



Tourisme et encadrement du cannabis : Une responsabilité

Rédigé et déposé par
Alexis Turcotte Noël,
PDG et Lobbyiste pour l'entreprise
Montréal 420 Tours

Table des matières

Introduction.....	3
Comportement du visiteur : Le Mythe du tourisme lié au cannabis.....	4
Exposition de la problématique	5
Conséquences de l'adoption de la loi 2 : Perspective touristique	6
Les responsabilités des acteurs de l'industrie.....	7
Gestion de la clientèle.....	8
Proposition de Montréal 420 Tours	8
Conclusion	10

Introduction

Montréal 420 Tours évolue depuis plus d'un an dans l'industrie du tourisme. L'entreprise se spécialise dans l'accueil des voyageurs internationaux. Nous aidons nos clients à s'orienter à travers les nouvelles législations canadiennes en matière de cannabis. Nous avons cumulé l'expérience nécessaire afin de mieux comprendre le comportement d'achat du touriste souhaitant consommer du cannabis durant son voyage.

Ce mémoire a pour objectif d'exposer une problématique déjà réelle qui s'aggravera en cas d'adoption du projet de loi 2. De surcroît, nous réitérerons la solution proposée par notre organisation.

Comportement du visiteur : Le Mythe du tourisme lié au cannabis

En opposition avec la croyance populaire, la légalisation du cannabis n'est pas une variable prioritaire dans le choix de la destination du voyageur. Ce sont les attraits propres à celle-ci qui attirent le client dans une région, plutôt qu'une autre. Aujourd'hui, plusieurs destinations offrent des voyages sur la thématique du cannabis (atelier de roulage de joint, circuit en bus vers une plantation, etc.) pouvant être reproduit sans la variable géographique, et ce, dans un contexte moins légiféré. Citons comme exemple Las Vegas, Amsterdam, le Colorado, la Colombie-Britannique.

Les touristes intéressés au cannabis ne voyagent pas jusqu'au Québec pour cette raison. Comme tous les autres visiteurs, ils veulent découvrir les attraits de la destination avant tout. Ils veulent s'imprégner de la vie culturelle et de l'ouverture d'esprit de la ville aéroportuaire, de la nature et des grands espaces de la province, de la côte du Saint-Laurent, et même de nos hivers.

Un accueil chaleureux, c'est la promesse que nous avons faite à nos visiteurs. La légalisation du cannabis au Canada a attiré beaucoup l'attention de la presse internationale. Les étrangers sont persuadés qu'ils peuvent désormais consommer légalement au Canada. Nous avons le devoir de nous assurer qu'ils n'auront aucune expérience négative involontairement.

Notre clientèle est principalement composée d'étrangers ayant une habitude de consommation déjà établie. La plupart sont âgés de 27 à 50 ans et proviennent de la Nouvelle-Angleterre ou encore de l'Europe.

Exposition de la problématique

Problématique touristique concernant le projet de loi no 2, loi resserrant l'encadrement du cannabis.

Les touristes ont désormais la possibilité d'acheter légalement du cannabis au Québec. Les bourgeons sont vendus par une société d'État. Les voyageurs achèteront le produit en toute légalité, mais ils n'auront aucun endroit légal où consommer.

Notes explicatives du projet de loi no 2 Loi resserrant l'encadrement du cannabis

*En matière d'usage de cannabis, le **projet de loi ajoute aux interdictions de fumer déjà prévues (hébergements touristiques, commerces de tout genre, etc.)** par la Loi encadrant le cannabis l'interdiction de fumer du cannabis sur les voies publiques, sur le terrain des lieux fermés dans lesquels il est actuellement interdit de fumer, sous réserve de certaines exceptions, de même que dans tous les autres lieux extérieurs qui accueillent le public, notamment les parcs, les terrains de jeu, les terrains de sport et les terrains des camps de jour.*

Sachant que le cannabis est légal au Canada, de nombreux touristes se retrouveront inévitablement dans une situation d'illégalité après l'achat de la substance puisque la consommation de cannabis n'est pas permise dans les hébergements touristiques et ne le sera plus dans tous les endroits publics.

Conséquences de l'adoption de la loi 2 : Perspective touristique

- À la suite d'un usage de cannabis légal, certains visiteurs se retrouveront inévitablement avec des problèmes judiciaires involontairement. Cette mauvaise expérience sera dans la plupart des cas, en corrélation directe avec l'expérience globale et leur satisfaction relative par rapport à la destination.
- Des expériences négatives répétées sont très néfastes pour la réputation d'une destination à l'international, et peuvent interférer sur plusieurs années d'efforts marketing. Nul besoin d'ajouter qu'en 2019, une mauvaise expérience touristique est vite diffusée, et ce, à grande échelle.
- Le cannabis est sujet d'actualité dans la presse internationale en 2019, l'arrestation de voyageurs attirera assurément un mauvais regard sur la destination.
- Une augmentation de l'effet frontière sera observée, puisque par rapport aux régions touristiques limitrophes canadiennes, le Québec deviendra la province la plus sévère sur le sujet. Cela va à l'encontre du Plan de développement 2012-2020, qui vise entre autres, à diminuer l'effet frontière.
- Une augmentation de la consommation de cannabis de type mangeable est à prévoir, car cette méthode est inodore. Cela augmentera le risque d'hospitalisation qui est beaucoup plus fréquent lors de l'ingestion que l'inhalation, car les effets sont plus difficiles à contrôler. Non seulement cela engorgera davantage le système de santé, mais le risque d'expériences touristiques négatives augmentera.

Les responsabilités des acteurs de l'industrie

- Il en revient de la responsabilité des associations touristiques, des municipalités et du gouvernement provincial et fédéral de s'assurer que les touristes ne se retrouveront pas dans une situation d'illégalité malgré eux.
- Il en revient de la responsabilité des associations touristiques du Québec, des municipalités et du gouvernement provincial d'orienter et de faciliter l'expérience du visiteur à travers les nouvelles lois canadiennes.
- Il en revient de la responsabilité des associations touristiques du Québec, des municipalités et du gouvernement provincial de ne pas nuire à la réputation du Québec à l'extérieur.

Gestion de la clientèle

Une expérience touristique n'est pas un style de vie.

Il est très important de faire la distinction entre promotions et la gestion de la clientèle.

Les associations touristiques majeures du Québec s'entendent pour dire que la promotion du cannabis n'est pas une stratégie de mise en marché sur laquelle il faut miser.

Effectivement, la marque Québec Original est désormais bien implantée à l'internationale. La promotion du cannabis pourrait entacher les efforts de représentation des organisations. Cependant, lorsque le produit (la destination) est vendu, il faut être en mesure de le livrer.

Au moment où nos clients arrivent à destination, il faut s'assurer de répondre à leurs attentes, et leurs questionnements. Il est d'une importance capitale que le voyageur évolue dans un environnement où ses besoins primaires sont comblés. Il voudra se sentir en sécurité au Québec. S'il décide de consommer du cannabis, il devrait pouvoir le faire sans la pression qu'un encadrement strict comme celui proposé par le projet de loi de la CAQ viendrait créer.

C'est en orientant et en encadrant le visiteur que nous respecterons notre promesse. Le contexte nous oblige à légiférer en faveur d'une approche de prévention non intrusive qui permettra d'informer le client de manière ludique, sans quoi, c'est la réputation de la destination qui est compromise.

Proposition de Montréal 420 Tours

- Permettre le dépôt de projet pilote permettant la création d'environnements ventilés pour adulte en réutilisant un modèle de distribution semblable à celui des bars.
- Ne pas interdire la consommation dans les lieux publics.
- Permettre la création d'un centre d'interprétation et d'encadrement du tourisme lié au cannabis.
- Permettre à la consommation de cannabis dans certains hébergements touristiques dédiés uniquement à cet usage (clientèle adulte).



Montréal 420 Tours a déposé un projet en avril 2018 à Tourisme Québec dénommé : le Centre d’Affaires et d’Interprétation du Canna-tourisme (CAIC). L’objectif principal du projet était l’orientation du voyageur adulte à travers les nouvelles lois entourant la légalisation du cannabis. Le centre est parfaitement aligné à plusieurs des besoins du plan de développement de l’industrie touristique du Québec 2012-2020. Malheureusement, nous n’avons eu aucun retour sur notre démarche qui a nécessité plusieurs semaines de travail.

Nous suggérons de nous appuyer à lancer la CAIC. Cela permettra non seulement de prévenir l’expérience négative et de créer un outil d’orientation efficace, mais aussi de permettre la création d’un endroit servant à informer la population locale des risques liés au cannabis, le tout, dans un cadre propice à l’apprentissage. Un lieu juxtaposé pourra aussi servir de laboratoire à la mise en place d’espace de consommation aéré et sécuritaire pour adulte seulement.

Un travail de collaboration entre le gouvernement, les associations touristiques et notre entreprise permettra d’aligner efficacement les objectifs du gouvernement et les responsabilités des acteurs concernés tout en évitant la promotion directe du tourisme lié au cannabis.

Conclusion

La mission de Montréal 420 Tours est d'orienter le client international désirant consommer du cannabis. En tant que prestataires touristiques, nous avons le devoir de bien représenter notre région. Pour cette raison, nous nous opposons à un projet de loi qui viendra ternir l'image du Québec par l'intermédiaire d'expériences négatives inévitables répétées. Il est très important que le gouvernement actuel comprenne qu'aller de l'avant avec le projet de loi 2 sur l'encadrement du cannabis engendrera de nombreuses ruptures du lien de confiance envers la destination et entachera la réputation que nous travaillons tous très fort à construire et à maintenir.

