

Tourisme virtuel

Hervé Fisher

Volume 14, Number 3, Fall 1995

Tourisme et technologies de l'information

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1075088ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1075088ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Fisher, H. (1995). *Tourisme virtuel*. *Téoros*, 14(3), 45–47.

<https://doi.org/10.7202/1075088ar>

TOURISME VIRTUEL

Hervé Fisher

Hervé Fisher
est co-président de La Cité des
arts et des nouvelles
technologies de Montréal.
(e-mail: cafe@infobahnos.com)

la culture électronique et les mondes virtuels pourraient devenir prochainement un attrait touristique majeur.

Le tourisme culturel est une tradition et un moteur économique. Musées, châteaux, églises, sites archéologiques sont depuis longtemps inscrits sur les circuits. A cet égard, dans le nouveau monde, la richesse patrimoniale du Vieux-Québec et du Vieux-Montréal sont certes des exceptions très notables mais de peu de poids en comparaison des attraits qu'offrent l'Europe ou l'Asie.

Nous exploitons ici, en revanche, la séduction de la nature sauvage et nous avons créé une série très enviable de festivals de jazz, de cinéma, de danse, d'humour, de chansons ou d'évocations médiévales!

Le concept de **La Cité des Arts et des Nouvelles Technologies de Montréal** misait sur d'autres intérêts, celui de la révolution technologique, et joua à cet égard un rôle de pionnier. Les images et la musique de synthèse, le multimédia, les mondes virtuels, les spectacles et installations interactives, qui commençaient à intéresser les artistes, nous paraissent être les signes précurseurs d'une nouvelle culture électronique et, disons-le, d'une nouvelle civilisation. Cette révolution numérique est très probablement la plus radicale qu'ait connue l'histoire de l'humanité à ce jour.

La conquête de ce nouvel espace-temps, de ce nouveau monde, ou de cette "nouvelle frontière" par l'ordinateur, correspond particulièrement bien à l'idée que l'on se fait de l'Amérique du Nord et à l'image d'un pays jeune comme le Québec.

Pour des touristes venus des vieux continents, l'exploration des grands espaces de la nature nordique originelle peut se compléter assez bien par celle des nouveaux mondes virtuels, eux aussi plutôt "primitifs"! Nature vierge et technologies "douces" constituent paradoxalement un couple d'actualité! Et l'expérience a montré que cette attirance vaut aussi pour nos clientèles nord-américaines.

Nous avons donc créé l'exposition **Images du Futur** sur des sites hautement touristiques : le Vieux-Port de Montréal, puis, depuis 1995, le Vieux-Montréal. Cette exposition, destinée au grand public, présente chaque été depuis 10 ans, pendant 4 à 5 mois, un panorama international des applica-

tions des nouvelles technologies dans les domaines des arts, des sciences et des communications.

Images du Futur a accueilli plus d'un million de visiteurs en 9 années, selon une proportion assez régulière de 45% de montréalais, 20% de touristes québécois hors Montréal, 20% de canadiens et nord-américains, 15% des autres continents. Là, comme ailleurs, l'affluence des visiteurs européens croît.

Images du Futur a été reconnue et soutenue régulièrement par les ministères Tourisme Canada et Tourisme Québec. Elle est inscrite notamment au Guide Michelin et sur le réseau Internet, où nous avons désormais plusieurs sites web, dont <http://www.lisys.com/itg/image.htm>.

Notre relocalisation en 1995 dans le Vieux-Montréal, angle rues St-Paul et St-Sulpice, nous a permis aussi d'ouvrir le **Café Électronique**^{m.d.} Nous reprenons ainsi la tradition européenne du café/bistro, très convivial, en synergie avec une boutique de CD-ROMs et avec l'exposition **Images du Futur**, consacrée cette année à l'"Aventure virtuelle".

Le **Café Électronique** constitue un excellent "interface" entre les nouvelles technologies et le grand public auquel nous nous adressons. Le **Café Électronique** est devenu à coup sûr, le plus important parmi ceux qui sont apparus récemment en Amérique du Nord et en Europe. Une quarantaine d'ordinateurs - bientôt le double - avec lecteurs CD-ROM et terminaux Internet, proposés aux visiteurs dans un espace architectural historique remarquable, une des plus belles bâtisses du Vieux-Montréal, l'ancien Hôtel-Dieu, rebâti en 1862 après l'incendie de Montréal. Des guides animateurs invitent les visiteurs à "naviguer" ou "voyager" sur le réseau Internet et à explorer des CD-ROMs d'une qualité souvent surprenante. Nos visiteurs peuvent donc, selon notre slogan publicitaire "sroter, déguster, lire et cliquer!".

D'autres que nous offrent quelques ordinateurs dans un Café existant, ou beaucoup d'ordinateurs avec des sachets de chips, dans une ambiance de bureau, mais il est clair que la marque distinctive du Café Électronique de Montréal est le mélange des tables de bistro et des tables d'ordinateurs, où l'on peut "placoter" sur le réseau Internet et trouver une bonne cuisine (avec un chef français!) à un prix très raisonnable, dans un beau décor. Nous y ouvrirons incessamment un vrai restaurant, avec service aux tables, en doublant la surface du Café.

On ne peut mieux démontrer à quel point les nouvelles technologies peuvent constituer désormais un attrait touristique et convivial à succès. Nous ne saurions d'autre part passer sous silence le potentiel considérable des nouvelles tech-

nologies comme instrument du développement touristique : les autoroutes de l'information offrent des banques de données avec systèmes de réservations et de transactions - l'argent électronique. Une entreprise telle que Québec en direct offre sur Internet un "guide Interactif du Québec spécialisé dans le domaine des arts visuels, de la culture et des communications". (<http://www.endirect.ilsys.com>).



Le café électronique^{mc} (Vieux-Montréal) • Photo: Team Art Visual

Mais dès sa création, **La Cité des Arts et des Nouvelles Technologies de Montréal** a misé financièrement sur l'idée de considérer aussi la culture électronique comme un attrait touristique en soi.

Il est clair que nous avons connu des difficultés, car nous étions encore un peu seuls à l'expérimenter, il y a dix ans, mais l'affluence du nombre de nos visiteurs, dès le début, nous a assuré que nous étions dans la bonne voie :

60 000 visiteurs en 1986 (Invité d'honneur, la France)
120 000 visiteurs en 1987 (Invité d'honneur, le Japon)
160 000 visiteurs en 1988 (Invité d'honneur, les U.S.A.)

D'autres expériences, quoique différentes, nous avaient incité à franchir le pas. Le succès des pavillons scientifiques thématiques consacrés aux **communications** ou au **futur** d'Epcott Center et des grandes expositions universelles de Bruxelles, de Montréal, etc. était très significatif; de même que le succès médiatique des grands événements scientifiques et technologiques tels que l'exploration de l'espace, les premiers pas des hommes sur la lune etc. Le développement rapide des effets spéciaux en images de synthèse dans les spots publicitaires de télévision, le goût du public pour les effets laser et les spectacles grandioses de plein air à la manière de Jean-Michel Jarre à Houston - grande première du genre - étaient autant de signes positifs.

Le rejet par la majorité des institutions officielles artistiques et culturelles vis-à-vis des nouvelles technologies était cependant un obstacle bien réel. La nouvelle culture élec-

tronique apparaissait le plus souvent à ces journalistes critiques d'art et aux fonctionnaires de la culture comme de la "gadjeterie de distraction", sans contenu, sans qualité esthétique, du mauvais "pain et des jeux", pour le grand public.

Nous croyons au contraire à la créativité et à la nouvelle "donne" esthétique de ces arts électroniques : la suite nous donne de plus en plus raison.

Nous pensons aussi que cette nouvelle culture électronique allait devenir celle par excellence de la classe moyenne, alors que la culture précédente des "Beaux-Arts" avait symbolisé l'intelligence et le goût "supérieur" de la classe bourgeoise. Les intellectuels nous boudaient peut-être, mais le grand public de la classe moyenne était en effet au rendez-vous, dès la première année; c'était bien le public habituel, familial et sans inhibition culturelle, que l'on recontraît sur le Vieux-Port, curieux d'être étonné, de participer

ludiquement à l'art interactif, de se distraire culturellement : un public peu habitué à visiter les musées et les galeries d'art. La classe moyenne est dominante au Québec, en Amérique du Nord de façon générale. C'est notre public. A l'inverse, en Europe, où les clivages entre les classes sociales sont encore très marqués, où la domination culturelle de la bourgeoisie est encore très évidente, les nouvelles technologies ne sont guère reconnues par les institutions culturelles, galeries et musées, ni par les critiques d'art. Il n'est pas pensable actuellement d'y créer une exposition du type d'**Images du Futur** et d'espérer en autofinancer le budget aux 2/3 par les entrées comme ici. Trop de voix influentes en dénonceraient encore le "mauvais goût", le manque d'intérêt ou de contenu. C'est seulement dans les grands spectacles de fête populaire, tels les 14 juillet à Paris, ou dans les parcs d'attraction à thématique cinématographique, tel le **Futuroscope** près de Poitiers, que les nouvelles technologies constituent un attrait touristique et populaire évident.

Les analyses de sociologie culturelle de Pierre Bourdieu confirment avec évidence ces clivages et laissent présager qu'il faudra encore une génération en Europe pour que les nouvelles technologies soient "légitimées" par les institutions culturelles et touristiques.

Mais revenons ici au Québec, à Montréal. Nous devons déjà prévoir de nouvelles évolutions. Pour son 10^e anniversaire, **Images du Futur** a revu son profil. En quittant le site du Vieux-Port pour le Vieux-Montréal, nous avons quelque peu changé de clientèle. Nous n'accueillons plus des visiteurs

venus pour regarder en plein air, les amuseurs publics, les bateaux et le fleuve, sans dépenser, en plein air, et que nous avons plus de mal depuis le succès du site en 1992, à inviter à entrer dans **Images du Futur** : un espace fermé, payant et plongé dans la pénombre. Nous avons désormais moins de badauds, mais des visiteurs fidèles qui viennent spécifiquement visiter l'exposition, avec un niveau moyen de scolarisation et de revenus un peu au-dessus de la moyenne; et tout autant, sinon plus de touristes qu'avant. Le public de l'exposition n'a pas augmenté en nombre, mais en "qualité"; nous n'avons plus de vols ni de vandalisme. Nous espérons augmenter ce public montréalais par l'impact médiatique de l'exposition et du Café.

L'aventure du **Café électronique**, côte à côte avec **Images du Futur** et son succès crée évidemment une synergie très favorable pour l'exposition. Cette nouvelle formule qui associe exposition, Café, restaurant et nouvelles technologies électroniques est originale et constitue la clef de notre avenir.

Humaniser, rapprocher la culture électronique du grand public par la convivialité du Café, le développement du bistrot-restaurant, dans une très belle architecture chaleureuse du passé, plutôt que froide et "futuriste". c'est essentiel. Et tous ceux qui nous demandent de "franchiser" le **Café électronique** dans les autres villes québécoises et ailleurs, ne mesurent pas l'importance de cette synergie.

Un ou deux ordinateurs avec Internet dans un bon café ou restaurant existant pourront constituer un argument publicitaire éventuel, dans la compétition, mais peu de décisif. Vingt ordinateurs dans un local sans intérêt, avec un service de nourriture et de boissons médiocre représentent un investissement important, qui sera suivi d'une faillite rapide.

Un **Café électronique** à lui seul n'est pas rentable. Il faut l'ensemble des paramètres culturels et touristiques que nous avons rassemblés à **La Cité des Arts et des Nouvelles Technologies de Montréal** dans le Vieux-Montréal pour assurer le succès. Et il ne faut pas oublier que le tourisme à Montréal est saisonnier. La saison hivernale est encore à conquérir. Beaucoup de restaurants ferment en hiver dans le Vieux-Montréal, et les grandes expositions et festivals sont situés en été.

La Cité des Arts et des Nouvelles Technologies de Montréal a donc choisi d'innover pour sa programmation d'hiver. La clientèle d'hiver est montréalaise presque exclusivement. Le **Café électronique** se propose donc de l'in-

téresser par la qualité de son restaurant-bistrot et par de nombreux événements "branchés", susceptibles d'attirer une clientèle professionnelle et d'entreprises.

D'autre part, la clientèle scolaire trouvera en hiver au 85 rue St-Paul Ouest des expositions scientifiques ("Le cerveau, superordinateur vivant", pour la saison 95-96) et un musée



Le café électronique^{mc} (Vieux-Montréal) • Photo: Team Art Visual

des sciences sur CD-ROMs et Internet avec une batterie d'une quarantaine d'ordinateurs et des guides animateurs.

Montréal n'a toujours pas de Musée des Sciences : de nombreuses demandes sont en cours pour pallier à ce manque évident : nous attendons tous avec impatience leur aboutissement. En attendant, et peut-être pour longtemps, en nous basant sur le succès du "Musée de l'ordinateur" de Boston et des Musées de sciences à travers le monde, nous avons privilégié le concept d'un "musée des sciences sur ordinateurs", qui permettra de familiariser les jeunes avec les ordinateurs - si absents dans les écoles québécoises - , avec l'autoroute électronique, et avec tous les thèmes scientifiques qu'offrent désormais les CD-ROMs qui nous captivent par leur capacité multimédia et ludique.

Nous croyons aussi que ce petit musée des sciences intéressera le grand public, et notamment familial, comme tout "Musée des Sciences".

C'est donc bien le concept des nouvelles technologies appliquées aux arts, aux sciences et aux communications, qui nous guide depuis 10 ans et que nous mettons progressivement en place, en y adjoignant depuis 1990 le **Festival international du film scientifique du Québec**, et depuis 1993 le M.I.M. - **Marché International Multimédia** - de Montréal. La synergie entre ces événements constitue la base même de notre démarche et fonde le succès de **La Cité des Arts et des Nouvelles Technologies de Montréal** auprès du grand public montréalais et touristique. **f**