biais d'un questionnaire autoadministré en deux sections. Les attentes des touristes face aux mesures de protection et de conservation ont été mesurées avant le départ en croisière (n=910) et la satisfaction immédiatement au retour de celle-ci (n=697). Les analyses démontrent, d'une part, un lien significatif positif faible ($r=0,11^{**}$) entre la satisfaction face aux mesures de protection durant l'excursion et les attentes face aux mesures. D'autre part, elles indiquent une relation positive faible entre ces variables, avec un pourcentage d'explication de 1,3 %. Ainsi, l'étude permet de conclure que les attentes et la satisfaction des touristes, dans le contexte des croisières d'observation, ne sont pas aussi corrélées que la littérature l'expose (Giroul, 2000 ; Bamfo, 2007). De surcroît, le niveau des attentes face aux mesures de protection n'explique que très faiblement la satisfaction du participant. Sur le plan de la pertinence sociale, ces résultats suggèrent aux gestionnaires et aux croisiéristes du parc d'adapter leurs actions pour des croisières durables. D'un point de vue scientifique, l'étude vient contribuer à l'élargissement de la littérature sur le tourisme durable maritime et côtier, plus spécifiquement sur les activités d'observation en mer.

Mots clés : attentes, satisfaction, croisière d'observation des mammifères marins, PMSSL, baleines.

ABSTRACT

The industry of whales watching cruises has been stand out in the Saguenay-St-Lawrence Marine Park (SSLMP) (Maltais et Pelletier, 2018). These recreational activities must be practice in harmony with protection and conservation measures of marine species. The objective of this research is to identify the relationship between expectations and satisfaction of tourists about protection and conservation of marine species at whales watching cruises in SSLMP. Predictive correlational research was favorited. Methodology is quantitative with an auto administered survey in two sections. Expectations of tourists about protection and conservation measures were calculated before the start of cruises (n=910) and satisfaction just after the cruises (n=697). Analyses show a significative positive but weak link between expectations and satisfaction of protection and conservation measures ($r=0,11^{**}$). Thus, they show a positive weak link between these variables, with a percentage of explication at 1.3%. This study conclude that expectations and satisfaction are not correlated like literature pretend it (Giroul, 2000; Bamfo, 2007). Moreover, expectations about protection and conservation measures explain weakly satisfaction of tourist. About social pertinence, these results suggest at tourists and managers to adapt their actions for sustainable cruises. About scientific pertinence, this study contributes to enlargement of literature about sustainable marine and coastal tourism, specifically about marine observation activities.

Keywords: Expectation, satisfaction, marine mammal watching cruises, SSLMP, whales.

TABLE DES MATIÈRES

REMERCIEMENTS.....	vii
AVANT-PROPOS.....	ix
RÉSUMÉ.....	xi
ABSTRACT.....	xiii
TABLE DES MATIÈRES.....	xv
LISTE DES TABLEAUX.....	xix
LISTE DES FIGURES.....	xxi
LISTE DES ACRONYMES.....	xxiii
LISTE DES SYMBOLES.....	xxv
INTRODUCTION GÉNÉRALE.....	1
CHAPITRE 1 PROBLÉMATIQUE.....	5
1.1 MISE EN CONTEXTE.....	5
1.1.1 Création du PMSSL.....	5
1.1.2 Écosystème du parc marin.....	6
1.1.3 Espèce en voie de disparition : le béluga.....	7
1.1.4 Règlementation et législation des activités en mer.....	9
1.1.5 Cogestion du parc.....	9
1.1.6 Études antérieures spécifiques au PMSSL.....	11
1.1.7 Activités d'observation en mer.....	12
1.2 PROBLÉMATIQUE DE RECHERCHE.....	13
CHAPITRE 2 CADRE THÉORIQUE.....	17
2.1 PRÉSENTATION DES VARIABLES À L'ÉTUDE.....	17
2.2 VARIABLES À L'ÉTUDE.....	18
2.2.1 Définition des attentes.....	18

2.2.2	Attentes	19
2.2.3	Définition de la satisfaction	20
2.2.4	Satisfaction.....	22
2.3	RECENSION DES ÉCRITS	23
2.3.1	Sensibilisation de la clientèle.....	23
2.3.2	Stratégies publicitaires des croisiéristes.....	25
2.3.3	Satisfaction de la clientèle des croisières d’observation des baleines	26
2.4	OBJECTIF ET HYPOTHÈSE	29
CHAPITRE 3 MÉTHODOLOGIE		31
3.1	DEVIS DE RECHERCHE	31
3.1.1	Présentation du devis	31
3.1.2	Approche quantitative.....	32
3.1.3	Instrument de mesure.....	32
3.1.4	Échelles	33
3.2	ÉCHANTILLONNAGE	34
3.2.1	Population	34
3.2.2	Sélection des unités d’échantillonnage	34
3.2.3	Méthode d’échantillonnage.....	38
3.2.4	Cadre d’échantillonnage	38
3.2.5	Taille de l’échantillon	39
3.3	CONCEPTION DE L’INSTRUMENT DE MESURE	40
3.4	COLLECTE DE DONNÉES.....	40
3.4.1	Administration du questionnaire.....	40
3.4.2	Incitatif.....	41
3.5	PRÉTEST DU QUESTIONNAIRE.....	42
3.6	TRAITEMENT DE DONNÉES.....	42
3.7	CONSIDÉRATION ÉTHIQUE	43
CHAPITRE 4 RÉSULTATS.....		45
4.1	ANALYSES DESCRIPTIVES	45
4.1.1	Attentes	46
4.1.2	Satisfaction.....	46

4.2	ANALYSES STATISTIQUES.....	47
4.2.1	Corrélation de Pearson	47
4.2.2	Régression linéaire	47
	CHAPITRE 5 DISCUSSION	49
5.1	RAPPEL DE L'OBJECTIF ET DE L'HYPOTHÈSE DE RECHERCHE.....	49
5.2	INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS.....	49
5.3	APPORT THÉORIQUE DE L'ÉTUDE	52
5.4	APPORT PRATIQUE DE L'ÉTUDE.....	52
5.5	LIMITES DE L'ÉTUDE	53
5.6	PISTES DE RECHERCHE	54
	CONCLUSION GÉNÉRALE	55
	ANNEXE QUESTIONNAIRE.....	57
	RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	71

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 Description sociodémographique de l'échantillon de la section 1	35
Tableau 2 Description sociodémographique de l'échantillon de la section 2	37
Tableau 3 Statistiques descriptives de la variable indépendante (n=910)	46
Tableau 4 Statistiques descriptives de la variable dépendante (n=697)	46
Tableau 5 Corrélation entre les variables	47
Tableau 6 Analyse de régression linéaire simple.....	48

LISTE DES FIGURES

Figure 1. Présentation de l'hypothèse	30
---	----

LISTE DES ACRONYMES

AGHAMW	Association de gestion halieutique autochtone Mi'gmaq et Wolastoqey
AOM	Activités d'observation en mer
COSEPAC	Comité sur la situation des espèces en péril au Canada
MELCCFP	Ministère de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs
MPO	Pêches et Océans Canada
PMSSL	Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent
Sépaq	Société des établissements de plein air du Québec

LISTE DES SYMBOLES

x	précision attendue (%)
n	taille de l'échantillon
p	proportion résultant d'une catégorie de la variable (%)

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Les croisières n'ont pas toujours rimé avec vacances tel qu'actuellement. Auparavant, ce concept entremêlait les loisirs, le tourisme et les déplacements (Grenier, 2008). Le passager utilisait un navire pour traverser d'une rive à l'autre un obstacle physique, qu'est le point d'eau. Ces traversées avaient comme objectif de transporter de marchandises, des passagers, des migrants, des travailleurs et parfois des voyageurs. La croisière était considérée comme étant la continuité du chemin de fer, permettant la liaison de deux destinations par la voie maritime. Cependant, l'arrivée de l'aviation civile, avec la rapidité de la mobilité que ce moyen de transport apportait, rendait les traversées en navire futiles. Cet élément déclencheur a poussé l'industrie des croisières à se réinventer par le biais du divertissement des passagers (Grenier, 2008). Depuis, les navires ne pratiquent plus les traversées entre deux points, mais multiplient plutôt les sorties de découvertes en mer. Le concept de croisière prend tout son sens à ce moment, déployant au grand jour son potentiel de divertissement des touristes de la Méditerranée aux Caraïbes et du pôle Nord aux côtes antarctiques.

Les destinations touristiques ainsi que les activités récréatives se rattachant à la côte se multiplient. Ces activités rassemblent un grand nombre de touristes qui s'agglomèrent le long de la côte (Cheong, 2002). L'observation des baleines comptait parmi la liste des divertissements dans les années 60 sur la côte ouest-américaine, où l'observation des baleines grises était possible. Au Canada, la première croisière d'observation remonte à l'an 1971. Cette activité touristique a été proposée pour la première fois par la Société zoologique de Montréal, qui offrait à ses membres des excursions dans l'estuaire du Saint-Laurent dans le but de repérer des rorquals bleus et des bélugas (Groupe de recherche et d'éducation sur les mammifères marins, 1993).

Depuis, les croisières d'observation de baleines augmentent en popularité. Chaque année, environ 16 millions de personnes participent aux 13 000 croisières offertes dans les quelque 2 000 destinations dans le monde (Grenier, 2008). Le secteur touristique maritime enregistre la plus forte croissance de l'industrie touristique mondiale. Dans les pays en développement où la pêche artisanale est en déclin, les croisières d'observation des baleines deviennent une activité économique alternative (Guidino et al., 2020). Par exemple, sur la côte ouest de l'Écosse, les croisières ont un impact économique de l'ordre de 8 millions de dollars US pour l'an 2015 et sont une source d'emplois et de revenus pour les communautés locales.

Cependant, ces activités de plaisance peuvent entraîner des conséquences auprès des mammifères marins si les mesures ne sont pas respectées, par le biais de l'augmentation du stress causé par les croisières ou par des changements comportementaux (Tepsich, 2020 ; Parsons, 2012). Les croisières d'observation de baleines nécessitent une cohésion avec les cétacés, considérant que ces dernières dépendent fortement du comportement et de la santé de la population des baleines. De ce fait, il est préférable que ce type d'activité tienne compte de ses impacts sur le comportement des baleines (Amrein et al., 2020). Par exemple, lorsqu'une forte proportion de bateaux se localise dans le site d'alimentation des baleines, ces dernières ont le réflexe d'effectuer un changement de direction, tel que lorsqu'elles évitent un prédateur (Williams et al., 2002). Ce comportement, combiné à l'accélération et les déplacements imprévisibles des bateaux, augmente les risques de collision. De plus, les baleines dépensent une quantité importante d'énergie lors de ces évitements, ce qui diminue la quantité d'énergie disponible pour leurs activités de survie (Fiori et al., 2019). Au fil du temps, les sorties en mer sont devenues une excellente façon d'éduquer les personnes à la conservation des espèces marines, en plus d'offrir de nombreux avantages aux communautés locales par le biais de la création d'emplois (Parsons, 2012). Ainsi, si une grande proportion de touristes est sensibilisée, ceci génère un soutien auprès des communautés locales, en plus de soutenir l'effort de conservation des baleines, qui devient la meilleure alternative pour maintenir les croisières d'observation de façon durable. Généralement, les touristes qui participent à ces croisières démontrent une grande préoccupation à propos de la conservation

des mammifères marins. Cette préoccupation représente une excellente opportunité pour introduire l'éducation et la sensibilisation auprès de la clientèle lors des croisières. Cela demeure le meilleur moyen d'approfondir les connaissances de cette dernière (Cornejo-Ortega et al., 2018). D'ailleurs, la Commission baleinière internationale a établi en 1997 l'application de mesures pour la protection des baleines et a publié des lignes directrices dans l'objectif de responsabiliser l'observation des baleines (Amrein, 2020).

L'objectif de ce mémoire vise à identifier la relation entre les attentes et la satisfaction de la clientèle vis-à-vis les mesures de protection et de conservation des espèces marines lors des croisières d'observation des baleines du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent (PMSSL). La publication de ce mémoire fait suite à l'analyse d'une base de données secondaires lors d'une collecte de données antérieures à l'été 2021. Une enquête par questionnaire autoadministré par le Web a été réalisée en deux temps.

Ce mémoire comportera cinq chapitres. Le chapitre 1 présente la mise en contexte et expose la question de recherche. Le chapitre 2 présente le cadre théorique qui détaille le bilan des connaissances existantes sur les deux termes centraux de ce mémoire, soit les attentes et la satisfaction. Il se poursuit avec une recension des écrits et termine sur la présentation de l'objectif et de l'hypothèse de recherche. Le chapitre 3 aborde la méthodologie et les résultats sont exposés dans le chapitre 4. S'en suit une discussion au chapitre 5 pour terminer avec une conclusion générale.

CHAPITRE 1

PROBLÉMATIQUE

Pour donner suite à l'introduction présentant les grandes lignes de ce présent mémoire, la mise en contexte à propos du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent permet de mieux décrire le milieu étudié. Ensuite, ce chapitre expose la problématique de la recherche.

1.1 MISE EN CONTEXTE

Tout d'abord, cette section du chapitre présente l'historique de la création du PMSSL. L'écosystème de celui-ci y est par la suite décrit, ainsi que la présentation du mammifère le plus attractif du parc marin, le béluga. Viennent ensuite la législation rattachée aux activités en mer et la cogestion du parc marin. Enfin, quelques études antérieures spécifiques au PMSSL sont exposées.

1.1.1 Création du PMSSL

Le PMSSL, créé en 1990, avait comme but initial la protection et la conservation des ressources naturelles (Maltais & Pelletier, 2018). Près de 2 200 espèces animales et végétales s'y abritent, dont des espèces en situation précaire telles que le béluga du Saint-Laurent (*Delphinapterus leucas*), le rorqual bleu (*Balaenoptera musculus*) et le garrot d'Islande (*Bucephala islandica*) (Parcs Canada, 2023). Le béluga du Saint-Laurent et le phoque commun (*Phoca vitulina*) sont deux mammifères qui résident toute l'année dans les eaux du parc marin (Foisy & Désaulniers, 2011). Le béluga, étant une ressource unique du parc, était la principale espèce ciblée par les mesures de protection et de conservation (Maltais &

Pelletier, 2018). En effet, une grande proportion de la population de bélugas est présente dans le PMSSL. Aussi, les mesures de protection et de conservation assurent le maintien des stocks de poissons-proies, comme le capelan (*Mallotus villosus*) et le hareng de l'Atlantique (*Clupea harengus*), qui sont au cœur de l'alimentation de plusieurs espèces de baleine qui fréquentent l'estuaire (SNAP, 2023). La protection du territoire, par le biais du maintien des écosystèmes et leur mise en valeur auprès du public, est un autre aspect mis de l'avant pour l'adoption de la protection et la conservation des espèces marines (Maltais & Pelletier, 2018). Le parc marin est la toute première aire marine protégée au Canada. La recherche scientifique s'avère d'une haute importance pour élargir les connaissances dans le milieu marin. Ces faits poussent à introduire la recherche scientifique dans le mandat légal du parc marin dans le but d'enrichir les connaissances de ce milieu (Ménard, 2017). De plus, la recherche permet de relever les éléments écologiques et humains afin d'identifier les impacts des activités anthropiques, l'efficacité des mesures de gestion et évaluer les retombées des actions pour l'atteinte des objectifs de l'aire protégée. Aussi, le parc a une forte connotation touristique grâce à la création des croisières d'observation des baleines (Maltais & Pelletier, 2018). Les principales fonctions entourant le parc se composent d'activités économiques, sociales et environnementales portant sur l'industrie touristique et sur les pratiques d'activités de plein air. En effet, le parc marin est reconnu pour sa grande diversité biologique ainsi que pour sa grande disparité d'activités humaines pratiquées (Ménard, 2017). Finalement, le parc vise à favoriser son utilisation à des fins récréatives, éducatives et scientifiques.

1.1.2 Écosystème du parc marin

Le parc marin, se trouvant à mi-chemin entre les Grands Lacs et l'océan Atlantique, se situe à la confluence de l'estuaire du Saint-Laurent et du Saguenay (Ménard, 2009). La superficie du parc est entièrement constituée d'un écosystème estuarien, soit l'estuaire moyen, l'estuaire maritime et le fjord du Saguenay, qui sont des milieux très dynamiques. Un processus primaire appelé le « bloom printanier », qui se définit par la prolifération

massive de phytoplanctons, se produit à la suite de la fonte de la glace (Simard, 2009). Ce processus utilise les éléments nutritifs qui remontent par le profond mélange vertical d'éléments nutritifs vers la couche photique, c'est-à-dire où la lumière est disponible. Il initie la ponte des espèces zooplanctoniques et la production biologique conduisant à l'agrégation de zooplancton. Un processus secondaire, qu'est l'« upwelling », se produit à la tête du chenal, ce qui distingue le parc marin des autres régions de l'estuaire du Saint-Laurent (Ménard, 2009). Ce processus se définit par la remontée des eaux froides en harmonie avec les marées, ce qui entraîne des caractéristiques singulières au parc. Il entraîne vers la surface des éléments nutritifs et du zooplancton, en plus de favoriser l'oxygénation de l'eau (Ménard, 2009). Ce processus secondaire enrichit la couche de surface en rendant disponibles des éléments nutritifs. Ces derniers proviennent de la nappe profonde, sous la couche photique. L'intensité de la production primaire et secondaire détermine la quantité de zooplanctons disponibles dans les sites d'alimentation des baleines, dont principalement le krill, qui constitue leur alimentation. Les baleines sont présentes de mai à octobre, profitant de cette forte productivité biologique pour accumuler des réserves d'énergie sous forme de graisse (Pêches et Océans Canada (MPO), 1989).

Des changements environnementaux majeurs ont été identifiés en 1971, tels que le réchauffement de l'eau et la diminution du couvert de glace, et continuent d'affecter les communautés dans l'estuaire du Saint-Laurent (Lesage, 2021). La diminution du couvert de glace peut affecter la survie des veaux en réduisant l'apport énergétique des femelles (Truchon et al., 2013). De plus, la source de nourriture disponible, c'est-à-dire les capelans et le hareng, arrive avant le vêlage, ce qui réduit la quantité de nourriture lors de cette période.

1.1.3 Espèce en voie de disparition : le béluga

Le béluga du Saint-Laurent est la seule espèce de baleine résidant toute l'année dans le parc marin, en plus d'y donner naissance (Parcs Canada, 2023). Il a été déclaré par le Comité sur la situation des espèces en péril au Canada (COSEPAC) comme une espèce en péril en 2004. Cette espèce a également été classifiée en voie de disparition en 2014 (Gouvernement

du Canada, 2020). Le nombre d'individus a fluctué. En effet, 8 000 bélugas ont été répertoriés en 1866 contre quelques milliers à la fin des années 1970 (Lesage, 2021). Cette diminution majeure a été causée par la chasse. Aussi, des contaminants dans l'eau sont à l'origine de l'apparition de cancers auprès de la population. Une grande diminution d'individus juvéniles a été soulevée entre 1999 et 2012, expliquée par une plus grande mortalité de juvéniles et la diminution du nombre de naissances (Lesage, 2021). En 2012, la population était estimée à 889 individus dans l'estuaire du Saint-Laurent. Un programme de récupération de la population des bélugas du Saint-Laurent a d'ailleurs été lancé en 2012, visant l'augmentation du nombre d'individus de 70 %. Le but est d'atteindre une population d'environ 7 070 individus à la suite de ce programme (MPO, 2012). Aussi, en novembre 2016, le Plan de protection des océans du gouvernement du Canada a mis sur pied plusieurs initiatives visant la réduction des menaces pesant sur les mammifères marins, dont les contaminants, la disponibilité des proies et le bruit sous-marin. L'objectif ultime serait d'atteindre une population dénombrant 7 000 individus (Gouvernement du Canada, 2020). De plus, des plans d'assainissement mis en place depuis trois décennies ont contribué à la diminution du nombre de cancers (Gouvernement du Canada, 2020).

Le béluga est inscrit comme une espèce en péril en vertu de la Loi sur les espèces en péril. Cette loi interdit de tuer une espèce en voie de disparition ou menacée, ni de lui nuire, de la harceler, de la capturer ou de la prendre. Il est aussi interdit d'endommager ou de détruire la résidence des individus (Gouvernement du Canada, 2023). De plus, un programme de rétablissement a été rédigé par le MPO avec, entre autres, la collaboration de Parcs Canada, d'Environnement Canada et des ministères provinciaux, recensant les menaces à la survie de l'espèce et à leur habitat (Environnement et Changement climatique Canada, 2023). Ce programme fixe également des objectifs reliés aux populations et à la répartition des espèces.

1.1.4 Règlements et législation des activités en mer

En ce qui a trait à la réglementation des activités en mer dans le PMSSL, plusieurs paramètres sont pris en compte. Tout d'abord, l'obtention d'un permis est obligatoire pour certaines activités, comme offrir des excursions aux baleines, des excursions guidées en kayak de mer et effectuer des activités de recherche scientifique (Règlement sur les activités en mer dans le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent, 2002). L'obtention de ce permis est désormais une obligation par l'entremise du règlement sur les activités en mer, mis sur pied par le comité de concertation du parc en 2002 (Foisy & Désaulniers, 2002). De plus, les capitaines et les guides de kayak en mer détenant un permis doivent suivre une formation sur le règlement pour obtenir une attestation. Cette formation, offerte par Parcs Canada, porte sur les comportements à adopter pour éviter le dérangement des baleines et pour bien réagir lorsqu'une baleine surgit près de l'embarcation. En tout temps, les opérateurs doivent contrôler leur embarcation, selon les intempéries qui peuvent surgir, tels que les vents, les vagues et les courants. En présence d'une espèce en voie de disparition, il est impératif de maintenir une distance minimale de 400 mètres entre le cétacé et l'embarcation (Règlement sur les activités en mer dans le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent, 2002). Dans d'autres circonstances, la limite d'approche maximale est de 200 mètres pour les autres espèces et de 100 mètres pour un bateau commercial visé par un permis d'entreprise d'excursions en mer. Il est possible que certains secteurs soient exclus à la navigation, comme la Baie-Sainte-Catherine depuis 2018 (Parcs Canada, 2023). Finalement, il est interdit dans le parc marin de se comporter d'une quelconque manière qui peut tuer, blesser ou déranger un mammifère marin. Toutes collisions inattendues ayant occasionné des blessures ou la mort d'un cétacé doivent être signalées à un gardien du parc (Règlement sur les activités en mer dans le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent, 2002).

1.1.5 Cogestion du parc

Un processus visant à agrandir la superficie du PMSSL a récemment vu le jour. Le gouvernement provincial et le gouvernement fédéral ont signé un accord commun délimitant

le périmètre du PMSSL jusqu'aux alentours de L'Isle-aux-Coudres en amont et de Trois-Pistoles en aval, incluant Cacouna (Shields, 2023). Il s'étend aussi le long de la Côte-Nord, qui abrite des rorquals communs (*Balaenoptera physalus*) et des rorquals bleus, qui sont également présents sur la liste des espèces en périls (Shields, 2023). L'agrandissement du PMSSL vise à mieux protéger l'habitat du béluga, en plus de rehausser la proportion protégée de l'estuaire du Saint-Laurent (Shields, 2023). Actuellement, 60 % de son habitat se situe en dehors des limites actuelles du parc marin. Ce projet réduira les menaces que peut subir le béluga en agrandissant la superficie de protection. Cette aire protégée, mesurant 1 245 km² à sa création, atteint maintenant une superficie d'environ 5 000 km². De surcroît, protéger l'ensemble de l'habitat du béluga compte parmi les six objectifs du programme de rétablissement du gouvernement fédéral (Gouvernement du Canada, 2016). Le PMSSL compte parmi les quatre aires marines protégées au Québec (ministère de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs (MELCCFP), 2024). Aussi, la gestion du parc se caractérise par une collaboration entre le gouvernement du Québec pour la portion terrestre et le gouvernement fédéral pour la création du parc essentiellement marin (Maltais & Pelletier, 2018). Cette cogestion s'effectue par le biais du comité d'harmonisation qui regroupe les autorités responsables de Parcs Canada, du MELCCFP et de la Société des établissements de plein air du Québec (Sépaq) (Foisy & Désaulniers, 2011). Il fait partie du réseau des aires marines nationales de conservation du Canada et du réseau des parcs du Québec (Maltais & Pelletier, 2018). De plus, les deux gouvernements préconisent le mode de gestion participative en intégrant le partenariat, incitant les résidents à s'impliquer dans la gestion du parc. Ce mode de gestion instauré veut que les citoyens tissent un sentiment d'appartenance au fil du temps, en plus de maintenir un climat coopératif soutenu avec les communautés riveraines. Cette collaboration intègre plusieurs aspects, tels que l'observation et la conservation du béluga du Saint-Laurent, l'émergence de l'industrie touristique des croisières, des recherches scientifiques sur la population du béluga et de son habitat et la désignation du béluga par le COSEPAC. La Première Nation des Innus Essipit et la Première Nation Wolastoqiyik Wamspekwuk sont des nations pour lesquelles leur territoire fait partie du territoire de coordination du parc. La

Première Nation Wolastoqiyik Wahsipekuk participe activement à la vie sociale, culturelle et économique de la région, en plus de revendiquer leur territoire (Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent, 2010). Elle contribue à la protection et à la mise en valeur du parc marin en partageant sa vision de l'utilisation du territoire et en collaborant aux travaux de plusieurs comités, dont celui de la coordination du parc marin, pour lequel la nation est membre depuis 2019 (Parcs Canada, 2023). L'Association de gestion halieutique autochtone Mi'gmaq et Wolastoqey (AGHAMW), qui compte la nation Wolastoqiyik Wahsipekuk, intervient au niveau de la conservation et la gestion durable et collaborative du golfe du Saint-Laurent et de ses affluents, de l'intégration des savoirs autochtones et de la diversification des activités de pêche et d'aquaculture de ses communautés membres (AGHAMW, 2024). Aussi, la première nation a inauguré un nouveau site d'observation de bélugas à Cacouna en octobre 2023 (Bullant, 2023). Ce site, proposant aux touristes d'observer les mammifères marins à partir d'une plateforme surplombant le fleuve et de poser des questions sur les bélugas par l'entremise de la présence de guides d'interprétation sur le site, sera accessible dès juin 2024.

1.1.6 Études antérieures spécifiques au PMSSL

Comme l'étude de Ménard (2009) le mentionne, la recherche scientifique a été d'un grand renfort lors de la création du parc, afin de connaître les particularités océanographiques et les mammifères marins de celui-ci. En effet, la création du parc et sa gestion nécessitent des connaissances variées sur les écosystèmes, l'impact des activités anthropiques et le contexte culturel, social et économique. Ceci exige de développer un équilibre entre les intérêts socioéconomiques et les intérêts écologiques du parc marin par le biais de l'écotourisme. Pour y parvenir, les participants doivent adhérer à l'utilisation écologique et durable du parc marin lors des activités d'observation en mer (AOM). Lequin (2003) expose que la gouvernance participative est une force du parc. Les deux paliers gouvernementaux, c'est-à-dire provincial et fédéral, ont intégré les attentes de la population locale, provinciale et nationale dans le projet de création du parc.

Pour sa part, l'étude de Nadeau (2021) se concentre principalement sur la perception des questionnaires quant aux facteurs qui influencent la satisfaction de la clientèle des croisières d'observation des baleines dans le PMSSL. Tout d'abord, les résultats montrent que l'interprétation est un élément permettant de sensibiliser les participants quant aux enjeux de conservation des baleines. Les participants sont davantage curieux et posent des questions à propos de la protection des baleines. Aussi, l'étude de Tessier-Moreau (2022) cerne l'évolution de plusieurs aspects de l'expérience de la clientèle lors des croisières entre 1999 et 2021 en se basant sur l'étude de Giroul (2000) pour identifier l'évolution des aspects entre ces deux périodes. Les attentes envers la protection de l'environnement marin ont évolué. La clientèle est plus préoccupée en 2021 de choisir une activité durable qu'en 1999. Le désir d'être à proximité d'une baleine a diminué entre ces deux périodes. Finalement, l'étude de Brisson (2023), qui s'intéresse entre autres au profil de la clientèle des croisières d'observation des mammifères marins dans le PMSSL selon leurs attentes et leurs satisfactions, mentionne que les femmes sont davantage préoccupées par l'application des mesures de protection que les hommes lors des AOM. Les participants ayant déjà fait entre une à trois croisières ont des attentes plus élevées quant aux mesures de protection que la clientèle vivant leur première activité en mer. Cependant, les paramètres des groupes d'âge, de scolarité et de revenu n'ont pas d'influence sur le niveau des attentes de la clientèle vis-à-vis les mesures de protection et de conservation. Toutefois, les attentes sont élevées. En ce qui a trait à la satisfaction, elle ne varie dans aucun groupe, que ce soit le genre, l'âge, la scolarité, le revenu ou le niveau d'expérience.

1.1.7 Activités d'observation en mer

L'établissement d'escales le long du fleuve Saint-Laurent et la hausse de la publicité pour les activités d'observation en mer sont deux éléments majeurs qui ont fait augmenter en popularité l'industrie des croisières d'observation (Foisy & Désaulniers, 2011). Sur la côte est de l'Amérique du Nord, c'est dans l'estuaire du Saint-Laurent que les AOM ont démarré (Martin et al., 2018). Ainsi, l'une des plus importantes industries d'observation au Canada s'est développée grâce à la présence de grands rorquals (*Balaenoptera musculus*) et du

rorqual commun. Les visiteurs viennent découvrir les paysages insulaires, côtiers et marins du Saint-Laurent et du fjord du Saguenay, en plus d'observer les mammifères marins et les oiseaux (Foisy & Désaulniers, 2011). Les départs et les arrivées d'excursions se font à partir des quais Les Escoumins, Grandes-Bergeronnes, Tadoussac, Baie-Sainte-Catherine, ville de Saguenay, Saint-Siméon, Rivière-du-Loup, L'Anse-Saint-Jean, Rivière-Éternité et Sainte-Rose-du-Nord (Foisy & Désaulniers, 2011). Néanmoins, l'activité se concentre principalement à l'embouchure du Saguenay et à la tête du chenal Laurentien. Les activités se déroulent du mois de mai à la fin octobre et s'étendent d'avril à novembre depuis quelques années (Martin, 2018). Cependant, un nombre plus élevé de sorties en mer est proposé pendant les mois de juillet et d'août, c'est-à-dire durant la haute saison touristique. La saison coïncide avec la présence de la plupart des mammifères marins dans l'estuaire. En plus des AOM, ce secteur se compose aussi de la voie maritime du Saint-Laurent et est utilisé de façon continue par le traversier entre la Baie-Sainte-Catherine et Tadoussac (Martin, 2018). Ce secteur contient la plus importante densité de navigation dans le parc marin en entier.

1.2 PROBLÉMATIQUE DE RECHERCHE

L'industrie des croisières d'observation des baleines s'est agrandie au cours des dernières décennies (Martins et al, 2018). Ce type de tourisme a rapidement évolué et a gagné en popularité. Les croisières sont devenues une activité économique côtière pour plusieurs communautés. De plus, elles ont permis d'introduire l'aspect éducatif et de la sensibilisation à propos de la conservation et la protection des baleines lors des croisières.

Plusieurs études sur les impacts sociodémographiques, ayant pour objet les croisières d'observation des baleines, ont été effectuées en Écosse (International Whaling Commission, 2022). Les excursions ont débuté à l'île de Mull. Depuis leur apparition en 1989, l'industrie a doublé entre 1998 et 2008. Le tourisme de croisières d'observation des baleines a attiré environ 224 000 observateurs par an, comptant les sorties en mer et l'observation depuis la côte. De plus, dans la partie ouest de l'Écosse, il a été soulevé que les touristes sont plus

susceptibles de séjourner dans la région durant une plus longue période lorsque la possibilité d'effectuer des croisières d'observation aux baleines est proposée. Aussi, 23 % des répondants d'une étude effectuée en 2003 proclament qu'ils viennent spécifiquement dans cette région de l'Écosse pour participer à une croisière d'observation de cétacés. À Glasgow et Édimbourg, la sensibilisation et la perception du grand public concernant l'observation des baleines sont fortement développées positivement. Aussi, 60 % des répondants ont un intérêt marqué pour participer à une excursion en mer. Une autre étude réalisée en Écosse, soit celle de MacLellan (1999), appuie que les croisières d'observation de baleines ont augmenté en popularité. La conservation des mammifères marins et le développement du tourisme marin ont déployé 2 033 emplois dans 362 organisations et entreprises, en plus d'engendrer l'embauche de guides interprètes dans divers centres de visite et de parcs marins. Le nombre de touristes participant aux croisières d'observation de baleines dans l'ensemble du Royaume-Uni, dont une forte concentration en Écosse, est passé de 400 en 1991 à 15 000 en 1994.

En ce qui a trait à l'aire marine protégée du Banc-des-Américains et de la baie de Gaspé, les touristes proviennent principalement du Québec (55-63 %), de l'Europe (20 %), des États-Unis (5-7 %) et d'autres pays (5 %) (Réseau d'observation de mammifères marins, 2019). Généralement, la satisfaction de la clientèle est élevée sur plusieurs aspects des croisières d'observation des baleines. Selon un sondage réalisé par le ROMM, 92 % des visiteurs sont très satisfaits de l'équipage des navires d'observation et, également, de l'interprétation à 85 %. Les intervenants du milieu indiquent également que la satisfaction de la clientèle est élevée, mais à des valeurs moindres (62 % pour l'équipage et 60 % pour l'interprétation) selon leur perception (ROMM, 2019). Aussi, un peu plus de la moitié des répondants (autant au niveau des visiteurs que des intervenants du milieu) ont mentionné que la clientèle est satisfaite de la durée de la croisière, des approches des mammifères marins et des espèces aperçues en mer. Dans le but d'approfondir ces données, les compagnies ont mentionné les commentaires les plus récurrents provenant des visiteurs. Les répondants des compagnies indiquent que le commentaire « très satisfait de la croisière » est très souvent

évoqué. Les commentaires concernant le nombre de baleines observées, de la vitesse et de l'approche autour des baleines sont connotés de la mention « satisfait ».

Les cétacés sont les premières sources d'attention des touristes, en plus d'être l'activité la plus recherchée par ces derniers dans l'archipel des Açores, situé au Portugal (Queiroz et al., 2014). La nécessité de mettre en place des mesures ayant comme objectif d'assurer la conservation des mammifères marins et, par le fait même, d'accroître le niveau de satisfaction de la clientèle par le biais d'un tourisme respectueux de son environnement a rapidement été soulevée (MacLellan, 1999). Les divers faits appuyant cette urgence affirment que les cétacés peuvent facilement être perturbés par la présence de navires de croisière pour diverses raisons, comme les collisions avec les navires. De surcroît, ces mesures doivent respecter les conditions économiques des communautés locales, en plus de faire en sorte que les croisières soient axées sur l'accroissement du niveau de conservation des mammifères marins.

C'est ainsi que l'éducation et l'interprétation lors des croisières d'observation des mammifères marins sont considérées comme étant des aspects fondamentaux vis-à-vis ce type de tourisme, en développant la sensibilisation de la clientèle et en imprégnant des comportements de conservation (Patroni et al., 2019). La communication et la sensibilisation auprès des touristes sont deux facteurs qui permettent de transmettre des connaissances à la clientèle. Ainsi, la clientèle souhaitant recevoir de l'information sur les mammifères marins lors de la croisière a un niveau de satisfaction plus élevé à la suite de l'expérience lorsque la possibilité d'acquérir des connaissances est présente. Selon Ballantyne et al. (2009), plus de 90 % des visiteurs sont réceptifs à recevoir de l'information à propos de la vie marine, de la conservation des mammifères marins et des actions que les visiteurs peuvent poser pour assurer leur protection. À l'opposé, seulement 26 % des répondants de cette étude croient qu'il serait préférable de pratiquer les croisières sans recevoir ces informations. De ce fait, le développement et l'acquisition de connaissances de l'équipage à propos des mammifères marins sont de bons moyens de satisfaire la curiosité des touristes, en plus de les sensibiliser à l'importance de ne pas déranger les cétacés lors des AOM (Comité ZIP de la rive nord de l'estuaire, 2005).

En tant qu'entreprise, le maintien des facteurs de satisfaction des touristes sur le long terme permet d'atteindre l'objectif de soutenir une bonne relation avec la clientèle et d'agrandir l'industrie des croisières d'observation des baleines (Solis-Radilla et al., 2021). L'identification des facteurs fait accroître la satisfaction de la clientèle à propos des croisières d'observation des baleines, ce qui encourage cette dernière à répéter l'activité (Comité ZIP de la rive nord de l'estuaire, 2005). Ces faits contribuent à l'intérêt porté à la relation entre les attentes et la satisfaction quant à la protection et la conservation des espèces marines de la clientèle du PMSSL.

CHAPITRE 2

CADRE THÉORIQUE

Maintenant que la mise en contexte est exposée, les variables à l'étude sont présentées, soit les attentes et la satisfaction. Elles sont ensuite définies dans le cadre de cette étude, en plus de faire un bilan des connaissances de ces deux termes centraux du mémoire. De plus, une recension des écrits est détaillée dans le but de présenter les connaissances antérieures en ce qui concerne les croisières d'observation des baleines. Finalement, l'objectif et l'hypothèse de l'étude sont dévoilés.

2.1 PRÉSENTATION DES VARIABLES À L'ÉTUDE

Dans un premier temps, des termes centraux ont été déterminés afin de réaliser une revue de littérature. Considérant que ce mémoire se centre sur le marketing des croisières d'observation des baleines, les termes utilisés proviennent de ce domaine. De ce fait, les mots clés fondamentaux retenus sont la satisfaction et les attentes vis-à-vis la clientèle. Pour produire la présente recension des écrits, la principale base de données utilisée est ABI/INFORM Collection et la base de données secondaires est Google Scholar. Les articles choisis ont été sélectionnés selon les critères suivants : révisés par les pairs et la disponibilité du texte intégral. Ces bases de données ont permis de sélectionner des études publiées entre 1976 et aujourd'hui en se servant des mots clés « tourism », « whale watching », « satisfaction » et « expectations ». Ces mots et ces expressions ont été choisis, car ils sont interreliés avec l'aspect marketing étudié, en plus d'optimiser tous les caractères majeurs des croisières d'observation des baleines. Ainsi, les termes centraux, satisfaction et attentes, sont abordés dans l'optique de maintenir le cadre marketing. Les termes « tourism » et « whale watching » sont ajoutés pour converger vers ce type de tourisme, tout en conservant

l'encadrement marketing recherché par le biais des attentes et de la satisfaction de la clientèle à l'égard des croisières d'observation des baleines.

2.2 VARIABLES À L'ÉTUDE

Tout d'abord, les différentes définitions de chacune des variables sont présentées. Ensuite, un bilan des connaissances est exposé à propos des croisières d'observation des mammifères marins.

2.2.1 Définition des attentes

Dans un premier temps, il est essentiel de mentionner qu'il persiste un lien indéniable entre la satisfaction et les attentes. En effet, les attentes déterminées par l'individu sont des paramètres qui modulent fortement la satisfaction de la clientèle (Galbreath & Shum, 2012). Les attentes constituent un élément central de la satisfaction dans le cadre d'une expérience.

Plus précisément, la notion d'attente est un concept médiateur dans le processus de la satisfaction (Hudson et al., 1992). Souvent, le concept des attentes est utilisé pour sa facette indépendante et qui influence de façon directe, indirecte ou positivement la satisfaction de la clientèle (Eklof et al., 2020).

Les attentes ne sont pas constantes dans le temps. Elles peuvent changer lors de chaque achat (Suchanek & Kralova, 2023). Les attentes peuvent, entre autres, se modifier selon la qualité du produit. Généralement, la qualité de l'expérience définit aussi un niveau d'attente positif plus élevé, ce qui génère une satisfaction globale (Anderson et al., 1994).

Dans le cadre de ce mémoire, la variable attentes est reliée aux attentes des touristes à propos des mesures de conservation et de protection dans le contexte des croisières d'observation des mammifères marins dans le PMSSL. Cette variable se définit, pour cette

étude, comme un facteur influençant fortement le résultat de la satisfaction. Les attentes peuvent être superficielles ou profondes, selon les intérêts de l'individu (Littlejohn et al., 2016).

2.2.2 Attentes

Les attentes sont établies selon des jugements d'évaluation généraux de la part des consommateurs (Olson & Dover, 1976). Elles peuvent être définies comme une probabilité perçue qu'un produit possède une caractéristique précise ou un certain attribut et conduiront à un événement ou un résultat en particulier. Les attentes peuvent être aussi perçues comme étant des croyances (Olson & Dover, 1976). Cet aspect indique que les attentes sont classées comme étant un élément cognitif.

Les attentes sont influencées par une expérience antérieure et par des sources externes, telles que le bouche-à-oreille, les médias et la publicité (Anderson et al. 1994). Ceci indique que les clients sur le marché ont des attentes établies concernant les bénéfices et la performance (Ayimey, 2012). Il survient ensuite une comparaison entre les attentes et le service reçu, qui permet de déduire si l'expérience a suscité une confirmation positive ou une non-confirmation. Une confirmation positive entraîne de la satisfaction, en plus de créer une répétition de l'achat ultérieurement, la continuité de l'usage d'un service ou la transmission de la positivité de leur expérience auprès de leur entourage. À l'inverse, une non-confirmation entraîne une insatisfaction et aucune possibilité de consommer à nouveau le produit. Aussi, les consommateurs qui ont des attentes extrêmement faibles et qui sont insatisfaits, peu importe la performance perçue, sont plus susceptibles de manifester de l'insatisfaction qui se propage au-delà du produit ou du service.

Généralement, les attentes se forment selon deux principes, soit par l'information du marché actuel, soit par une expérience antérieure de l'individu (Prud'homme, 2004). Les sources d'informations, telles que les médias et le bouche-à-oreille avec la famille ou les

amis, permettent au consommateur de construire une attente à l'égard d'un service. Ces différentes sources induisent que malgré le fait que deux clients consomment le même service et/ou produit avec les mêmes conditions, cela ne suppose pas que les deux individus auront un niveau de satisfaction similaire. Conséquemment, le meilleur produit et/ou le meilleur service pour un client se définissent par celui qui est le mieux adapté aux attentes du client. Les attentes peuvent aussi se créer lors de promesses de service diffusées par l'entreprise ou par l'entremise de signes démontrant un service quelconque, comme le prix, les équipements, l'ameublement et les lieux physiques.

Plusieurs chercheurs s'appuient sur la vision théorique de l'attente de la satisfaction du consommateur (Thirkell, 1980). Cette vision stipule que la satisfaction ou l'insatisfaction de la clientèle est mesurée selon si les attentes fondées vis-à-vis un produit ou un service sont atteintes à la suite de la performance. Aussi, la théorie du contraste suppose que les clients amplifient l'écart entre les attentes et la performance perçue. Ainsi, si une expérience est légèrement au-dessus des attentes, le client sera fortement satisfait. Cependant, si la performance se trouve sous les attentes, il en résultera de l'insatisfaction.

2.2.3 Définition de la satisfaction

Le début de la recherche sur le concept de la satisfaction a fait son apparition au milieu des années 1970 (Benali, 2010). Les recherches se centrent dans le domaine du marketing et du comportement du consommateur. Cependant, la présence de la notion de la satisfaction est davantage marquée dans le domaine du marketing. De plus, la satisfaction est un concept reconnu dans ce domaine, sans toutefois être défini avec un consensus des auteurs (Hudson et al., 1992).

Dans un premier temps, la satisfaction se définit comme étant un processus de comparaison entre la performance identifiée par le consommateur et les standards identifiés par ce dernier en guise de référence. Autrement dit, la satisfaction se compare entre la qualité

prédéfinie du consommateur et la qualité perçue à la suite d'une expérience (Sirieix & Dubois, 1999). Aussi, l'auteur Benali (2010) stipule que la satisfaction est reliée à un état psychologique qui résulte d'une expérience d'achat et/ou de consommation. Similairement à Sirieix & Dubois (1999), il déclare que ce concept est le résultat entre l'expérience subjective vécue et un standard de comparaison.

Selon Demirel (2022), la satisfaction se définit selon deux conceptualisations. Dans un premier temps, la satisfaction se caractérise par un processus cognitif par lequel le client effectue une comparaison entre ce qu'il reçoit et ce qu'il doit renoncer pour obtenir le service. Dans un second temps, la satisfaction se teinte d'une sensation sensorielle résultant d'un processus évaluatif. Ainsi, lorsque la qualité perçue du service dépasse le coût de réception pour lequel le client renonce pour obtenir ce service, la qualité sera élevée et du même fait, la satisfaction sera plus élevée.

Les définitions partagent certains éléments communs (Giese & Cote, 2000) et trois composantes générales ressortent. Dans un premier temps, la satisfaction peut être définie comme un concept à dominance cognitif et affectif (Camelis et al., 2015 ; Giese & Cote, 2000). Doosik (2022) réfère aussi à la satisfaction comme un concept exerçant une influence cognitive et affective, et ce, en cumulant des expériences dans un service spécifique. De ce point de vue, la satisfaction intègre un état psychologique provenant d'une évaluation d'une expérience d'achat ou de consommation (Camelis et al. 2015). L'état psychologique de ce terme induit que la satisfaction n'est pas un processus qui est observable concrètement. Dans un deuxième temps, la réponse cognitive ou émotionnelle se rapporte à un élément particulier, que ce soit des attentes, un produit ou une expérience de consommation (Giese et Cote, 2000). De plus, la satisfaction est généralement estimée telle qu'une réponse émotionnelle à la suite d'une expérience (Hudson et al., 1992) ou une décision à la suite d'une expérience vécue (Doosik, 2022). L'état émotionnel du client joue un rôle important quant à la satisfaction lors de la livraison du service, lors de sa responsabilité pendant la prestation, lors de sa perception concernant le rapport qualité et prix, la présence ou l'absence d'un service équitable ou la perception qu'à un individu sur la qualité d'un service

(Prud'homme, 2004). Finalement, la réponse cognitive se produit à un moment particulier, que ce soit après la consommation, après avoir effectué un choix ou en fonction de l'expérience cumulée (Giese et Cote, 2000). La satisfaction s'identifie lors de la formation d'une émotion à la suite d'une expérience, dont cette dernière varie selon les facteurs de la situation et selon l'écart entre la qualité du service espérée et le service offert (Han, 2022).

Dans le cadre de ce mémoire, la variable satisfaction se rattache à la satisfaction des touristes vis-à-vis les mesures de protection et de conservation lors des croisières d'observation des mammifères marins dans le PMSSL. Elle se définit, pour cette étude, comme un sentiment positif que le client acquiert lors d'une activité, en plus de créer un niveau de satisfaction à l'égard de l'expérience (Littlejohn et al., 2016).

2.2.4 Satisfaction

La satisfaction des touristes peut se manifester par un sentiment profond des visiteurs face aux services et aux installations. Ce sentiment peut créer une augmentation du désir de visiter une attraction touristique visée (Aniqoh, 2022). La satisfaction et la conformité de l'attraction touristique transparaissent au travers du désir du client à continuer la visite de son attraction. De plus, les touristes satisfaits recommandent généralement la destination à leurs proches (Alshiha, 2022).

La satisfaction se caractérise également par la fréquence croissante des visites touristiques d'une attraction spécifique comparativement à d'autres attractions similaires (Alshiha, 2022). Elle peut également être perçue comme une nuance entre une attitude et une sensation que les touristes acquièrent lors d'une activité touristique et peut être quantifiée selon le degré de plaisir des expériences passées (Alshiha, 2022). Cet aspect a une grande importance dans le domaine du tourisme, car ceci détermine le choix de la destination des touristes pour leur prochain voyage.

Le niveau de satisfaction de la clientèle peut aussi être influencé par la qualité du service qui est offert aux clients ou selon divers facteurs, tels que l'exposition émotionnelle de l'employé, la performance du service des employés, l'empathie émise par ces derniers, leurs compétences, la bonne volonté des employés, la qualité du service, la qualité du produit et le rapport qualité prix. (Marin et al., 2022). À tout moment, la clientèle souhaite recevoir auprès des compagnies une bonne qualité du service. Ainsi, les attentes sont comblées lorsque la satisfaction est atteinte, c'est-à-dire lorsqu'une expérience est vécue et que la satisfaction calculée devient suffisamment grande pour que les attentes soient assouvies (Demirel, 2022). Trois situations peuvent arriver selon la performance (Kotler et al., 2019). La satisfaction peut être en deçà des attentes, ce qui induit une déception ou un mécontentement. La performance peut être au même niveau que la satisfaction, ce qui induit de la satisfaction, ou au-delà, ce qui procure au client de l'enthousiasme à propos de l'expérience.

2.3 RECENSION DES ÉCRITS

Maintenant que les variables de ce mémoire sont définies, il est de mise de présenter les connaissances de la littérature à propos des attentes et de la satisfaction dans le contexte des croisières d'observation des mammifères marins. Plus précisément, cette section se concentre sur l'ensemble des connaissances à propos des attentes et de la satisfaction des touristes vis-à-vis les mesures de protection et de conservation des espèces marines.

2.3.1 Sensibilisation de la clientèle

Les croisières d'observation de baleines s'avèrent une excellente source pour introduire l'aspect de sensibilisation de la conservation des espèces et l'éducation de la population quant à l'écologie des cétacés (Tepsich et al., 2020). Effectivement, la sensibilisation vis-à-vis la conservation serait, d'un point de vue global, intégrée lors des activités en mer par l'entremise de l'éducation de la clientèle et d'une interprétation du milieu marin lors des

croisières, bien qu'elle pourrait être davantage développée (Cornejo-Ortega et al., 2018). Les croisières d'observation des baleines peuvent jouer un rôle dans l'éducation de la clientèle à propos de la vie marine et les membres de l'équipage deviennent les personnes-ressources pour l'éducation de celle-ci (Lopez & Pearson, 2017). Généralement, les croisières s'avèrent des activités durables et responsables envers la protection des baleines (Cornejo-Ortega et al., 2018).

L'étude de Andersen et Miller (2006) soulève, qu'en général, les touristes apprécient le contact avec un guide interprète lors de l'activité en mer. L'éducation de la clientèle serait un excellent moyen de réduire les effets négatifs du harcèlement des baleines par les touristes et les opérateurs de bateaux. Elle suggère de transmettre des propos allant au-delà des concepts de biologie et d'écologie en discutant de la culture locale, dans l'objectif de mieux intégrer les propos sur la vie marine dans le discours du professionnel. Les participants qui ont une attitude pro-environnementale et qui reconnaissent que les croisières peuvent perturber les baleines sont davantage susceptibles de connaître les lignes directrices et les règlements appliqués lors des activités en mer et d'affirmer qu'il est nécessaire d'être respectueux envers les mammifères marins (Schuler & Pearson, 2019). Ces participants sont aussi aptes à soutenir les mesures et les règlements en lien avec la protection des baleines. En effet, démontrant de l'intérêt à apprendre durant les croisières, ils contribuent généralement à la conservation environnementale par le biais d'un fort support envers les mesures (Kessler et al., 2014). De plus, lorsque la sensibilisation et l'éducation sont maintenues, ces deux éléments peuvent apporter des changements de comportements significatifs auprès des touristes, qui ont un manque de connaissances au niveau des mesures de protection et de conservation (Hoarau et al., 2020 ; Zeppel & Muloin, 2009). La présence d'un programme d'éducation engendre un profond changement dans le comportement du client (Oram, 1997). Ces changements se répercutent indirectement sur l'environnement marin et, sur le long terme, sur les mammifères marins. La portée de l'éducation peut mener jusqu'à une meilleure compréhension vis-à-vis les facteurs de conservation de la faune marine, et ce, même en dehors des sites d'observation (Zeppel & Muloin, 2009). Généralement, les participants sont davantage sensibilisés à l'égard de l'environnement

marin et offrent un soutien dans les travaux de conservation de la nature et de la protection des espèces en péril.

2.3.2 Stratégies publicitaires des croisiéristes

Une étude effectuée dans la baie de Fundy auprès de la clientèle des croisières d'observation des baleines stipule que la plupart des répondants (87.7 %) sont au courant de l'opportunité de vivre l'expérience d'une croisière d'observation des baleines avant leur arrivée dans la région et que 44.9 % d'entre eux déclarent que la croisière est l'activité ciblée lors de leur séjour dans la baie de Fundy (Bamfo, 2007). La publicité des croisières provoque une augmentation du niveau de sensibilisation de la clientèle. En effet, 54.8 % des répondants réclament de l'information à propos de leur croisière avant l'embarcation. Les brochures représentent la source d'information la plus répandue et permettent de répondre à des questions spécifiques de la clientèle. Les différentes sources utilisées par les organisations de croisières aux baleines, dans l'objectif de présenter les outils déployés pour la sensibilisation de la clientèle dans leur plan marketing, aident la clientèle dans le choix de la compagnie pour leur expérience de sortie en mer (Kur & Hvenegaard, 2012). L'organisation peut mettre l'emphase sur l'interprétation par un guide, en proposant aux participants un hydrophone et une carte de la superficie des croisières. Les organisations indiquent également qu'elles offrent une discussion à propos de la conservation des baleines, en plus de fournir une vidéo et des informations imprimées gratuites. Cette technique contribue à ce que les croisiéristes possèdent des informations justes et transparentes à propos d'une compagnie de croisières.

Les résultats de l'étude de Howard et Parsons (2006) indiquent que le public considère que la publicité télévisée serait le meilleur moyen pour sensibiliser la clientèle à propos des croisières d'observation. Cependant, ce type de publicité n'est pas la méthode valorisant le mieux les scénarios les plus fréquents lors des croisières en ce qui a trait à l'application des mesures de protection et de conservation. Cette étude suggère que la sensibilisation à la télévision pourrait prendre la forme de diffusion d'émissions de sensibilisation, présentant

les croisières telles qu'elles sont avec les mesures de protection et de conservation. Cela contribuerait à une meilleure communication entre le client et l'organisation et engendrerait des attentes qui se baseraient sur les mesures. En effet, l'utilisation d'images sensationnelles dans les campagnes marketings occasionnent une irritation auprès des acteurs sur le terrain, tels que les naturalistes (Onorato & Laflamme, 2013). Ces derniers souhaiteraient que les images publicitaires reflètent des scènes plus fréquentes. Voir des queues de baleines hors de l'eau ou des sauts sont des phénomènes peu courants lors d'une croisière.

2.3.3 Satisfaction de la clientèle des croisières d'observation des baleines

L'éducation des touristes vis-à-vis la conservation est développée au Sanctuaire Pelagos situé dans la Méditerranée du Nord-Ouest. Cet espace se compose d'une zone protégée contenant diverses espèces de cétacés (Tepsich et al., 2020). La zone marine protégée est règlementée par le fait qu'aucun bateau ne peut s'approcher à moins de 100 mètres de l'animal. Cette étude évalue la satisfaction de la clientèle concernant la conservation et la sensibilisation des baleines par le biais d'activités de sensibilisation et d'éléments contribuant à la satisfaction pour améliorer le développement durable. Une seconde étude de Cornejo-Ortega et al. (2018), effectuée dans la baie de Banderas sur la côte ouest du Pacifique du Mexique, montre des résultats similaires. Ils démontrent qu'une probabilité élevée d'apercevoir des baleines est un facteur contribuant fortement à la satisfaction du client. Effectivement, la présence du rorqual commun et du cachalot augmente de façon significative la satisfaction (moyenne élevée) de la clientèle lors des croisières d'observation. L'étude de Cornejo-Ortega et al. (2018) indique que près de 80 % de la clientèle considère qu'il est nécessaire qu'une zone de conservation de la baleine soit établie pour les croisières d'observation des baleines, et ce, dans le respect des espèces marines. L'étude de Tepsich et al. (2020), tout comme la précédente, précise que la clientèle adhère au respect de la distanciation des bateaux entre ces derniers et les baleines, à défaut de la proximité des baleines pour l'observation. Elle proclame qu'approcher les baleines en bateau

comporte des risques pour ces dernières. Aussi, les aspects les plus importants selon les touristes sont « voir des baleines dans le respect total des baleines et de leur environnement », « de voir une baleine bien que ce soit seulement une » et « voir les baleines près du bateau ». L'étude de Kessler et al. (2014) effectuée à Sydney (Australie) démontre des résultats complémentaires en ce qui concerne la satisfaction à propos de la conservation et la protection. La globalité des participants a une forte préférence à vivre une expérience d'activité en mer avec la possibilité d'acquérir des connaissances à propos des mesures de protection et de conservation des espèces marines et d'effectuer une croisière ayant un faible impact sur les animaux observés. En effet, recevoir de l'information comportait le niveau le plus élevé en ce qui a trait aux besoins de la clientèle. La présence d'un guide spécialiste aidant à repérer les baleines et discutant de la vie marine lors de la sortie en mer a grandement bonifié la satisfaction.

Une autre étude, effectuée à Acapulco, située sur la côte sud de Mexico, s'est penchée sur les éléments émettant de la satisfaction lors des destinations marines. Cette étude indique que la nouveauté dans le cadre d'une expérience influence fortement le niveau de satisfaction auprès de la clientèle lors de l'activité et provoque, auprès de cette dernière, une recommandation à ses proches à la suite de l'expérience (Solis-Radilla, 2021 ; Torres-Matovelle, 2019). Les autres éléments engendrant de la satisfaction dans l'étude de Torres-Matovelle (2019) sont les interactions sociales et les apprentissages. En effet, l'élément consistant à apprendre de nouvelles connaissances est également soulevé comme étant un élément encourageant les touristes à participer à une croisière. Ce paramètre est également mentionné dans l'étude de Cornejo-Ortega et al. (2018).

Cependant, la qualité de l'expérience de la croisière dépend, entre autres, de la qualité de l'information fournie par le guide, par la sensibilisation et par la satisfaction globale de la croisière (Cornejo-Ortega et al., 2018). Par exemple, les connaissances de la clientèle concernant la biodiversité marine s'avèrent limitées auprès des touristes dits « autonomes » (Queiroz et al. 2014). Ce type de touriste choisit sa destination et planifie son séjour de façon indépendante (sans agence de voyages) ; il le planifie avec l'aide d'informations disponibles

sur Internet (Péloquin, 2011). Ces touristes ne sont pas en mesure de soutenir les mouvements liés à la conservation des espèces marines, car ils n'ont pas les connaissances adéquates pour s'impliquer activement dans l'aspect de la conservation (Kerley et al., 2003). En effet, des gains sont à acquérir six mois après le passage du client, malgré le fait que la majorité des clients en sont à leur première expérience (Schuler & Pearson, 2019). De ce fait, la plupart des participants de cette étude ne sont pas en mesure de mentionner les règlements et les lignes directrices des croisières. Ainsi, la satisfaction se produit lorsqu'ils se trouvent proches d'une baleine, lors des sauts ou lors des moments d'alimentation. Une seconde section de l'étude de Cornejo-Ortega et al. (2018), amenant des résultats similaires, soulève que les paramètres « apprendre de l'information sur les baleines » est moins important que l'expérience en soit, par le fait qu'une partie de la clientèle n'a pas de connaissances à propos des cétacés. Elle préfère avoir une satisfaction plus élevée au niveau de l'expérience de la croisière. Néanmoins, l'insatisfaction émise vis-à-vis l'élément « apprendre de l'information sur les baleines » pour certains clients peut être marquée par le manque de spécialistes biologistes, ayant des connaissances sur la vie marine et les baleines, à bord des bateaux de croisières d'une coopérative (Cornejo-Ortega et al., 2018). Ce personnel en moins ne permet pas au client d'accroître ses connaissances sur les cétacés durant la croisière. L'étude de Queiroz et al. (2014) ne mentionne pas une quelconque satisfaction à propos de la protection et de la conservation. En effet, mis à part les paysages marins, ce sont les cétacés qui deviennent une seconde source d'attraction pour les touristes côtoyant la destination de l'archipel d'Açores. Les touristes sont généralement attirés par leur présence et leur apparition induit de la satisfaction lors des croisières d'observation des baleines.

L'étude de Torre-Matovelle (2019), comptant au total 340 répondants, met en lumière le nombre maximal de bateaux pouvant être dans l'aire d'observation des baleines tout en n'affectant pas la satisfaction des touristes lors de l'expérience. Ainsi, l'encombrement perçu n'affectant pas la satisfaction de la clientèle est égal ou inférieur à trois bateaux. Ainsi, un nombre de bateaux supérieur à trois sur le site d'observation influence négativement la satisfaction de la clientèle. L'étude de Moore et al. (2021) stipule qu'aucune limite n'a été imposée à propos du nombre de navires autour d'une seule baleine dans les mesures de

protection et de conservation, comparativement à l'étude de Torre-Matovelle (2019). De surcroît, la fréquence de la remontée à la surface des baleines diminue avec le nombre de bateaux de croisière ; un grand nombre de navires réduit la surface disponible permettant aux baleines de refaire surface (Torre-Matovelle, 2019). De ce fait, si des bateaux violent la réglementation liée à la préservation des baleines en s'approchant de la population de baleines lors de la croisière d'observation, le stress de la baleine peut être influencé négativement, ce qui réduit leur fréquence de remontée à la surface. Ces comportements peuvent généralement occasionner une augmentation du comportement d'évitement et de plus longs moments de plongée qu'à l'habitude. En conclusion, un nombre important de navires influence la remontée à la surface des baleines, en plus de diminuer la satisfaction de la clientèle.

2.4 OBJECTIF ET HYPOTHÈSE

À la lumière de la recension des écrits, les touristes effectuant des croisières d'observation de baleines sont globalement satisfaits lorsqu'il y a présence de mesures de protection et de conservation. La sensibilisation auprès de la clientèle engendre de la satisfaction, bien qu'elle pourrait être améliorée (Cornejo-Ortega et al., 2018). Cependant, la clientèle qui s'autoguide durant leur première expérience n'a pas nécessairement de connaissances à propos de la biodiversité marine (Queiroz et al., 2014). Cela laisse croire que lors de la création de leurs attentes quant aux mesures de protection et de conservation, ces touristes n'ont pas les connaissances nécessaires pour créer des attentes qui sont en concordance avec les mesures de protection et de conservation. La publicité des croisières, par l'entremise d'images sensationnelles, n'inclut pas les mesures de distanciation en vigueur, ce qui peut influencer les attentes de la clientèle (Onorato & Laflamme, 2013). De ce fait, l'objectif de ce mémoire vise à identifier la relation entre les attentes avant la croisière et le niveau de satisfaction de la clientèle vis-à-vis la protection et la conservation des espèces

lors des croisières d'observation des baleines du PMSSL (Figure 1). L'hypothèse retenue est la suivante :

H1 : La satisfaction est atteinte lorsque les croisières respectent les mesures de conservation et de protection des espèces marines.

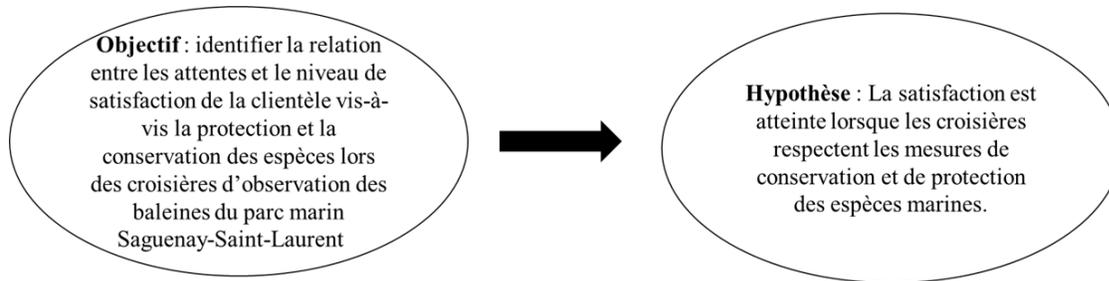


Figure 1. Présentation de l'hypothèse

CHAPITRE 3

MÉTHODOLOGIE

L'objectif du mémoire étant présenté, les détails quant à la méthodologie qui a permis d'atteindre cet objectif seront exposés. Ce chapitre est divisé en sept parties : 1) le devis de recherche, 2) l'échantillonnage, 3) la conception de l'instrument de mesure, 4) la collecte de données, 5) le prétest du questionnaire, 6) le traitement de données et 7) les considérations éthiques.

3.1 DEVIS DE RECHERCHE

3.1.1 Présentation du devis

L'objectif de ce mémoire consiste à identifier la relation entre les attentes et la satisfaction de la clientèle vis-à-vis les mesures de protection et de conservation lors des croisières d'observation des mammifères marins dans le PMSSL. Cette recherche est de nature quantitative, en effectuant un devis corrélationnel prédictif. Ce type de devis donne lieu à l'analyse de relations de dépendance ou d'interdépendance (d'Astous, 2019). Plus spécifiquement, lorsque les deux variables sont symétriques, ce type de devis permet d'établir si l'augmentation d'une des variables est liée de façon systématique à l'augmentation ou la diminution des valeurs de l'autre variable (d'Astous, 2019). C'est ainsi que la quantification des attentes et de la satisfaction de la clientèle quant à la conservation et la protection des espèces marines lors des croisières d'observation des mammifères marins est calculée. Afin de répondre à la question de recherche, une analyse corrélationnelle et une régression linéaire simple ont été réalisées. La première étudie le lien entre deux variables avec le coefficient de corrélation de Pearson, qui mesure l'intensité du lien linéaire entre deux variables (Morel,

1988). Lorsque le coefficient est égal à 1, il y a une corrélation positive parfaite. À l'inverse, un coefficient de -1 indique une corrélation négative parfaite (Voxco, 2022). Lorsque le coefficient est de 0, il n'existe aucune relation entre les deux variables (Voxco, 2022). Pour vérifier l'influence qu'ont les attentes sur la satisfaction, la régression linéaire simple permet d'étudier la relation entre la variable explicative (indépendante) et la variable dite expliquée (dépendante) (Houde, 2014). La régression propose un modèle explicatif qui s'appuie sur une prédiction de la variable dépendante en s'appuyant sur la variable indépendante (explicative) pour déceler comment l'une influence l'autre (Houde, 2014). Les résultats sont fondés sur une base de données secondaires d'une collecte de données antérieures.

3.1.2 Approche quantitative

Cette étude utilise la méthode quantitative. Le choix de cette méthode s'est avéré pertinent, considérant que la recherche se base sur des analyses statistiques (d'Astous, 2019).

3.1.3 Instrument de mesure

Dans l'objectif de quantifier les données, le type d'instrument de mesure employé dans le cadre de cette étude est un questionnaire autoadministré en deux sections à des moments définis. La première section a permis de recueillir des données à propos des attentes de la clientèle vis-à-vis les croisières d'observation des baleines en amont de la sortie en mer. La seconde section du questionnaire, distribuée à la suite de la croisière, avait pour objectif de mesurer la satisfaction immédiate et en évaluer les critères déterminants.

3.1.4 Échelles

3.1.4.1 Attentes

L'instrument de mesure employé pour cette variable est le questionnaire autoadministré. Les attentes composent la première section du questionnaire. La décision d'administrer le questionnaire en deux temps provient du souhait d'exécuter la récolte de données similairement à celle de Giroul en 1999. Aussi, les échelles de mesure sont souvent utilisées dans le cadre de recherche sur les croisières d'observation des baleines (Filby, 2015 ; Garcia-Cegarra et Pacheco, 2016 ; Littlejohn et al., 2016). C'est une échelle de type Likert, qui est utilisée pour quantifier cette variable (Garcia-Cegarra et Pacheco, 2017). Au total, ce sont quatre items qui sont proposés au client pour répondre à la question en lien avec les attentes des touristes vis-à-vis les mesures de protection et de conservation lors des croisières d'observation des mammifères marins dans le PMSSL. Le niveau d'importance du touriste vis-à-vis des affirmations à propos du respect de l'environnement du mammifère marin lors de l'excursion est quantifié pour évaluer leurs attentes. L'échelle varie de « pas important » à « essentiel ». Une analyse de fidélité de l'instrument a été effectuée, calculant l'alpha de Cronbach. Le coefficient de Cronbach pour la variable attentes est de 0,88.

3.1.4.2 Satisfaction

La satisfaction constitue la deuxième section du questionnaire. Dans le cadre de cette recherche, l'échelle de type Likert est aussi adoptée pour quantifier cette variable (Garcia-Cegarra et Pacheco, 2017). Au total, ce sont quatre items qui sont proposés au client pour répondre à la question en lien avec la satisfaction des touristes vis-à-vis les mesures de protection et de conservation lors de l'excursion. L'échelle varie d'« insatisfait » à « très satisfait ». Une analyse de fidélité de l'instrument a été effectuée, calculant l'alpha de Cronbach. L'alpha de Cronbach pour la variable satisfaction est de 0,91.

3.2 ÉCHANTILLONNAGE

3.2.1 Population

La population est composée de touristes ayant participé aux croisières d'observation des mammifères marins dans le PMSSL durant la haute saison touristique de l'été 2021, c'est-à-dire de la Saint-Jean-Baptiste à la fête du Travail. Cette période a été définie par les restrictions sanitaires qu'imposait la COVID-19, obligeant les entreprises de croisières d'observation des mammifères marins à réduire leur période de sortie en mer. Aussi, la population de cette étude a été déterminée selon une délimitation déterminée dans le parc marin. Les lieux d'embarcation des croisières d'observation des mammifères marins retenus dans le cadre de cette étude sont Baie-Sainte-Catherine, Tadoussac, Les Bergeronnes, Les Escoumins, l'Anse Saint-Étienne et l'Anse Saint-Jean.

3.2.2 Sélection des unités d'échantillonnage

Dans un premier temps, les unités d'échantillonnage ont été définies en effectuant une sélection aléatoire en trois temps. Tout d'abord, une sélection au hasard a eu lieu durant la période du 24 juin au 7 septembre 2021. Ensuite, un second tirage a été réalisé dans les trois strates des embarcations présentées plus bas, dans le but d'optimiser la représentation de la population dans ces trois différentes strates d'embarcation. Finalement, un dernier tirage a été réalisé dans l'ensemble des croisières de l'été 2021 durant la période ciblée (de la Saint-Jean-Baptiste à la fête du Travail) et selon les heures de départ établies par les entreprises.

Dans un second temps, le profil sociodémographique des répondants de la section un et de la section deux est décrit dans les prochains paragraphes. Pour commencer, le profil des répondants de la section un est exposé dans le tableau 1 ci-dessous. La description des répondants de cette section va comme suit. Le nombre total de répondants des croisières

d'observation des baleines est de 910 participants, comptant 519 femmes et 382 hommes. Il faut mentionner que deux répondants ont répondu « autre » à cette question et sept ont préféré ne pas indiquer leur genre. En ce qui a trait à leur âge, 24,9 % sont âgés entre 18 et 29 ans, 28,4 % entre 30 et 39 ans, 25,5 % entre 40 et 49 ans, 13,8 % entre 50 et 59 ans, 4,9 % entre 60 et 69 ans, 1 % âgé de 70 ans et plus et 1,4 % n'a pas répondu à la question. En ce qui concerne la scolarité, 0,8 % a complété le primaire, 15,2 % ont complété le secondaire, 29,1 % ont complété le niveau collégial, 30,2 % ont complété le niveau universitaire au premier cycle, 23,1 % ont complété le niveau universitaire au cycle supérieur et 1,6 % a préféré ne pas répondre à cette question. À propos du revenu familial brut, 3,7 % des répondants gagnent moins de 19 999 \$, 8,2 % gagnent entre 20 000 et 39 999 \$, 11,8 % gagnent entre 40 000 et 59 999 \$, 10,8 % gagnent entre 60 000 et 79 999 \$, 13,4 % gagnent entre 80 000 et 99 999 \$, 11,9 % gagnent entre 100 000 et 119 999 \$, 6,8 % gagnent entre 120 000 et 139 999 \$, 20 % gagnent 140 000 \$ et plus, et 13,4 % ont préféré ne pas répondre. Les répondants proviennent principalement du Canada à 98,8 %, 0,9 % vient de la France, 0,1 % d'Allemagne, 0,1 % du Danemark et 0,1 % des Pays-Bas.

Tableau 1
Description sociodémographique de l'échantillon de la section 1

Variables		Fréquence	Pourcentage
Genre	Femme	519	57,0
	Homme	382	42,0
	Autre	2	0,2
Âge	Je préfère ne pas répondre	7	0,8
	Entre 18 et 29 ans	227	24,9
	Entre 30 et 39 ans	258	28,4
	Entre 40 et 49 ans	232	25,5
	Entre 50 et 59 ans	126	13,8
	Entre 60 et 69 ans	45	4,9
	70 ans et plus	9	1,0
	Je préfère ne pas répondre	13	1,4
Scolarité	Primaire	7	0,8
	Secondaire	138	15,2
	Collégial	265	29,1
	Universitaire - 1 ^{er} cycle	275	30,2

	Variables	Fréquence	Pourcentage
	Universitaire - cycles supérieurs	210	23,1
	Je préfère ne pas répondre	15	1,6
Revenu	Moins de 19 999 \$	34	3,7
	Entre 20 000 et 39 999 \$	75	8,2
	Entre 40 000 et 59 999 \$	107	11,8
	Entre 60 000 et 79 999 \$	98	10,8
	Entre 80 000 et 99 999 \$	122	13,4
	Entre 100 000 et 119 999 \$	108	11,9
	Entre 120 000 et 139 999 \$	62	6,8
	140 000 \$ et plus	182	20,0
		Je préfère ne pas répondre	122
Pays	Canada	899	98,8
	France	8	0,9
	Allemagne	1	0,1
	Danemark	1	0,1
	Pays-Bas	1	0,1

En ce qui concerne la section deux, le tableau 2 permet de visualiser le profil sociodémographique des croisiéristes qui ont répondu à cette section. Le total des répondants s'élève à 697 participants, ce qui indique que 213 croisiéristes ont répondu à la section un, mais n'ont pas répondu à la deuxième section. Ce sont majoritairement des femmes qui ont répondu à cette section avec un nombre s'élevant à 408, contre 286 hommes. En termes d'âge, le nombre de répondants âgés de 18 à 29 ans s'élève à 165, ceux âgés de 30 à 39 ans se dénombrent à 194, 188 pour ceux âgés de 40 à 49 ans, 102 sont âgés de 50 à 59 ans et sept répondants sont âgés de 70 ans et plus. Trois participants n'ont pas mentionné leur âge. À propos de la scolarité des répondants, cinq d'entre eux ont terminé le primaire au niveau de leurs études, 96 ont terminé au niveau du secondaire, 206 ont terminé au niveau collégial, 222 ont terminé au niveau universitaire au premier cycle et 160 ont terminé au niveau universitaire au cycle supérieur. Huit répondants préféraient ne pas répondre à cette question. En ce qui a trait au revenu familial brut, les participants gagnant moins de 19 999 \$ s'élèvent à 3,2 %. Ceux gagnant entre 20 000 et 39 999 \$ s'élèvent à 7,7 %, ceux gagnant entre 40 000 et 59 999 \$ à 12,3 %, ceux gagnant entre 60 000 et 79 999 \$ à 10,3 %, ceux gagnant entre 80 000 et 99 999 \$ à 13,9 %, ceux gagnant entre 100 000 et 119 999 \$ à 12,3 %, ceux gagnant

entre 120 000 et 139 999 \$ à 7,6 % et ceux gagnant 140 000 \$ et plus s'élèvent à 20,5 %. De plus, 12,1 % ont préféré ne pas répondre à cette question. Finalement, l'origine des répondants correspond à 98,9 % du Canada, 0,7 % de la France, 0,1 % d'Allemagne, 0,1 % du Danemark et 0,1 % des Pays-Bas.

Tableau 2
Description sociodémographique de l'échantillon de la section 2

Variables		Fréquence	Pourcentage
Genre	Femme	408	58,5
	Homme	286	41
	Je préfère ne pas répondre	3	0,4
Âge	Entre 18 et 29 ans	165	23,7
	Entre 30 et 39 ans	194	27,8
	Entre 40 et 49 ans	188	27
	Entre 50 et 59 ans	102	14,6
	Entre 60 et 69 ans	33	4,7
	70 ans et plus	7	1
	Je préfère ne pas répondre	8	1,1
Scolarité	Primaire	5	0,7
	Secondaire	96	13,8
	Collégial	206	29,6
	Universitaire - 1 ^{er} cycle	222	31,9
	Universitaire - cycle supérieur	160	23
	Je préfère ne pas répondre	8	1,1
Revenu	Moins de 19 999 \$	22	3,2
	Entre 20 000 et 39 999 \$	54	7,7
	Entre 40 000 et 59 999 \$	86	12,3
	Entre 60 000 et 79 999 \$	72	10,3
	Entre 80 000 et 99 999 \$	97	13,9
	Entre 100 000 et 119 999 \$	86	12,3
	Entre 120 000 et 139 999 \$	53	7,6
	140 000 \$ et plus	143	20,5
	Je préfère ne pas répondre	84	12,1
Pays	Canada	689	98,9
	France	5	0,7
	Allemagne	1	0,1
	Danemark	1	0,1
	Pays-Bas	1	0,1

3.2.3 Méthode d'échantillonnage

La méthode d'échantillonnage choisie dans le cadre de cette étude est probabiliste. Cette recherche utilise un échantillonnage stratifié. Ainsi, la population échantillonnée est divisée en sous-groupes selon la taille des embarcations de croisière. Au total, ce sont trois tailles qui sont fixées, soit les petites (12 passagers et moins), les moyennes (entre 13 et 60 passagers) et les grandes (61 passagers et plus). La stratification par la taille des embarcations s'est inspirée de la littérature, telle que l'étude de Giroul (2000) et le suivi annuel de 2005 sur les activités en mer dans l'estuaire du Saint-Laurent (Robert et al., 2006). Ainsi, les strates utilisées par Giroul (2000) ont guidé la création de celles utilisées dans cette étude. Cependant, quelques modifications ont été effectuées par l'équipe de recherche, inspirées par la composition de la flotte et des caractéristiques des embarcations en service à l'été 2021. Cette méthode a permis de considérer la taille des bateaux de croisières selon le choix de la clientèle, dans le but que toutes les catégories d'embarcation soient représentées dans l'échantillon sans qu'une surreprésentation soit évidente auprès des embarcations comportant une plus grande quantité de participants (61 passagers et plus) que les plus petites embarcations.

3.2.4 Cadre d'échantillonnage

En plus de la stratification, l'échantillonnage en grappes a été utilisé, ce qui signifie que l'ensemble des croisières d'observation de la saison estivale de 2021 a été divisé en grappes. Ceci a permis de contrer l'absence d'une liste dressant l'ensemble des participants des croisières. Ainsi, la population a été partagée en sous-groupes (en grappes), afin que ces derniers soient mutuellement exclusifs et exhaustifs (Malhotra et al., 2010). Ensuite, une sélection aléatoire s'est faite pour déterminer les croisières faisant partie de l'échantillon.

3.2.5 Taille de l'échantillon

Dans l'objectif de définir la taille de l'échantillon, une précision a été déterminée s'élevant à 3,5 % ainsi qu'un niveau de confiance de 95 %. La formule suivante a été utilisée afin de calculer la taille de l'échantillon (Malhotra et al., 2010) :

$$x \pm 1,96 \sqrt{\frac{P(100\% - P)}{n}}$$

Où

x = précision attendue (%)

n = taille de l'échantillon

p = proportion résultant d'une catégorie de la variable (%).

La taille de l'échantillon qui était attendue est de 784 répondants. Cependant, certains individus ne souhaitaient pas répondre au sondage, ce qui a créé un biais à l'étude (d'Astous, 2019). Le nombre de répondants souhaité était donc compromis par ce biais. Ainsi, il suffit d'ajuster le nombre de répondants à la quantité de non-réponses pouvant être reçue. Dans le cadre de cette étude, le total de non-réponses s'est basé sur une valeur provenant de l'étude de Giroul (2000), considérant que la population et les objectifs de cette présente recherche sont similaires à cette étude. Le nombre de non-réponses s'élevait à 59,8 %, ce qui propose d'avoir au minimum 1 950 participants pour atteindre la quantité de participants souhaitée à l'étude.

3.3 CONCEPTION DE L'INSTRUMENT DE MESURE

La forme de l'enquête pour la collecte de données de la recherche est en format Web, permettant l'accessibilité du questionnaire à partir du téléphone mobile des répondants. Les données ont été collectées avec l'aide de Jotform, une plateforme pour la formation de sondage en ligne, et la gestion de messagerie Mailchimp. Dans ce cas-ci, la deuxième section du questionnaire et les notes de rappel incitant à remplir la section se sont envoyées de manière automatisée. Ceci a permis de réduire le temps de la collecte de données et a acheminé rapidement les réponses des participants, tout en supprimant automatiquement la transcription manuelle des données.

Considérant le contexte particulier de la pandémie, le format Web a été retenu pour cette enquête lors de la récolte de données. Le format papier a tout de même été une option possible, tout en respectant les mesures sanitaires en vigueur durant l'été 2021. Ce format s'est en effet avéré pertinent pour les participants n'ayant pas suffisamment de données mobiles, qui ne possédaient pas d'appareil pour répondre au questionnaire ou pour les voyageurs internationaux qui n'avaient pas accès à l'Internet avec leur appareil.

Le questionnaire était disponible en deux langues, soit en anglais et en français. Le temps pour répondre au questionnaire variait de cinq à dix minutes. Le but était qu'il soit le plus court possible, dans l'objectif de recevoir un haut taux de réponse.

3.4 COLLECTE DE DONNÉES

3.4.1 Administration du questionnaire

Dans un premier temps, la première section a été distribuée aux participants de la croisière avant l'embarquement, soit environ 35 à 60 minutes avant l'heure de l'embarquement. Celle-ci devait être complétée avant le début de la croisière. Tout d'abord, la chercheuse introduisait le contexte de la recherche au participant. Ensuite, le participant

numérisait un code QR avec l'aide de son téléphone cellulaire, qui lui permettait d'accéder à la page Web de cette première section. Au total, ce sont 910 participants qui y ont répondu. Une fois la première section complétée et envoyée, le système de gestion de la messagerie enregistrait leur adresse courriel pour envoyer la seconde section. Les réponses étaient enregistrées dans un document Excel de type Google Sheet. Pour les participants qui répondaient au questionnaire en version papier, ils devaient rendre leur copie directement à la chercheuse, qui retranscrivait les données sur place afin que le système de messagerie prenne en charge ce participant.

Dans un second temps, une seconde section a été envoyée par courriel une fois que la première section était remplie et envoyée. Au total, ce sont 697 participants qui ont répondu à cette section. Il pouvait cependant avoir un léger délai de réception selon le lieu du participant. En ce qui concerne les participants qui avaient rempli une version papier à la première section, une version papier lui était remise dès leur arrivée de la croisière pour répondre à la seconde section. Pour ceux ayant effectué la version en ligne, la chercheuse s'assurait auprès des participants d'avoir la confirmation qu'ils avaient reçu la deuxième section en ligne à la suite de la croisière. Le participant disposait de 24 heures pour la compléter, mais il était recommandé de la remplir immédiatement après l'activité. Lorsque le participant ne répondait pas immédiatement à la section après la croisière, un courriel de rappel était envoyé automatiquement 12 heures après l'envoi du lien. Un second rappel était envoyé automatiquement 10 heures après le dernier courriel, si le participant n'avait toujours pas répondu à la seconde section. Si un répondant remplissait immédiatement la seconde section à la fin de l'expérience, un incitatif leur était remis.

3.4.2 Incitatif

Une fois que le participant terminait de répondre au questionnaire, un petit incitatif lui était offert immédiatement après la croisière, soit une carte postale, un porte-clés, une casquette, etc. Ceci était possible grâce à la collaboration de la Sépaq et de Parcs Canada.

Pour les grandes embarcations, un tirage était effectué sur l'ensemble des participants environ 15 minutes avant la fin de la croisière. Les gagnants étaient mentionnés au microphone afin qu'ils recueillent leur prix au point de rencontre annoncé.

3.5 PRÉTEST DU QUESTIONNAIRE

Un prétest du questionnaire, comptant une quinzaine de participants, a été effectué pour déterminer les questions qui pouvaient être mal comprises lors de la distribution des questionnaires et pour éviter que le questionnaire soit trop long. Les répondants de ce prétest avaient les mêmes caractéristiques que ceux formant la population étudiée dans le but de pouvoir cerner les problèmes qui pouvaient surgir lors de la récolte de données. Cette étape a permis d'identifier qu'il était essentiel de diminuer la longueur des sections, d'améliorer la formulation de quelques questions et de régler quelques problématiques liées au gestionnaire de messagerie, comme les sections et les rappels non reçus.

3.6 TRAITEMENT DE DONNÉES

Cette section vise à identifier les analyses statistiques qui ont été effectuées. Tout d'abord, les données ont été compilées dans un fichier Excel et ont ensuite été importées dans le logiciel SPSS Statistics version 28. Considérant que le logiciel ne pouvait pas éliminer les doublons lors de l'importation des données d'un format Excel (.xls) en format SPSS (.sav), un travail manuel a été nécessaire pour les éviter. Ces doublons pour une même section du questionnaire ont été rejetés en utilisant les courriels des participants comme identifiant. Finalement, les données ont été codifiées et numérisées pour effectuer les analyses.

Dans le cadre de ce mémoire, les paramètres de protection et de conservation des espèces marines ont été sélectionnés dans la base de données, ayant pour but d'identifier la relation entre la satisfaction et les attentes de la clientèle vis-à-vis ces paramètres.

3.7 CONSIDÉRATION ÉTHIQUE

Cette partie de la méthodologie présente les modalités mises en place ayant pour objectif que cette recherche soit éthique auprès des êtres humains lorsque les sections du questionnaire ont été distribuées. Conformément à la Politique d'éthique de la recherche avec des êtres humains de l'UQAR (C2-D32) et selon les exigences du Comité d'éthique de la recherche de Santé Canada et de l'Agence de la santé publique du Canada, les participants de la recherche doivent absolument être âgés de 18 ans et plus pour que le participant ait un consentement éclairé lorsqu'il décide de participer (Gouvernement du Canada, 2022). La participation à l'étude se fait sur une base volontaire. Les informations du participant restent en tout temps anonymes et confidentielles et le traitement des renseignements personnels reste confidentiel, respectant leur vie privée. De plus, les participants peuvent se désister à tout moment lors du sondage. Considérant que l'enquête s'est effectuée en ligne, cela a permis au répondant de se désengager rapidement et de manière anonyme du processus d'enquête. Certains types d'individus ont été exclus de l'échantillon lors de la distribution, tels que les employés des compagnies de croisières, de Parcs Canada, les groupes scolaires et les chercheurs. Cela a permis de réduire les risques liés aux biais, qui auraient pu surgir par conflit d'intérêts, et ainsi maintenir une certaine homogénéité des profils et des intentions des participants.

CHAPITRE 4

RÉSULTATS

Les résultats de l'analyse de la corrélation et l'analyse de régression linéaire simple, mentionnées dans la méthodologie, sont dévoilés dans cette section. Les données collectées lors des 84 croisières échantillonnées sont présentées.

En effet, plusieurs analyses ont été réalisées auprès des variables, soit la satisfaction et les attentes de la clientèle face aux mesures de protection pendant les croisières d'observation des mammifères marins. Tout d'abord, des analyses descriptives pour les deux variables ont été effectuées de façon distincte. Ensuite, les résultats de l'analyse corrélationnelle ainsi que de l'analyse de la régression linéaire sont exposés. Ces analyses sont détaillées dans les prochains paragraphes en présentant les résultats de chacune d'entre elles.

4.1 ANALYSES DESCRIPTIVES

Les statistiques descriptives ont comme principale fonction de décrire les données étudiées. Cette description transparait au travers de leur présentation graphique (histogramme, diagramme en bâtons, etc.) et des valeurs calculées, telles que la moyenne, la médiane et les quartiles (Massilya, s.d.). Les analyses descriptives pour chacune des variables sont révélées dans les sections ci-dessous.

4.1.1 Attentes

La première variable traitée est celle des attentes de la clientèle face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières. Cette variable a été mesurée auprès de la clientèle dans la section un du questionnaire distribué avant l'embarcation.

Les résultats des analyses descriptives sont exposés dans le tableau 3. Ces analyses font ressortir les moyennes et les écarts-types de la variable des attentes, en plus de faciliter la visualisation de la distribution des données.

Tableau 3
Statistiques descriptives de la variable indépendante (n=910)

	Moyenne (/4)	Écart-type
Attentes face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières	3,53	0,49

4.1.2 Satisfaction

La seconde variable étudiée est la satisfaction face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières. Cette variable a été mesurée auprès de la clientèle dans la section deux du questionnaire distribué à la suite de l'excursion.

Les résultats des analyses descriptives sont exposés dans le tableau 4. Ces analyses font ressortir les moyennes et les écarts-types de la variable satisfaction, en plus de faciliter la visualisation de la distribution des données.

Tableau 4
Statistiques descriptives de la variable dépendante (n=697)

	Moyenne (/4)	Écart-type
Satisfaction face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières	3,53	0,52

4.2 ANALYSES STATISTIQUES

4.2.1 Corrélation de Pearson

Le tableau 5 présente les résultats obtenus avec la corrélation de Pearson entre les variables « attentes » et « satisfaction » face aux mesures de protection des baleines pendant l'excursion. Cette analyse corrélationnelle permet de visualiser l'intensité du lien qui existe entre ces variables et le sens de la corrélation linéaire entre ces deux variables. Grâce à cette analyse, il est possible de soulever une corrélation significative, faible et positive ($r=0,11^{**}$) entre la variable satisfaction et la variable des attentes face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières.

Tableau 5
Corrélation entre les variables

Variable	1	2
1. Satisfaction face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières	1	0,11**
2. Attentes face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières		1

** La corrélation est significative lorsque $p < 0,01$ (bilatéral).

4.2.2 Régression linéaire

Le tableau 6 met en lumière les résultats de la régression linéaire simple, afin de soulever les liens existants entre la satisfaction face aux mesures de protection des baleines pendant l'excursion (variable dépendante) et les attentes face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières (variable indépendante). Ainsi, il est possible de constater que la relation entre les attentes et la satisfaction face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières est positive et significative, mais demeure faible. Le pourcentage

d'explication de la régression est de 1,3 %. La valeur du $R^2=0,013$, du $F=8,89$ avec un $p=0,03$.

Selon ce faible pourcentage d'explication qui n'est pas significatif, ces valeurs dénotent que les attentes face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières expliquent faiblement la satisfaction de la clientèle face aux mesures de protection des baleines pendant l'excursion.

Tableau 6
Analyse de régression linéaire simple

	Bêta	Sig.
Constante		<0,001
Attentes face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières	0,11	0,003

*Variable dépendante : satisfaction face aux mesures de protection des baleines pendant les croisières total

CHAPITRE 5

DISCUSSION

Maintenant que les résultats ont été présentés, il est de mise de créer des liens entre ceux-ci et la littérature exposée dans le chapitre 2. Ce chapitre 5 expose donc ces liens en commençant avec un rappel de l'objectif et de l'hypothèse de l'étude. Ensuite, une interprétation plus approfondie des résultats est au cœur de ce chapitre, permettant par la suite d'exposer l'apport théorique et l'apport pratique de l'étude. Finalement, les limites de l'étude sont décrites et des pistes de recherche sont brièvement développées.

5.1 RAPPEL DE L'OBJECTIF ET DE L'HYPOTHÈSE DE RECHERCHE

L'objectif de ce mémoire est d'identifier la relation entre les attentes et le niveau de satisfaction de la clientèle concernant la protection et la conservation des espèces marines lors des croisières d'observation des baleines du PMSSL. En s'appuyant sur la recension des écrits, une hypothèse a été soulevée. Cette hypothèse indique que la satisfaction est atteinte lorsque les croisières respectent les mesures de conservation et de protection des espèces marines.

5.2 INTERPRÉTATION DES RÉSULTATS

L'hypothèse de cette recherche est confirmée. Les résultats de l'analyse corrélationnelle indiquent qu'il existe une corrélation positive et significative, mais faible, entre les attentes et la satisfaction. En effet, les attentes de la clientèle concernant la

conservation et la protection des espèces marines lors des croisières d'observation des baleines ont un lien avec la satisfaction des touristes lors de leur sortie en mer. Cependant, la faible relation entre les variables, révélée par la régression linéaire simple, indique que les attentes n'expliquent pas de façon optimale la satisfaction de la clientèle. Les études de Queiroz et al. (2014), Cornejo-Ortega et al. (2018) et de Tepsich et al. (2020) révèlent des résultats similaires à propos de la relation entre les attentes et la satisfaction des touristes vis-à-vis la conservation et la protection des espèces marines lors des AOM.

Tout d'abord, le lien significatif et positif entre les attentes et la satisfaction indique qu'il existe un lien entre ces deux variables. Ceci soulève donc que les attentes expliquent la satisfaction. Selon l'étude de Tepsich (2020), la clientèle est satisfaite du respect de la réglementation concernant la distance entre les bateaux et les baleines lors des croisières d'observation des baleines. Aussi, la sensibilisation auprès de la clientèle à propos de la conservation et la protection des espèces marines est présente lors des croisières, en plus des activités d'interprétation parfois offertes lors de l'AOM, bien que ces deux aspects pourraient être améliorés (Cornejo-Ortega et al., 2018). De plus, la satisfaction est aussi possible lorsque la clientèle adhère aux mesures de distanciation entre l'embarcation et la baleine (Tepsich et al., 2020). Ces faits indiquent que l'acquisition de connaissances à propos de la protection et de la conservation des espèces marines contribuerait à la formation des attentes des touristes, en plus d'occasionner de la satisfaction lorsque les mesures sont respectées lors des croisières d'observation des baleines. Ceci démontre possiblement que les attentes pourraient expliquer la satisfaction lorsqu'il y a de la sensibilisation. L'étude de Hoarau et al. (2020) expose que si un effort constant est fait en ce qui concerne la sensibilisation des mesures de protection et de conservation, des changements de comportements significatifs peuvent surgir auprès des touristes qui ont vécu plus d'une expérience de sortie en mer.

Cependant, selon les résultats de la régression linéaire simple, la variable des attentes face aux mesures de protection des baleines pendant l'excursion explique faiblement la variable de satisfaction face aux mesures de protection des baleines pendant l'excursion. L'étude de Cornejo-Ortega et al. (2018) propose que la clientèle préfère avoir une satisfaction

plus élevée en ce qui a trait à l'expérience de la croisière plutôt que l'acquisition de connaissances lors de l'activité. Aussi, les touristes appelés « autonomes » (Queiroz et al. 2014), c'est-à-dire qui planifient leur destination de façon indépendante selon les informations accessibles sur Internet (Péloquin, 2011), ont des connaissances limitées à propos de la vie marine et de la protection et de la conservation des espèces marines (Queiroz et al. 2014). Dans ce cas, ce type de tourisme ne peut pas soutenir les mouvements de protection et de conservation (Kerley et al., 2003). Ces faits indiquent que la clientèle vivant sa première expérience en mer n'a pas suffisamment de connaissances pour former des attentes. Elle ne serait pas en mesure de créer des attentes quelconques vis-à-vis les mesures de conservation et de protection. Le faible niveau d'explication des attentes vis-à-vis la satisfaction pourrait potentiellement s'expliquer par le manque de connaissances de ces touristes. L'étude de Schuler et Pearson (2019) insiste sur le fait qu'il y a encore des gains à acquérir en termes de sensibilisation.

Aussi, les répondants de l'étude de Howard et Parsons (2006) croient que la publicité télévisée représente le meilleur outil pour acquérir des connaissances à propos des mesures de protection et de conservation de la vie marine. Ces publicités ne sont pas suffisamment exhaustives pour présenter la réalité des mesures de protection appliquées lors des croisières. Aussi, l'utilisation d'images sensationnelles pour la promotion des croisières, présentant des scénarios arrivant peu fréquemment, tels que voir une queue de baleine hors de l'eau ou un saut de baleine (Onorato & Laflamme, 2013), suggère que le client vivant sa première croisière base ses attentes sur ces images. Ce dernier pourrait croire que l'observation s'effectue tout près du mammifère marin, alors que cela peut se révéler faux si une mesure de distanciation est en vigueur. En effet, l'embarcation doit se maintenir à 400 mètres de distance lors de l'apparition d'une espèce en voie de disparition et à 200 mètres lorsqu'une espèce en péril surgit dans le PMSSL (Gouvernement du Canada, 2002).

5.3 APPORT THÉORIQUE DE L'ÉTUDE

Cette étude permet l'élargissement de la littérature dans le secteur touristique maritime et côtier, plus précisément dans un cadre d'AOM. Cette recherche se concentre sur les croisières d'observation des baleines et s'intéresse à la relation entre les attentes des croisiéristes avant leur embarquement et leur satisfaction immédiate à la suite de l'activité à propos de la protection et de la conservation des espèces marines. Cette étude contribue à cerner la relation qui existe entre ces deux variables.

5.4 APPORT PRATIQUE DE L'ÉTUDE

À propos de la pertinence sociale, les résultats sont intéressants pour les gestionnaires et les croisiéristes du parc, qui peuvent adapter leurs actions dans le but d'accroître les attentes et la satisfaction des participants vis-à-vis la protection et la conservation des espèces marines. Elle permet de définir le rôle de la clientèle vis-à-vis les croisières et son influence sur ces dernières à propos des aspects de conservation et de protection. Pour les gestionnaires, cette étude suggère de ne pas seulement considérer la conservation et de protection des espèces marines pour mesurer la satisfaction de la clientèle lors des croisières d'observation de baleines. Seule une faible proportion des attentes explique la satisfaction. Ainsi, le gestionnaire du parc marin devrait considérer une autre variable des croisières pour être en mesure d'identifier celle qui génère une plus grande satisfaction. Aussi, les gestionnaires pourraient s'assurer de la sensibilisation des touristes à propos des mesures de protection et de conservation avant et pendant les croisières. Ceci concorderait avec le développement de croisières durables, considérant que l'ensemble des participants serait informé quant aux mesures. Également, le besoin des touristes curieux et soucieux de l'environnement et souhaitant se renseigner serait satisfait.

5.5 LIMITES DE L'ÉTUDE

La collecte de données s'est effectuée lors de l'été 2021, en post-confinement de la période de COVID-19. Les mesures de santé publique ont eu un impact sur la collecte. Tout d'abord, la fermeture des frontières canadiennes a fait en sorte que l'origine des touristes n'est pas la même qu'en temps hors pandémie. L'étude de Giroul (2000), qui étudie aussi les attentes et la satisfaction de la clientèle des croisières d'observation des baleines au PMSSL, démontre que les touristes des croisières ont un fort souci pour la protection du milieu marin, en plus de ressentir que l'équipage protège les mammifères marins. Le contexte pandémique a restreint la possibilité d'obtenir des résultats similaires à cette étude, voire même d'obtenir des résultats se rapprochant d'une satisfaction plus élevée considérant le grand écart de temps entre l'étude de Giroul (2000), l'étude ci-présente et l'évolution des idéologies environnementales à propos du tourisme durable.

La collecte de données effectuée à bord de la strate des embarcations de 61 passagers et plus était beaucoup plus complexe que celle effectuée sur les embarcations de 13 à 60 passagers et de 12 passagers et moins. Une première difficulté s'est dressée dès l'arrivée au quai d'embarquement, puisque le départ pour une même croisière s'effectuait souvent en deux temps (sur deux quais différents). Comme les gestionnaires des excursions n'étaient pas en mesure de mentionner le quai où se trouvait le plus grand nombre de passagers, il arrivait que plus de la moitié des participants potentiels ne soient pas abordés pour la première section du questionnaire puisqu'ils ne se trouvaient pas sur le même quai d'embarquement que la chercheuse. De plus, dans un contexte où les passagers arrivaient à des moments différents (parfois seulement cinq minutes avant le départ) et pouvant être nombreux dépendamment de l'embarcation, il s'agissait d'un défi de pouvoir aborder le plus de gens possible sur le quai d'embarquement.

5.6 PISTES DE RECHERCHE

La relation entre les attentes et la satisfaction a été mesurée avec le paramètre de la conservation et de la protection des espèces marines. Les résultats de cette recherche soulignent qu'il y a un lien significatif faible entre ces variables. Il serait pertinent de déterminer quelles mesures de conservation et de protection des espèces marines (ex. distanciation entre les bateaux et les baleines, le nombre de bateaux affectant la satisfaction des touristes, la réduction du bruit lors de l'approche d'une baleine, etc.) expliquent ce faible lien. Pour ce faire, il serait intéressant d'évaluer la relation entre chacune des mesures du parc marin et les attentes des touristes, ainsi que la relation entre chacune des mesures et la satisfaction de la clientèle.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Cette recherche a permis de déterminer la relation entre les attentes et la satisfaction quant à la protection et la conservation des espèces marines. Le devis corrélationnel prédictif laisse place à la quantification de la relation entre ces deux variables. L'hypothèse a été confirmée, en plus d'affirmer une corrélation significative, mais faible. Cependant, les attentes expliquent faiblement la satisfaction de la clientèle quant à la protection et la conservation des espèces marines lors des croisières d'observation des baleines. Il est possible de croire que cette faible relation s'explique par la publicité des croisières d'observation des baleines, qui s'effectue par l'entremise d'images sensationnelles. Cependant, ces images représentent peu la réalité de ces activités en mer. Ainsi, la clientèle dite « autonome » et vivant sa première expérience ne possède pas toujours des connaissances à propos des mesures de protection et de conservation et se base sur cette publicité pour créer ses attentes envers les croisières d'observation des mammifères marins.

Cette étude a permis d'agrandir les connaissances quant au tourisme maritime, en plus d'élargir la littérature à propos de la relation entre la satisfaction et les attentes quant à la conservation et la protection des espèces marines lors des croisières. Elle donne l'occasion de soulever que certains éléments pourraient possiblement être améliorés pour accroître la relation entre ces deux variables. Aussi, elle identifie le rôle que la clientèle joue quant au maintien de croisières écoresponsables et durables.

Cependant, la période de la collecte de données étant lors du post-confinement de la COVID-19, la prise de données n'est pas représentative d'une haute saison habituelle des croisières. Le nombre de touristes internationaux est habituellement plus élevé. De plus, le déroulement de la collecte de données devient une limite de l'étude pour les navires comptant 61 passagers et plus. Cette limite s'explique par le fait que la chercheuse ne se trouvait pas

nécessairement au quai de départ qui comptait le plus grand nombre de participants et que les gestionnaires n'étaient pas en mesure de mentionner quel quai contenait le plus de passagers. Ceux qui ne se trouvaient pas au même quai que la chercheuse ne répondaient pas à la première section du questionnaire, ce qui réduisait le nombre de répondants.

Les résultats sont intéressants pour les gestionnaires et les croisiéristes du parc, qui peuvent adapter leurs actions pour accroître les attentes et la satisfaction des croisiéristes à propos de la protection et de la conservation des espèces marines. Dans un premier temps, le rôle de la clientèle est défini en ce qui concerne les croisières et l'influence qu'elle a lors de ces dernières. Aussi, il est proposé au client de se documenter avant et pendant la croisière à propos des mesures de protection et de conservation en vigueur lors des croisières d'observation des mammifères marins. Pour les gestionnaires, les résultats leur proposent de ne pas seulement considérer la variable de conservation et de protection des espèces marines pour mesurer la satisfaction de la clientèle lors des AOM et d'accroître la sensibilisation auprès de la clientèle à propos des mesures de protection et de conservation pour augmenter le nombre de clients engagés envers celles-ci.

Constatant une faible relation entre les attentes et la satisfaction de la clientèle quant à la protection et la conservation des espèces marines, il serait préférable de découvrir quelles sont les mesures de protection et de conservation qui conduisent à la faible relation entre les attentes et la satisfaction. Les pistes de recherche proposées seraient d'évaluer la relation entre les attentes des touristes et chacune des mesures de protection et de conservation, ainsi que la relation entre la satisfaction et chacune des mesures. Ceci permettrait d'identifier quelles mesures entraînent cette faible relation.

En conclusion, il est de mise de perfectionner la sensibilisation à propos des mesures de protection et de conservation des espèces marines, et ce, tout particulièrement auprès de la clientèle vivant leur première expérience. La relation entre les attentes et la satisfaction serait forcément plus élevée.

ANNEXE
QUESTIONNAIRE

Section 1
Avant l'excursion

Le choix de votre excursion

- 1- Avez-vous déjà participé à une excursion d'observation des mammifères marins ? Si oui, combien de fois? *
 - Non, c'est la première fois
 - Oui, une à trois fois
 - Oui, quatre fois et plus

- 2- Connaissez-vous l'Alliance Éco-Baleine? *
 - Non
 - Je connais un peu
 - Je connais très bien

- 3- Quelles sources d'information vous ont amené à choisir cette activité? (2 choix maximum) *
 - Site Internet spécialisé en tourisme régional
 - Site Internet de l'entreprise
 - Publication sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, etc.)
 - Autre publicité (dépliants, journaux, radio, télévision, etc.)
 - Bouche-à-oreille (parents, amis, etc.)

- 4- Quels sont les facteurs qui ont le plus orienté votre choix d'excursion en mer? (3 choix maximum) *

- Taille du bateau (nombre de passagers)
- Confort et services offerts
- Aspect sécuritaire de l'embarcation
- Proximité des contacts avec les animaux parce que le bateau est bas sur l'eau
- Présence d'un guide-naturaliste à bord
- Prix
- Réputation de l'entreprise
- Caractéristiques de la croisière
- Suggestion d'un parent, d'un ami ou autre
- Hasard
- Ce n'est pas moi qui ai choisi

5- Votre choix de compagnie d'excursion a-t-il été motivé par des considérations environnementales? *

- Oui
- Non

6- Lequel de ces indicateurs vous a permis d'orienter votre choix vers une croisière écoresponsable? *

- J'ai choisi cette compagnie, car elle fait partie de l'Alliance Éco-Baleine
- J'ai choisi cette compagnie, car elle s'affiche comme étant respectueuse de l'environnement marin
- J'ai choisi cette compagnie, car elle a la réputation d'être respectueuse de l'environnement marin
- Aucun de ces choix

Vos attentes par rapport à l'excursion

7- Que recherchez-vous dans votre expérience d'excursion en mer? Indiquez le niveau d'importance que vous accordez à chacun des éléments suivants. *

	Pas important	Peu important	Important	Essentiel
Acquérir des connaissances sur l'environnement marin, les baleines et la région				
Faire une excursion en bateau procurant des émotions fortes				
Relaxer et me détendre dans un milieu naturel				
Découvrir des endroits, des sites nouveaux				
Rencontrer des gens qui partagent mes intérêts pour la nature				
Vivre l'expérience unique de la rencontre avec les baleines				

8- Concernant l'observation des mammifères marins et de leur environnement, indiquez le niveau d'importance que vous accordez à chacun des éléments suivants. *

	Pas important	Peu important	Important	Essentiel
Voir des baleines peu importe la distance				
Voir des baleines de très près				
Voir des comportements spectaculaires comme des sauts, une queue, etc.				
Être dans un site naturel peu achalandé				
Sentir un souci de protection des animaux de la part de l'équipage				
Voir des baleines dans un contexte de respect de ces mammifères				

Vos attentes par rapport au service d'interprétation

9- En ce qui a trait à l'intervention de votre guide-naturaliste, quelle importance accordez-vous à chacun des rôles suivants? *

	Pas important	Peu important	Important	Essentiel
Guider et orienter, vous indiquer où, quoi et comment observer				
Informé sur la vie des baleines, sur l'environnement, sur la région				
Informé sur les comportements sociaux des baleines (soins parentaux, communication, socialisation, etc.)				
Sensibiliser à la réalité des baleines et de l'environnement (menaces, etc.)				
Indiquer quoi faire pour favoriser la protection de l'environnement et des baleines (réglementation, etc.)				
Laisser des moments de silence pour contempler par vous-même				
Répondre à vos questions et préoccupations				
Partager un souci pour l'environnement				
Informé sur les savoirs et légendes des Premières Nations sur les mammifères marins				

Vos attentes et votre perception de l'environnement

10- Quelles sont vos attentes face aux mesures de protection des baleines pendant l'excursion? *

	Pas important	Peu important	Important	Essentiel
Que la présence du bateau ne nuise pas aux baleines (distance respectueuse)				

Que le bruit du moteur ne dérange pas les baleines				
Qu'il n'y ait pas trop de bateaux autour d'une baleine				
Que l'embarcation ne reste pas trop longtemps autour d'une même baleine				
Que la vitesse soit réduite en approche d'une baleine				

11- À quelle catégorie de territoire correspond le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent selon la réglementation provinciale? *

- Aire marine protégée
- Réserve aquatique
- Habitat faunique d'une espèce menacée ou vulnérable
- Je ne sais pas

12- Quelle est la distance réglementaire entre une embarcation et une baleine (excepté les espèces en péril) pour limiter son dérangement? *

- Au moins 50 mètres (environ 165 pieds)
- Au moins 100 mètres (environ 330 pieds)
- Au moins 200 mètres (environ 650 pieds)
- Au moins 400 mètres (environ 1310 pieds)

13- Quiz

	Vrai	Faux	Je ne sais pas
Une aire marine protégée est un territoire délimité visant la protection à court terme de l'environnement			
Une aire marine protégée est une zone où les ressources (ex: poissons) peuvent être exploitées			
En 2020, le Québec comptait 30 % d'aires marines protégées dans le Saint-Laurent			

Votre profil sociodémographique

14- À quel genre vous identifiez-vous? *

- Femme
- Homme
- Autre
- Je préfère ne pas répondre

15- Quel âge avez-vous? *

- entre 18 à 29 ans
- entre 30 et 39 ans
- entre 40 et 49 ans
- entre 50 et 59 ans
- entre 60 et 69 ans
- 70 ans et plus
- Je préfère ne pas répondre

16- Quel est votre lieu de résidence?

Ville _____
Province/État _____
Pays _____

17- Quel est votre dernier niveau de scolarité complété? *

- Primaire
- Secondaire
- Collégial
- Universitaire - Premier cycle
- Universitaire - Cycle supérieur
- Je préfère ne pas répondre

18- Dans quelle catégorie se situe votre revenu familial brut en dollars canadiens? *

- Moins de 19 999\$
- Entre 20 000 et 39 999\$

- Entre 40 000 et 59 999\$
- Entre 60 000 et 79 999\$
- Entre 80 000 et 99 999\$
- Entre 100 000\$ et 119 999\$
- Entre 120 000 et 139 999\$
- 140 000\$ et plus
- Je préfère ne pas répondre

Adresse courriel * _____

Notez que votre adresse servira uniquement à vous faire parvenir la suite de l'enquête et à vous contacter si vous êtes le gagnant ou la gagnante du tirage final.

Merci d'avoir complété la première section de notre formulaire.

Section 2

Au retour de l'excursion

Les caractéristiques générales de votre excursion

1- Comment étaient les conditions météorologiques (température, précipitation, vent)? *

- Confortables
- Inconfortables

2- Comment avez-vous trouvé la durée de la croisière? *

- Trop courte
- Adéquate
- Trop longue

Évaluation générale de l'expérience

3- À quel point êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants? *

	Totalement en désaccord	Plutôt en désaccord	Ni en accord, ni en désaccord	Plutôt d'accord	Totalement d'accord
Je suis content(e) d'avoir choisi cette destination touristique					
Je suis enchanté(e) de me trouver dans la zone protégée du parc marin					
L'expérience d'observation en mer a dépassé mes attentes					
Je suis heureux(se) d'avoir fait la rencontre des baleines dans le parc marin					

4- Comment évaluez-vous les aspects suivants de votre expérience? *

	Insatisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Croisière dans son ensemble				
Courtoisie des membres d'équipage				
Nombre de passagers sur le bateau				
Comportement des autres passagers				
Achalantage du site par d'autres embarcations				

5- Comment évaluez-vous les aspects suivants des conditions de l'excursion? *

	Insatisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Rapport qualité/prix				
Type de bateau choisi				
Présentation de la croisière (itinéraire, horaire, etc.)				
Services de restauration et autres commodités (toilettes, etc.)				
Équipements disponibles (vêtements, veste de flottaison, etc.)				
Présentation des mesures de sécurité du bateau				
Déplacements, la vitesse, la distance d'approche de votre embarcation sur les sites d'observation				
Déplacements, la vitesse, la distance d'approche des autres embarcations sur les sites d'observation				

Évaluation de l'expérience d'observation

6- Comment évaluez-vous votre expérience d'observation? *

	Insatisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Nombre de baleines observées				
Distance d'observation des baleines				
Nombre d'espèces observées				
Comportements spectaculaires observés (ex: queue, sauts, etc.)				
Observation d'autres animaux (phoques, oiseaux, etc.)				

7- Comment évaluez-vous les mesures de protection des baleines pendant l'excursion? *

	Insatisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Observation à distance respectueuse des baleines				
Réduction du bruit du moteur pour limiter le dérangement des baleines				
Limitation du nombre de bateaux autour d'une même baleine				
Limitation du temps passé à proximité d'une même baleine				
Réduction de la vitesse du bateau en approche d'une baleine				

8- Au cours de votre activité, à quelle fréquence avez-vous jugé que votre embarcation était trop loin de l'animal pour pouvoir l'observer? *

- Jamais
- Une à trois fois
- Quatre fois et plus

9- Au cours de votre activité d'observation, à quelle fréquence avez-vous jugé que votre embarcation était trop proche de l'animal? *

- Jamais
- Une à trois fois
- Quatre fois et plus

Évaluation du service d'interprétation

10- Comment évaluez-vous ces aspects du service d'interprétation à bord? *

	Insatisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Facilité à communiquer du guide-naturaliste				
Qualité de la langue (français/anglais)				
Qualité du son (ou la force de la voix)				
Capacité à expliquer les observations, au moment où ça se passe				
Pertinence et l'intérêt des sujets traités				
Connaissance du domaine et rigueur				
Utilisation de matériel d'interprétation (fanons, cartes, photos, etc.)				
Disponibilité et l'amabilité du guide-naturaliste				
Enthousiasme et passion				
Sens de l'humour				

Souci de l'environnement qu'il/elle a manifesté				
Moments de silence laissés pour apprécier par vous-même				

11- Comment évaluez-vous le contenu abordé par le/la capitaine ou le/la guide-naturaliste pendant l'excursion à propos des sujets spécifiques suivants? *

	Insatisfaisant	Peu satisfaisant	Satisfaisant	Très satisfaisant
Présence des baleines dans le fleuve Saint-Laurent (écologie, alimentation, migration, etc.)				
Comportements sociaux des baleines (soins parentaux, communication, socialisation, etc.)				
Menaces à la santé des baleines (pollution, bruit, etc.) et réglementation du milieu marin				
Savoirs et légendes des Premières Nations sur les mammifères marins				
Informations sur les autres espèces marines (oiseaux, phoques, etc.)				

Évaluation de votre perception de l'environnement

12- Êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants? *

	Totalement en désaccord	Plutôt en désaccord	Plutôt d'accord	Totalement d'accord
Cela relève de ma responsabilité d'aider à la protection du milieu marin				

Il est de ma responsabilité de partager mes connaissances sur le milieu marin avec les autres pour les sensibiliser				
Les actions humaines ont un impact sur le milieu marin				
Mes actions quotidiennes peuvent avoir un impact sur le milieu marin (ex : utilisation de produits cosmétiques, produits nettoyants, consommation d'eau, etc.)				

13- Seriez-vous d'accord pour effectuer les actions suivantes, considérant votre expérience d'excursion en mer? *

	Totalement en désaccord	Plutôt en désaccord	Plutôt d'accord	Totalement d'accord
Contribuer en dons monétaires pour soutenir la conservation marine				
Payer un montant supplémentaire au prix d'excursion pour supporter la conservation marine				
Modifier mes actions quotidiennes pour protéger le milieu marin				
Encourager mon entourage à prendre des mesures pour protéger les baleines (ex : dons, gestes quotidiens, pétitions, etc.)				
Faire du bénévolat pour une organisation visant la protection des mammifères marins et leur milieu				

14- Si on vous annonçait que les excursions d'observation de baleines en mer devenaient interdites dans le parc marin et que l'observation se ferait dorénavant uniquement à partir des sites terrestres, quelle serait votre opinion? *

- Totalemment en désaccord
- Plutôt en désaccord
- Plutôt d'accord
- Totalemment d'accord

Afin de nous permettre de faire des liens entre les réponses aux différentes sections du questionnaire et de confirmer votre participation au tirage final, merci d'inscrire à nouveau votre adresse courriel*_____.

Merci d'avoir complété la deuxième section de notre formulaire.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Alshiha, A. (2022). Assessment of Service Quality of Leisure Center and the Intention to Revisit a Destination. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(2), 367. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2\(58\).07](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2(58).07)
- Amrein, A. M., Guzman, H. M., Surrey, K. C., Polidoro, B., & Gerber, L. R. (2020). Impacts of Whale Watching on the Behavior of Humpback Whales (*Megaptera novaeangliae*) in the Coast of Panama [Original Research]. *Frontiers in Marine Science*, 7. <https://doi.org/10.3389/fmars.2020.601277>
- Andersen, M., & Miller, M. (2006). Onboard Marine Environmental Education: Whale Watching in the San Juan Islands, Washington. *Tourism in Marine Environments*, 2, 111-118. <https://doi.org/10.3727/154427306779436327>
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-66. <https://doi.org/10.1177/002224299405800304>
- Aniqoh, N. A. F. A., Sihombing, N. S., Sinaga, S., Simbolon, S., & Sitorus, S. A. (2022). Destination Image, Tourist Satisfaction and Loyalty in the Eco-Tourism Environment. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(3), 897. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.3\(59\).26](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.3(59).26)
- Ayimey, E. K., Awunyo-Vitor, D., & Somuah, R. O. (2012). Are Customers Satisfied with Automated Teller Machines Services in Ghana? A Study of a Universal Bank. *Journal of Asian Business Strategy*, 2(12), 262-271. <https://archive.aessweb.com/index.php/5006/article/view/4052>
- Ballantyne, R., Packer, J., & Hughes, K. (2009). Tourists' support for conservation messages and sustainable management practices in wildlife tourism experiences. *Tourism Management*, 30, 658-664. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.11.003>
- Bamfo, E. G. (2007). *"Sustainable but just on the edge": assessing the sustainability of the commercial whale-watching industry in the Lower Bay of Fundy, New Brunswick, Canada*. Ryerson University Library and Archives.

- Benali, S. B. (2010). *Étude de la satisfaction des touristes à l'égard du produit touristique sportif tunisien* [École supérieure du commerce de Tunis]. <https://www.memoireonline.com/11/13/8010/Etude-de-la-satisfaction-des-touristes--l-egard-du-produit-touristique-sportif-tunisien.html>
- Brisson, C. (2023). *Profil écotouristique de la clientèle des croisières d'observation des mammifères marins dans le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent* [Mémoire de maîtrise]. Université du Québec à Rimouski.
- Bullant, P. (2023). Les Wolastoqiyik inaugurent un nouveau site d'observation du béluga à Cacouna. <https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/2018370/mammiferes-marins-cacouna-observation>
- Camelis, C., Llosa, S., & Maunier, C. (2015). Gestion de la satisfaction et de l'insatisfaction des touristes : les apports du modèle Tétracasse. *Management & Avenir*, 77(3), 137-162. <https://doi.org/10.3917/mav.077.0137>
- Cheong, S. (2002). Marine tourism: Advantages and disadvantages. *Korea Observer*, 33(2), 257.
- Cherapanukorn, V., & Sugunnasil, P. (2022). Tourist Attraction Satisfaction Factors from Online Reviews. A Case Study of Tourist Attractions in Thailand. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(2), 379. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2\(58\).08](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.2(58).08)
- Comité conseil Gestion des Écosystèmes et de la Recherche du parc marin du Saguenay–Saint-Laurent 2017. (2017). *Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent : programme de recherche scientifique : besoins et priorités de recherche et de suivi*. <https://numerique.banq.qc.ca/patrimoine/details/52327/4237373>
- Comité ZIP de la Rive Nord de l'Estuaire. (2005). *Plan spécifique d'intervention sur les mammifères marins*. https://catalogue.ogsl.ca/dataset/ca-cioos_e952f3fb-455e-426f-8ce1-2dfbfb14ab5d?local=fr
- Cornejo-Ortega, J., Chávez Dagostino, R., & Malcolm, C. (2018). Whale watcher characteristics, expectation-satisfaction, and opinions about whale watching for private vs community-based companies in Bahía de Banderas, Mexico. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 13. <https://doi.org/10.2495/SDP-V13-N5-790-804>
- d'Astous, A. (2019). *Le projet de recherche en marketing* (6^e ed.). Chenelière Éducation.
- Demirel, D. (2022). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction Based Examination of Digital CRM. *Journal of Business Economics and Management*, 23(3), 507-531. <https://doi.org/10.3846/jbem.2022.15328>

- Désaulniers, L. F. e. J. (2011). *Plan de gestion des activités en mer dans le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent (2011-2017)*. Parc Canada et Parc Québec. <https://publications.gc.ca/site/eng/408260/publication.html>
- Duffus, D., & Dearden, P. (1990). Non-consumptive wildlife-oriented recreation: A conceptual framework. *Biological Conservation*, 53, 213-231. [https://doi.org/10.1016/0006-3207\(90\)90087-6](https://doi.org/10.1016/0006-3207(90)90087-6)
- Eklof, J., Podkorytova, O., & Malova, A. (2020). Linking customer satisfaction with financial performance: an empirical study of Scandinavian banks. *Total Quality Management & Business Excellence*, 31(15-16), 1684-1702. <https://doi.org/10.1080/14783363.2018.1504621>
- Filby, N. E., Stockin, K. A., & Scarpaci, C. (2015). Social science as a vehicle to improve dolphin-swim tour operation compliance? *Marine Policy*, 51, 40-47. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2014.07.010>
- Fiori, L., Martinez, E., Orams, M. B., & Bollard, B. (2019). Effects of whale-based tourism in Vava'u, Kingdom of Tonga: Behavioural responses of humpback whales to vessel and swimming tourism activities. *PLoS One*, 14(7), e0219364. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0219364>
- Frid, A., & Dill, L. (2001). Human-Caused Disturbance Stimuli as a Form of Predation Risk. *Conservation ecology*, 6. <https://doi.org/10.5751/ES-00404-060111>
- Garcia Cegarra, A., & Pacheco, A. (2017). Whale-watching trips in Peru lead to increases in tourist knowledge, pro-conservation intentions and tourist concern for the impacts of whale-watching on humpback whales. *Aquatic Conservation Marine and Freshwater Ecosystems*, 27. <https://doi.org/10.1002/aqc.2754>
- Giese, J., & Cote, J. (2000). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*, 4, 1-24.
- Giroul, C. (2000). *Étude des attentes et de la satisfaction de la clientèle des croisières aux baleines dans le secteur du Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent*. [Mémoire de maîtrise]. Université du Québec à Trois-Rivières.
- Gouvernement du Canada, Environnement et Changement climatique Canada (2016). *Programme de rétablissement du béluga (Delphinapterus leucas), population de l'estuaire du Saint-Laurent au Canada*. <https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/services/registre-public-especes-peril/programmes-retablissement/beluga-population-estuaire-saint-laurent.html>

- Gouvernement du Canada, Pêches et Océans Canada (2020). *Examen de l'efficacité des mesures de rétablissement concernant le béluga de l'estuaire du Saint-Laurent*. <https://www.dfo-mpo.gc.ca/species-especes/publications/mammals-mammiferes/whalereview-revuebaleine/review-revue/beluga/index-fra.html>
- Gouvernement du Canada (2022). Comité d'éthique de la recherche. <https://www.canada.ca/fr/sante-canada/services/science-recherche/avis-scientifiques-processus-decisionnel/comite-ethique-recherche/politiques-lignes-directrices-ressources.html>
- Gouvernement du Canada (2024). *Loi sur les espèces en péril*. <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/s-15.3/page-1.html>
- Gouvernement du Canada, Environnement et Changement climatique Canada (2023). *Loi sur les espèces en péril Rapport annuel au Parlement de 2021*. <https://www.canada.ca/fr/environnement-changement-climatique/services/registre-public-especes-peril/rapports-annuels-lep/rapport-annuel-2021.html>
- Gouvernement du Canada, Parcs Canada (2023). *Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent*. <https://www.canada.ca/fr/parcs-canada/nouvelles/2023/03/parc-marin-du-saguenaysaint-laurent.html>
- Gouvernement du Canada. (2024). *Règlement sur les activités en mer dans le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent*. <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/reglements/DORS-2002-76/>
- Gouvernement du Québec, ministère de l'Environnement, de la Lutte contre les changements climatiques, de la Faune et des Parcs. (2024). *Les aires marines protégées au Québec*. https://www.environnement.gouv.qc.ca/biodiversite/aires_protegees/aires-marines-protegees.htm
- Grenier, A. A. (2008). Le tourisme de croisière. *Open Edition Journals*, 36-48, Article 27-2. <https://journals.openedition.org/teoros/135#bibliography>
- Groupe de Recherche et d'éducation sur les mammifères marins (GREMM) (1993). *Les activités d'observation en mer des baleines dans l'estuaire du Saint-Laurent : situation actuelle et problématique*. https://baleinesdirect.org/wp-content/uploads/2020/05/Rapport_AOM_1993.pdf
- Groupe de Recherche et d'éducation sur les mammifères marins (GREMM) (2006). *Les activités d'observation en mer (AOM) dans l'estuaire du Saint-Laurent : zone de protection marine estuaire du Saint-Laurent et parc marin du Saguenay-Saint-Laurent*. <https://waves-vagues.dfo-mpo.gc.ca/library-bibliotheque/356305.pdf>

- Guidino, C., Campbell, E., Alcorta, B., Gonzalez Borasca, V., Mangel, J., Pacheco, A., Silva, S., & Alfaro Shigueto, J. (2020). Whale Watching in Northern Peru: An Economic Boom? *Tourism in Marine Environments*, 15. <https://doi.org/10.3727/154427320X15819596320544>
- Han, C.-H., Shih, C.-W., & Lin, L.-y. (2022). The Analysis of Service Quality, Satisfaction and Revisiting Intention Talking Yilan Green Expo as an example. *International Journal of Organizational Innovation*, 14(4).
- Hoarau, L., Dalleau, M., Delaspre, S., Barra, T., & Landes, A. E. (2020). Assessing and Mitigating Humpback Whale (*Megaptera Novaeangliae*) Disturbance of Whale-watching Activities in Reunion Island. *Tourism in Marine Environments*, 15. <https://doi.org/10.3727/154427320X15943326793398>
- Howard, C., & Parsons, E. C. M. (2006). Public Awareness of Whale-watching Opportunities in Scotland. *Tourism in Marine Environments*, 2, 103-109. <https://doi.org/10.3727/154427306779436336>
- International Whaling Commission. (2022). *Étude de cas, Royaume-Uni: Écosse. Comprendre les impacts-socioéconomiques de l'observation des mammifères marins* <https://wwhandbook.iwc.int/fr/case-studies/united-kingdom-scotland>
- Kerley, G., Geach, B. G. S., & Vial, C. (2003). Jumbos or bust: Do tourists' perceptions lead to an under-appreciation of biodiversity? *South African Journal of Wildlife Research*, 33, 13-21.
- Kessler, M., Harcourt, R., & Bradford, W. (2014). Will Whale Watchers Sacrifice Personal Experience to Minimize Harm to Whales? *Tourism in Marine Environments*, 10. <https://doi.org/10.3727/154427314X14056884441662>
- Kotler, P., Keller, K., Manceau, D., & Hemmonet-Goujot, A. (2019). *Marketing Management* (16e ed.). Pearson.
- Kur, N., & Hvenegaard, G. (2012). Promotion of Ecotourism Principles by Whale-Watching Companies' Marketing Efforts. *Tourism in Marine Environments*, 8, 145-151. <https://doi.org/10.3727/154427312X13491835451458>
- Lequin, M. (2003). Développement touristique et éco-compatibilité : le cas du Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent au Québec. *Market Management*, Vol. 3(2), 51-67. <https://doi.org/10.3917/mama.008.0051>
- Lesage, V. (2021). The challenges of a small population exposed to multiple anthropogenic stressors and a changing climate: the St. Lawrence Estuary beluga. *Polar Research*, 40. <https://doi.org/10.33265/polar.v40.5523>

- Littlejohn, K., Needham, M., Szuster, B., & Jordan, E. (2016). Pre-trip expectations and post-trip satisfaction with marine tour interpretation in Hawaii: Applying the norm activation model. *The Journal of Environmental Education*, 47, 202-212. <https://doi.org/10.1080/00958964.2016.1162132>
- Lopez, G., & Pearson, H. (2017). Can Whale Watching Be a Conduit for Spreading Educational and Conservation Messages? A Case Study in Juneau, Alaska. *Tourism in Marine Environments*, 12, 95-104. <https://doi.org/10.3727/154427316X14779456049821>
- MacLellan, L. R. (1999). An examination of wildlife tourism as a sustainable form of tourism development in NorthWest Scotland. *International Journal of Tourism Research*, 1, 375-387.
- Malhotra, N., Décaudin, J.-M., Bouguerra, A., & Bories, D. (2010). *Études marketing* (6^e ed.). Pearson.
- Maltais, B., & Pelletier, É. (2018). Le parc marin du Saguenay–Saint-Laurent : création et gestion participative inédite au Canada. *Histoire*, 142(2), 4-17. <https://doi.org/10.7202/1047144ar>
- Marin, D.-A., Paraschiv, E., Radu, A.-F., & Barbu, A. (2022). The Impact of Service Variability on Customer Satisfaction. *FAIMA Business & Management Journal*, 10(1).
- Martins, C. C. A., Turgeon, S., Michaud, R., & Ménard, N. (2018). Suivi des espèces ciblées par les activités d'observation en mer dans le parc marin du Saguenay–Saint-Laurent de 1994 à 2017. *Le Naturaliste canadien*, 142(2), 65-79. <https://doi.org/10.7202/1047150ar>
- Massilya, B. (s.d.). *Statistique descriptive des données climatiques* [Mémoire de maîtrise] Université Mohamed Khider, Biskra.
- Ménard, N. (2009). La science au service de la conservation au parc marin du Saguenay-Saint-Laurent : Comment mieux comprendre permet de mieux protéger. *Revue des sciences de l'eau*, 22(2), 115-123. <https://doi.org/10.7202/037477ar>
- Ménard, N. (2009). La science au service de la conservation au parc marin du Saguenay-Saint-Laurent : Comment mieux comprendre permet de mieux protéger. 22(2), 115-123. <https://doi.org/10.7202/037477ar>
- Min, D. (2022). Exploring the Structural Relationships between Service Quality, Perceived Value, Satisfaction, and Loyalty in Nonprofit Sport Clubs: Empirical Evidence from Germany. *Sport Marketing Quarterly*, 31(3).

- Ministère des Pêches et des Océans, région du Québec. (1989). *Directives s'appliquant à l'observation des cétacés du Saint-Laurent*.
- MPO. (2012). Recovery Strategy for the Beluga Whale (*Delphinapterus leucas*), St-Lawrence Estuary Population in Canada. Species at Risk Act Recovery Strategy Series. Ottawa: Fisheries and Oceans Canada.
- Moore, K., Burnham, R., Duffus, D., & Wells, P. (2021). An Assessment of Commercial Fleet Applications of Management Measures in Clayoquot Sound, British Columbia, Canada, Aimed to Mitigate Whale-watching Impacts. *Tourism in Marine Environments*, 16. <https://doi.org/10.3727/154427321X16278990072460>
- Morel, G. (1988). Coefficient de corrélation et prise de décision. (Correlation, coefficient and decision making). *Mathématiques, Informatique et Sciences Humaines*, tome 102. 5-15.
- MWIFMA, A. e. (2024). *AGHAMW*. <https://aghamw.ca/#>
- Nadeau, J. (2021). *Satisfaction et sensibilisation des touristes en croisières aux baleines: perception des gestionnaires du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent* [Mémoire de maîtrise]. Université du Québec à Rimouski.
- Olson, J. C., & Dover, P. A. (1976). Effects of Expectation Creation and Disconfirmation on Belief Elements of Cognitive Structure. *ACR North American Advances*.
- Onorato, G., & Laflamme, J. (2013). L'Alliance Éco-Baleine comme pratique de tourisme durable: Le cas d'une compagnie québécoise de croisières. Acte de colloque de l'ADSDLF 2013.
- Orams, M. B. (1997). The effectiveness of environmental education: can we turn tourists into 'greenies'? *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3(4), 295-306. [https://doi.org/https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-1603\(199712\)3:4<295::AID-PTH85>3.0.CO;2-D](https://doi.org/https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-1603(199712)3:4<295::AID-PTH85>3.0.CO;2-D)
- Parc marin du Saguenay-Saint-Laurent. (2010). *Plan directeur du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent*. <https://voute.bape.gouv.qc.ca/dl/?id=00000164354>
- Patroni, J., Newsome, D., Kerr, D., Sumanapala, D., & Simpson, G. (2019). Reflecting on the human dimensions of wild dolphin tourism in marine environments. *Tourism and hospitality management*, 25. <https://doi.org/10.20867/thm.25.1.8>
- Peloquin, C. (2011). *Marché FIT: mieux connaître cette clientèle autonome*. <https://veilletourisme.ca/2011/02/10/marche-fit-mieux-connaître-cette-clientèle-autonome/>

- Peterson, R. A. (1995). Une méta-analyse du coefficient alpha de Cronbach. *Recherche et Applications en Marketing*, 10(2), 75-88. <http://www.jstor.org/stable/40588998>
- Prud'homme, B. (2004). *Étude de la satisfaction de la clientèle de la Station écotouristique Duchesnay* [Mémoire de maîtrise]. Université du Québec à Trois-Rivières.
- Prud'homme, B. (2012). *Antécédents et impacts des pratiques de développement durable sur la satisfaction de la clientèle hôtelière québécoise* [Thèse de doctorat]. Université du Québec à Trois-Rivières.
- Queiroz, R., Guerreiro, J., & Ventura, M. (2014). Demand of the tourists visiting protected areas in small oceanic islands: the Azores case-study (Portugal). *Environment, Development and Sustainability*, 16, 1119-1135. <https://doi.org/10.1007/s10668-014-9516-y>
- Réseau d'observation de mammifères marins (ROMM) (2019). *Portrait des activités d'observation en mer de l'aire marine protégée du Banc-des-Américains*. <https://www.dfo-mpo.gc.ca/oceans/documents/mpa-zpm/american-americains/portrait-des-activites-d-observation-en-mer-2019-romm-fra.pdf>
- Rogers, H. P., Peyton, R. M., & Berl, R. L. (1992). Measurement and evaluation of satisfaction processes in a dyadic setting. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 5, 12-23.
- Samuel Turgeon, Parc Canada. (2019). *Portrait de la navigation dans le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent – 2017*.
- Schuler, A., & Pearson, H. (2019). Conservation Benefits of Whale Watching in Juneau, Alaska. *Tourism in Marine Environments*, 14. <https://doi.org/10.3727/154427319X15719404264632>
- Shields, A. (2023). Ottawa et Québec gardent le cap sur l'agrandissement du parc marin. *Le Devoir*. <https://www.ledevoir.com/environnement/790745/ottawa-et-quebec-gardent-le-cap-sur-l-agrandissement-du-parc-marin>
- Simard, Y. (2009). Le Parc Marin Saguenay–Saint-Laurent : processus océanographiques à la base de ce site unique d'alimentation des baleines du Nord-Ouest Atlantique. *Revue des sciences de l'eau*, 22, 177. <https://doi.org/10.7202/037481ar>
- Simmons, E., & Wilmot, A. (2004). Incentive Payments on Social Surveys: A Literature Review. *Survey Methodology Bulletin*, 53.

- Sirieux, L., & Dubois, P.-L. (1999). Vers un modèle qualité-satisfaction intégrant la confiance ? *Recherche et Applications en Marketing*, 14(3), 1-22. <https://doi.org/10.1177/076737019901400301>
- SNAP. (2023). *Agrandissement du parc marin du Saguenay-Saint-Laurent : un souffle d'espoir pour le beluga*. <https://snapquebec.org/agrandissement-du-parc-marin-du-saguenay-saint-laurent-un-souffle-despoir-pour-le-beluga/>
- SNAP. (2023). *Cap vers 30% de protection dans le Saint-Laurent : Une feuille de route pour arriver à bon port*. https://snapquebec.org/wp-content/uploads/2023/02/Feuille-de-route_30x30_SNAP-QC_2023.pdf
- Solis-Radilla, M., Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., & Carvache-Franco, W. (2021). Motivations as predictive variables of satisfaction and loyalty in coastal and marine destinations: a study in Acapulco, Mexico. *International Journal of Tourism Cities, ahead-of-print*. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2020-0283>
- Suárez-Rojas, C., Hernández, M., & León, C. (2021). Do tourists value responsible sustainability in whale-watching tourism? Exploring sustainability and consumption preferences. *Journal of Sustainable Tourism*, 30, 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1999966>
- Suchanek, P., & Kralova, M. (2023). Relationship Between Customer Expectations and Financial Performance of Food Industry Businesses in a Customer Satisfaction Model. *Economic and Business Review*, 25(2), 103-117. <https://doi.org/10.15458/2335-4216.1320>
- Tepsich, P., Borroni, A., Zorgno, M., Rosso, M., & Moulins, A. (2020). Whale Watching in the Pelagos Sanctuary: Status and Quality Assessment. *Frontiers in Marine Science*, 7. <https://doi.org/10.3389/fmars.2020.596848>
- Tessier-Moreau, A. (2022). *Évolution des profils, attentes et de la satisfaction des participants aux croisières d'observation des mammifères marins dans le parc marin du Saguenay-Saint-Laurent, étude comparative de 1999 et 2021* [Mémoire de maîtrise]. Université du Québec à Rimouski.
- Thirkell, P. C. (1980). *Consumer Expectations Disconfirmation and Satisfaction*. [Thèse de doctorat]. University of Western, Ontario.
- Torres Matovelle, P., & Molina-Molina, G. (2019). Evaluation of crowding and tourist satisfaction in the practice of humpback whale -watching, the case of Puerto López -Ecuador. *Cuadernos de Gestion*.

- Truchon, M. H., Measures, L., L'Herault, V., Brethes, J. C., Galbraith, P. S., Harvey, M., Lessard, S., Starr, M., & Lecomte, N. (2013). Marine mammal strandings and environmental changes: a 15-year study in the St. Lawrence ecosystem. *PLoS One*, 8(3), e59311. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0059311>
- Valery, A., Bodet, G., & Bouchet, P. (2011). *Analyse de la satisfaction du touriste dans les services d'hébergement atypiques : quelle influence pour les expériences recherchées et les compagnons ?*
- Vandercammen, M., & Gauthy-Sinéchal, M. (1999). *Recherche marketing. Outil fondamental du marketing*. De Boeck Supérieur. <https://doi.org/10.3917/dbu.vande.1999.01>
- Villagra, D., Garcia Cegarra, A., Gallardo, D., & Pacheco, A. (2021). Energetic Effects of Whale-Watching Boats on Humpback Whales on a Breeding Ground. *Frontiers in Marine Science*, 7. <https://doi.org/10.3389/fmars.2020.600508>
- Voxco. (2022). *Recherche corrélacionnelle : définition, exemples et méthodes*. <https://www.voxco.com/fr/blog/recherche-corrélacionnelle-definition-exemples-et-methodes/>
- Williams, R., Bain, D., Ford, J., & Trites, A. (2002). Behavioural responses of killer whales to a 'leapfrogging' vessel. *Journal of Cetacean Research and Management*, 4, 305-310.
- Zeppel, H., & Muloin, S. (2008). Conservation and Education Benefits of Interpretation on Marine Wildlife Tours. *Tourism in Marine Environments*, 5(2-3), 215-227. <https://doi.org/https://doi.org/10.3727/154427308787716802>

