

Esquisse de conclusions Quelques applications pour le Québec

Alain Caron et Jean Pelletier

Volume 18, numéro 3, automne 1999

Le tourisme dans tous ses états

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1071856ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1071856ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Caron, A. & Pelletier, J. (1999). Esquisse de conclusions : quelques applications pour le Québec. *Téoros*, 18(3), 62–66. <https://doi.org/10.7202/1071856ar>

ESQUISSE DE CONCLUSIONS

QUELQUES APPLICATIONS POUR LE QUÉBEC

Alain Caron et Jean Pelletier

Les membres du comité de rédaction de la revue Téoros se sont prêtés au périlleux exercice de présenter des pistes sur l'avenir du tourisme, au vu de son évolution récente, particulièrement en Occident. Chaque auteur, selon sa discipline, avec son regard et ses préoccupations personnelles, a couvert un aspect du tourisme, démontrant l'ampleur à la fois qualitative et quantitative du phénomène dans notre société contemporaine, mais aussi sa complexité et ses ambiguïtés. À la suite de ces interventions sectorielles et disciplinaires qui composent le présent numéro de Téoros, il a semblé opportun de confronter les discours des auteurs afin d'en cerner les applications en ce qui concerne le Québec. Jean Pelletier a animé la réunion d'échanges entre les membres du comité de rédaction, et Alain Caron a colligé les notes indispensables à la préparation de cet article, qui est aussi le fruit d'une confrontation d'idées entre les deux auteurs. Ce texte présente le compte rendu de ces échanges, au fil desquels on a aussi tenté d'aborder les aspects du tourisme qui avaient été « oubliés », quoique l'exhaustivité, d'emblée, soit parue impossible.

Force est de constater d'entrée de jeu la richesse des apports disciplinaires et la pluralité des paradigmes, dont le revers principal est, à première vue, d'offrir un contenu très éclaté ; du chaos surgissent cependant des lignes de force, des thèmes, des préoccupations communes. Certains points de vue demeurent inconciliables toutefois, en raison notamment de l'échelle de valeurs qui appartient à chaque discipline et qui pousse à rendre prioritaire soit le développement économique des communautés, soit l'affirmation de l'identité, soit l'accessibilité aux pratiques de loisir, soit la mise en marché, soit encore la sécurité, etc. Plutôt, ce choc des idées met en lumière l'importance des enjeux politiques, culturels, économiques et sociaux, pluriels, voire démultipliés, du tourisme. C'est dire que les opinions parfois contradictoires de ce compte rendu ne le sont qu'en apparence ; les points de vue sont complémentaires plus qu'opposés. Il va de soi que ce texte ne présente que de façon

incomplète l'argument des auteurs (pour en savoir davantage sur les approches que chacun privilégie, se référer aux articles complets).

Certains des thèmes abordés, comme la sécurité dans les transports, portent moins au débat, quoiqu'on puisse poser l'hypothèse d'une baisse temporaire des voyages internationaux due à un sentiment d'insécurité provoqué par la médiatisation importante des accidents aériens, qu'on dit causés par la désuétude et l'entretien inadéquat des appareils et le trop grand achalandage de certains aéroports. Mais des aspects du tourisme comme le développement de l'offre touristique, les retombées de la mondialisation – si mondialisation il y a, comme en doutent Sarrasin et Stafford –, les enjeux de la culture et de l'identité, l'impact des nouvelles technologies, les inégalités sociales – tant au sein des communautés d'accueil que dans l'accès aux voyages ou au loisir – et, enfin, le

besoin criant d'une formation repensée provoquent des divergences d'opinion et, puisqu'on nage dans la prospective, les interprétations les plus diverses.

Ces sujets seront abordés, en vrac, pour refléter le dynamisme des échanges et des liens entre les différents aspects du tourisme. De toute évidence, ce texte appelle plus à la réflexion critique qu'il ne prétend livrer une seule conclusion. La grande question demeure : les gens voyageront-ils plus ou moins dans le futur ? La croissance fulgurante du tourisme pendant les 50 dernières années, que souligne Cazes, interpelle la concurrence des destinations. Si le nombre d'arrivées touristiques s'est multiplié par 25 au cours de cette période, si les foyers émetteurs et récepteurs se sont diversifiés, l'augmentation de la population mondiale, son vieillissement, voire l'ouverture de nouveaux marchés (Bloc de l'Est, Chine) apparaissent aussi comme les facteurs d'un accroissement potentiel. Plusieurs observateurs s'inquiètent pourtant de la volatilité de cette industrie et prévoient même un désintéressement du voyage, de plus en plus en concurrence avec d'autres produits de consommation dans la quête d'évasion.

RECRÉER LA RESSOURCE...

Dans l'ensemble, les approches proposées par les membres du comité participent plus aux sciences humaines qu'à une vision pragmatique des préoccupations quotidiennes des acteurs de ce qui est, avant tout, un ensemble complexe

d'industries, de la pourvoirie à la restauration, en passant par l'hébergement. Une telle réflexion est cependant essentielle à cette industrie dont la croissance pourrait ralentir au Québec. Il faut repenser l'offre touristique, l'actualiser voire la réinventer¹.

Les dépenses associées au tourisme atteindront 50 milliards cette année au Canada et le Québec n'en récoltera, toutes proportions gardées, qu'une part insuffisante. On voit mal, à court terme, comment elle pourra augmenter de façon significative : au Québec touristique, il n'y a pas une grande tradition dans la mesure et la comparaison face aux destinations performantes...

On assiste à un déplacement des investissements vers l'ouest du continent et cette tendance se confirme aussi dans le domaine touristique. L'engouement pour le mode de vie bohème de la côte ouest, associé à la forte croissance du nombre de voyageurs et d'investisseurs en provenance de l'Asie, concourent au phénomène « Go West » ! De plus, la balance touristique du Québec, comme celle du reste du pays, est négative depuis que des statistiques existent, totalisant des pertes de plus de 20 milliards de dollars depuis le début des années 1970. Il est des pays, l'Allemagne ou le Japon notamment, où un déficit touristique n'a aucune importance : leurs résultats dans d'autres secteurs de l'économie compensent très largement. Au Canada et au Québec, au cours des trente dernières années, on a perdu, du point de vue de la balance des paiements touristiques, l'équivalent de cent projets de type Tremblant. Les Canadiens et les Québécois investissent énormément à l'étranger, sans retour satisfaisant. Notons que si les premiers guides touristiques destinés aux Étatsuniens ont été publiés dès les années 1920, il a fallu attendre en 1972 pour voir une campagne spécifiquement destinée à inviter les Québécois à prendre leurs vacances au Québec².

Il ne suffit pas d'attirer l'Autre ; on convient qu'il faut cultiver l'intérêt des Québécois pour la découverte de leur territoire. La seule façon d'y arriver serait, d'un commun accord, de développer les identités régionales et de relativiser un monolithisme identitaire, créé dès les années 1920 pour attirer les touristes étasuniens, et utilisé dès la fin des années 1960 comme fondement de la quête identitaire nationale. Et cette même diversité régionale incitera

le visiteur étranger à revenir au Québec pour poursuivre sa découverte.

À PROPOS DES TOURISTES...

Quoique les auteurs ne partagent pas la même définition du tourisme, la distinction paraît dorénavant artificielle dans l'industrie touristique, puisque tous les voyageurs, peu importe la raison de leur déplacement, vivent un dépaysement, une expérience touristique. Même si le motif prioritaire du déplacement demeure la rencontre d'affaires ou la conférence internationale, le fait de se trouver dans un environnement humain et physique différent, libéré de contraintes courantes, constitue une première condition stimulante qui peut ouvrir la porte à des expériences parfois difficilement mesurables. Comme l'a bien dit Anne Bragance, il faut être ouvert : « Ceux-là pour qui voyager signifie épouser les formes et les surprises du monde, se livrer aux espaces, aux rencontres, aux paysages, porter de par les chemins et les routes un regard et un corps prêts à tout ».

C'est dire que le voyage d'affaires et de congrès apparaît aussi comme un facteur d'accroissement de l'industrie (tout en aidant à contrer la saisonnalité), voire comme une condition possible de perturbation des foyers récepteurs, et que l'attrait qu'exerce un pays pour ce type de déplacement origine peut-être autant des ressources touristiques (culture, environnement, etc.) que des équipements mis à la disposition des gens d'affaires et de congrès. Par exemple, plusieurs gens d'affaires persévèrent à investir dans certains pays méridionaux ou orientaux, malgré les délais bureaucratiques et le risque financier, se plaisant au dépaysement culturel.

VOYAGER : UNE QUESTION DE TEMPS ET D'ARGENT

Les membres du comité sont partagés quant à l'effet de l'évolution constante – et récente dans plusieurs pays – de l'aménagement du temps. Celui-ci influe grandement sur les possibilités et le type de voyage. À l'échelle planétaire, grâce à l'émergence de plusieurs pays fortement peuplés (l'exemple de la Chine est sur

toutes les lèvres), la tendance est à l'amélioration des conditions de travail, donc du temps libre ; on peut s'attendre à des voyages de plus longue durée sur de plus grandes distances.

Cependant, et le récent rapport de l'OMT³ le confirme, le tableau est différent pour la majorité des pays occidentaux dits développés. Il y a un net recul des conditions de travail dans nos sociétés post-industrielles. La compétitivité à l'échelle mondiale, la déréglementation des échanges et le désengagement de l'État amèneront un clivage toujours plus grand dans les revenus. Certains prédisent la disparition de la classe moyenne responsable du tourisme de masse. La nouvelle précarité de l'emploi diminuera le temps ou l'argent disponible pour voyager et, ainsi, le nombre de voyageurs. La compétition sur le marché du travail est forte et les conditions salariales difficiles ; certains cumulent plusieurs emplois pour survivre ou mettent les bouchées doubles pour gravir les échelons ; d'autres sont hors du système, par choix ou non. Les premiers manquent de temps, les seconds d'argent. Ce phénomène, après pourtant des décennies de progrès en matière de conditions de travail, semble revenir en force et maintient d'actualité, comme le présente Charles-Étienne Bélanger, la préoccupation d'offrir des mécanismes facilitant l'accès au tourisme.

Au Québec (en Occident en général), cette vaste idée qui touche à tous les rythmes sociaux – des vacances à la retraite – a de très nombreux impacts sur le tourisme et les touristes. Prenons l'exemple simple de la relâche scolaire : les stations de ski (et les régions) bataillent ferme pour obtenir un étalement du congé sur deux semaines, ce qui n'est pas acquis, et les parents – si les deux conjoints mènent carrière – doivent négocier avec leur employeur les vacances hivernales. Mille et une dimensions pourraient faire l'objet d'un numéro entier. De plus en plus de ménages doivent composer avec des contraintes professionnelles et des horaires variables. Nous renvoyons le lecteur aux récents résultats des négociations dans le secteur public en matière de retraite pour montrer que plus d'acteurs touristiques devraient s'intéresser aux retombées de l'aménagement du temps⁴. Cette observation est plus complémentaire que contradictoire avec une autre tendance observée, l'augmentation des courts séjours, proches ou lointains.

LE VOYAGE, AVANT TOUT UN DÉPLACEMENT !

Les transports, même si on l'oublie parfois, sont une condition indispensable du tourisme. Tous les réseaux de transports sont essentiels à l'accessibilité des sites. On peut s'attendre, selon Cazalais, à la construction d'avions et de paquebots plus gros et plus confortables et de trains plus rapides. Au Québec, cependant, la situation n'est pas reluisante. Les routes souffrent d'un sous-entretien flagrant. Pourtant, on annonce l'arrivée de l'autoroute magnétique et des voitures guidées par satellite qui diminueront la fatigue au volant. À l'échelle du Québec, l'avenir réside peut-être là, puisque la densité de population ne permet pas la rentabilisation d'une ligne de train rapide. De surcroît, la voiture demeure un fait culturel trop important en Amérique du Nord, ce qui écarte d'emblée l'hypothèse d'un accroissement réel des transports en commun. On a tellement démantelé de rails qu'il n'en reste presque plus pour faire des mini-circuits touristiques (Beauce, Cantons-de-l'Est, Charlevoix, Outaouais).

La situation des aéroports au Canada et au Québec est le résultat d'une suite de décisions politiques qui défient parfois l'entendement. Si la sécurité dans le transport aérien demeure toujours une responsabilité fédérale, il devient, à notre avis, nécessaire que des analystes dressent un état des lieux dans le domaine aérien. Parallèlement au transfert à une entité autonome privée de la navigation aérienne (NAVCAN), Ottawa a entrepris une vaste opération de déstagement des aéroports internationaux et régionaux à des autorités régionales et locales. Un portrait complet aurait le mérite de donner l'heure juste : services, sécurité, rentabilité sont des réalités trop importantes pour les laisser à quelques spécialistes.

À l'échelle du Québec, le ciel aérien a amorcé une période de forte turbulence en 1999 dans le sillage de la bataille menée par Air Canada pour occuper une position dominante. Vue de Gaspé, Rouyn ou Baie-Comeau, l'industrie du transport aérien vit des cycles qui apportent rarement des nouvelles encourageantes. Avec un immense territoire comme le Québec, inutile d'insister sur une nécessaire politique de développement du transport aérien entre les régions. Jusqu'à maintenant, le gouvernement québécois n'a jamais beaucoup

manifesté d'intérêt pour cette « juridiction » fédérale.

Toutefois, comme le remarquent Beaudet et Nadeau, les nouvelles infrastructures de transports ne font-elles pas que consolider les pôles territoriaux et les destinations existantes ? L'enjeu premier du transport, surtout aérien, est la sécurité. Si, des derniers écrasements, trois portaient de l'aéroport JFK de New York, il ne faut pas oublier que, statistiquement, le Airbus ou le Boeing sont les moyens de transport les plus sûrs. Prenons conscience que les accidents de la route au Québec équivalent à au moins un écrasement annuel d'un moyen porteur et que les morts violentes sur le territoire de la communauté urbaine de Montréal équivalent à une collision entre un Air-42 et un Régional Jet. Constatons par ailleurs que le vacancier de Sept-Îles et la femme d'affaires de Val-d'Or, peuvent, en moins de 36 heures, se rendre à Tahiti ou à un chantier « québécois » à Singapour. La dernière moitié du XX^e siècle appartient aux transporteurs aériens.

LES AMBIGUITÉS DE LA MONDIALISATION

La mondialisation est-elle véritablement une donnée de l'avenir du tourisme ? Pas vraiment, selon Sarrasin et Stafford : la mondialisation, telle qu'on la médiatise, serait bien plus un mythe qu'une réalité. Depuis le début du siècle, la part de la production nationale destinée au marché international reste inchangée et elle ne s'est guère diversifiée. Il y a même consolidation des partenaires commerciaux. Quantitativement, et cela s'explique bien par la géographie, cet état se confirme aussi en tourisme au Canada (et au Québec) dont les États-Unis sont les seuls voisins !

Cazes présente un avis contraire : il note l'énorme croissance du tourisme dans les pays du Sud depuis 40 ans, l'explosion récente des voyages dans les pays asiatiques et la diversification de la provenance des visiteurs. Quantitativement, toutefois, le marché des États-Unis (seul pays réellement accessible en voiture à partir du Canada) gomme cette réalité. Pourtant, au vu de l'ouverture des Québécois à de nouvelles destinations, qui croît d'autant que les Québécois qui travaillent ou étudient à l'étranger drainent des visiteurs (famille, amis) qui ne se seraient pas aventurés dans certaines contrées, il semble

qu'au-delà des chiffres existe une réalité qualitative qui, accentuée et alimentée par les nouvelles technologies de l'information et des communications, donne à la mythique mondialisation des contours bien réels.

Elle n'est toutefois pas mesurable quantitativement : bien incomplète et surtout inéquitable, elle ne concerne que les pays dits « développés ». Les « pays en développement » restent en marge, si ce n'est du faible pourcentage de voyageurs que constituent les coopérants, les immigrants et leurs visiteurs. Il convient aussi de balayer l'image de « progrès » associée à la mondialisation des échanges, puisque tout porte à croire en la poursuite des exclusions. Comme le présentent Sarrasin et Stafford, cette idéologie, par la déréglementation qu'elle met de l'avant, sert avant tout les intérêts des pays du Nord et accentuera les clivages sociaux.

Vu du Québec, quelques études de cas mériteraient des regards plus qu'attentifs. Rappelons que nombre de promoteurs ou d'investisseurs extérieurs nous ont plus qu'à l'œil : la relance de Tremblant nous vient de Vancouver – Intrawest a des réalisations aux quatre coins de l'Amérique du Nord – ; c'est un Albertain qui vient de racheter le mont Sainte-Anne d'un groupe américain à qui le gouvernement du Québec l'avait cédé au début des années 1990 ; ce sont des Torontois qui veulent réaliser le Technodôme, etc.⁵. Une chance que le Québec peut compter sur la Caisse de dépôt et de placement du Québec et le Fonds de solidarité : on l'a vu et on va le voir encore dans le dossier Air Canada (guerre entre deux cartels mondiaux) et le dossier Inter-Canadien (qui a peu de poids économique et politique face aux routes Toronto-Tokyo).

Par ailleurs, on peut mettre de l'avant des réalisations par des gens d'ici. Pensons par exemple à Transat : le groupe, surtout connu comme transporteur aérien nolisé, a réussi en vingt ans à devenir un joueur majeur en pratiquant l'intégration à la verticale comme à l'horizontale. Le plus important regroupement d'agences de voyages au Québec (Consultour) qui possède aussi un bon réseau de distribution en France est, à 50 %, propriété du groupe Transat. Ce dernier a un certain nombre de filiales de type grossistes (expéditifs et réceptifs), avec pied-à-terre de Vancouver à Londres, de Toronto à Paris.

Les clients du réseau de distribution sont, dans toute la mesure du possible, des passagers d'Air... Transat. Il peut même arriver qu'à destination, le vacancier soit hébergé dans un lieu où le Groupe a quelque intérêt. Autre exemple « simple » : en 2000, le Cirque du soleil présentera simultanément une dizaine de spectacles aux États-Unis, en Europe et en Asie ; imaginons le budget de déplacements de ces gens qui voyagent par affaires.

VERS UN CONTINGENTEMENT TOURISTIQUE ?

Tous les membres du comité s'entendent avec Beaudet et Nadeau pour déplorer que le tourisme de masse ait mis en péril de nombreux sites. Le réflexe est de suggérer la limitation de l'accès à ces lieux fragilisés par la surfréquentation. Mais sur quels critères se baser ? On peut craindre que le facteur économique conditionne le droit d'accéder à ces richesses du « patrimoine mondial » et d'aucuns craignent le retour d'un tourisme d'élite et la fin du tourisme de masse. Sous prétexte de préservation, les responsables des sites, pour diminuer le nombre de visiteurs tout en maintenant leurs revenus, en feront des destinations haut de gamme. C'est dire que l'enjeu de l'environnement se pose dorénavant en terme d'impacts sociaux ; plusieurs destinations qui se désignent comme écotouristiques, puisqu'elles se donnent comme mandat de limiter les effets du tourisme sur l'environnement, contingentent le nombre de visiteurs. Ces destinations, parfois accessibles uniquement par la voie des airs, sont souvent hors de portée du commun des mortels et visent une clientèle internationale pour qui le « bout du monde » n'a pas de prix. Au Québec, citons les excursions dans le Grand Nord (avec nuitées dans un igloo et traîneau à chiens) dont on fait peu la promotion au Québec même...

DÉPLACEMENTS RÉELS ET VIRTUELS : QUI L'EMPORTERA ?

Nouveau concurrent, Internet, comme le propose Bourdeau, aura un effet plutôt négatif sur la motivation de voyager. Pourquoi se déplacer si on peut communiquer si facilement par courrier électronique, échanger de l'information et même

faire le tour des musées du monde « dans le confort de son foyer » ? Dans cette voie, la croissance des luxueuses croisières n'apparaît que comme une étape intermédiaire dans le repli sur ce confort du « chez-soi ». Certes, Internet n'est qu'une technologie de plus ; on se souvient à cet égard de la crainte entourant l'apparition des magnétoscopes, qui devaient remplacer les salles de cinéma... Puis, on observera qu'on a pareillement surestimé l'ampleur du *cocooning* en Amérique : les centres-villes renaissent, les cafés abondent et tous aspirent à vivre à l'Européenne, à l'Asiatique, etc. Mais voilà, n'est-ce pas là le signe potentiel d'un désintéressement du voyage, dont Internet sera l'outil ? Dans la mesure où la « spécialité internationale » est dorénavant disponible « chez le Chinois » – ou le Turc, ou l'Arménien, etc. – du coin de la rue, d'autres produits mèneraient bientôt une concurrence féroce au tourisme ; le citoyen avisé de la généralisation des cultures décidera peut-être d'investir dans d'autres produits (ordinateur, voiture, spectacle) qui lui procureront davantage de sensations et de dépaysement.

LE PARTICULARISME COMME CLEF DU SUCCÈS

Une quête identitaire renouvelée, qui naît aujourd'hui partout dans le monde, paraît comme l'unique solution du tourisme devant la diffusion culturelle consolidée par les nouvelles technologies, puisque presque toutes les destinations dans le monde sont en compétition les unes avec les autres et qu'elles sont diffusées par toutes les agences de voyage, à la télévision et sur Internet, qui ferait dès lors office de catalogue de destinations plus que d'*ersatz* au voyage, ce qu'il risque pourtant de devenir.

Face à ce danger de banalisation du tourisme, Morisset lance un cri d'alarme pour le Québec. Elle avance que le rapport tourisme / culture au Québec continue de fonctionner, à l'aube du XXI^e siècle, suivant le modèle de création des nations propre au XIX^e siècle. Le Québec tenterait encore de projeter une image uniforme d'une quelconque québécoïté qui n'épouse pas la recherche actuelle du touriste, celle d'une destination complexe composée de régions aux caractères distincts. Cet état s'expliquerait aussi par la croyance d'une offre *a priori* ; ou assume

que le produit touristique culturel est présent, qu'il suffit de l'exposer et de le mettre en valeur, alors qu'au contraire il se crée. « La culture, c'est ce que l'on cultive. » Il faut donc exploiter les spécificités locales, miser sur le « concret » plutôt que sur une image idéale du Québec, qui a pour désavantage supplémentaire d'exclure la présence autochtone dont les touristes sont évidemment friands, pour ne signaler que les aboutissants mercantiles d'une telle exclusion.

Ce point de vue rejoint celui de Bourdeau qui annonce que la complexité des emplois du temps et des compositions familiales actuelles (familles reconstituées) fera diminuer les longs séjours et que les gens rechercheront un dépaysement plus intense, plus près. Cela concerne aussi l'organisation de l'offre : le touriste averti, plutôt qu'être « organisé » et faire le circuit standardisé, veut avoir l'impression d'être un explorateur, de sortir des sentiers battus. Il recherche la spontanéité et la surprise. Comment concilier cette quête avec la structure touristique actuelle tournée vers le forfait ? C'est le défi que l'on tente de relever en implantant, surtout en Europe pour l'instant, des routes thématiques. La route de Saint-Jacques-de-Compostelle a même été classée par l'Unesco.

LE QUÉBEC EN PANNE DE RESSOURCES TOURISTIQUES ?

Dans le développement d'une ressource touristique, l'authenticité est un faux problème dont il convient de s'affranchir au Québec. Nostalgique, on met en opposition Tremblant et la Gaspésie, le premier comme un ghetto de luxe dit « artificiel » et la seconde ce qui « reste » du « Québec profond ». Pourtant, si le village « québécois » Tremblant attire les touristes, pourquoi pas ? Il convient donc, comme le propose Morisset, de réconcilier l'imaginaire touristique et l'image que nous voulons donner de nous-mêmes, le premier déterminerait évidemment, du point de vue touristique, la seconde. Cela, cette dominance du « goût du touriste » dans l'offre touristique, reste l'un des enjeux de l'avenir du Québec sur la scène des destinations internationales.

Puis, l'offre touristique au Québec est basée en partie sur des événements (festivals, etc.) et elle est fragile. C'est pour-

quoi le Québec doit se trouver des spécificités. Sans doute existe-t-il quelque chose comme une âme québécoise, qui se distinguerait des États-Unis et du reste du Canada. Il y a évidemment la langue ; certains parlent d'un côté latin et nonchalant ou d'une ouverture d'esprit : celle des années 1920, quand le Québec décida, dans une Amérique prohibitionniste, de contrôler plutôt que d'interdire la vente d'alcool, ou celle qui fait aujourd'hui de Montréal une destination de plus en plus prisée de la communauté gaie en Amérique du Nord. Mais cette spécificité intangible ne suffit pas à attirer le tourisme en quête d'un souvenir concret, de photos, de preuves de son voyage. Tous ne peuvent ni ne veulent « dormir chez l'habitant » ; mais si Tremblant plaît, comme le tangible, sans doute convient-il de rechercher la spécificité dans l'éclatement des paysages, dont le Québec est au demeurant porteur ; ce sont les spécificités bien palpables de la nordicité, des modes de vie, des cadres bâtis, des « grands espaces » bien palpables (fleuve Saint-Laurent, route verte, tourisme d'aventure), qui appelleront le touriste, bien avant la spécificité d'un Québec voulu distinct. Là réside sans doute la possibilité d'un échange fructueux des cultures, auquel le Québec aspire certes, mais qui n'est réalisable que dans la mesure où les touristes, d'abord, viennent visiter...

UN DÉFI POUR LES FORMATEURS !

Morisset rejoint Jolin pour affirmer que les dernières années ont vu la formation de très bons gestionnaires, mais que le Québec aurait besoin de diplômés aptes à définir la nouvelle offre touristique, à créer le produit « Québec 2000 » ! La formation se doit d'être « holistique », plus générale et de couvrir aussi les aspects culturels, communicationnels et d'interprétation, environnementaux et éthiques du tourisme. Sinon, le Québec se retrouvera avec une excellente structure d'accueil, mais un affaiblissement de son attrait à long terme.

CONCLUSION

Toutes et tous ont pu lire et entendre au fil des années des prévisions fort optimistes de la croissance du rythme et du nombre de voyageurs hors de leurs frontières. Ces prévisions émanent souvent de l'Organisation mondiale du tourisme et force est

de constater que l'on s'est peu trompé dans le pronostic. Ceux qui font construire les paquebots et les grands porteurs, ceux qui investissent dans l'hébergement, dans les centres urbains comme dans les campagnes, ceux-là et des milliers d'entrepreneurs québécois ont l'air de posséder une foi inébranlable dans l'avenir ou un vif espoir que les voyageurs leur tomberont du ciel.

Le seul hic, c'est que rien n'arrive sans préparation systématique et à long terme. Le « monstre » touristique en émergence selon l'OMT – la Chine – a fait l'objet de minutieuses attentions du World Tourism and Travel Council (WTTC) : formation des formateurs, renouvellement des flottes aériennes, etc. Et après ce milliard et demi de camarades, on parlera peut-être bientôt d'un milliard voisin (Inde). Imaginez qu'un pour cent d'entre eux se mettent à voyager à l'étranger et choisissent le Canada et le Québec. Nous ne sommes que quelques millions : pouvons-nous accueillir le monde entier ? Beaux programmes de formation à imaginer de Hull à Gaspé !

Nous avons répété, en accord avec les auteurs, la complexité du phénomène. Au Québec comme ailleurs, chaque société, chaque communauté qui veut être partie prenante de cette dynamique à la fois stimulante et, reconnaissons-le, dangereuse a, règle générale, un travail considérable en termes de conception et de réalisation planifiée. Trop rares sont les entreprises et les organismes d'ici – mais il y a, au premier chef, le Fonds de solidarité FTQ, Air Canada et le Groupe Transat – qui veulent être là (et le seront) en 2010. Le tourisme est peut-être une affaire de marketing quand on a un mandat axé sur le court et le moyen termes. Autre chose et autre ambition que d'avoir à décider ce que nous, les Québécois, souhaiterons mettre en valeur dans les prochaines années, et auprès de quelles clientèles.

Par-dessus tout, n'oublions pas, avec Töpfer, l'affirmation suivante : « En voyage, le plaisir n'appartient qu'à ceux qui savent le conquérir, et point à ceux qui ne savent que le payer ».

Alain Caron, co-auteur avec Lucie K. Morisset d'un autre article dans le présent numéro, est aussi secrétaire de rédaction de la revue Téoros. Jean Pelletier est un observateur de la scène touristique québécoise et internationale depuis

de nombreuses années. Animateur, consultant en demande dans de nombreux milieux de travail, il a été directeur général du Centre d'études du tourisme et a écrit plusieurs articles pour la revue Téoros.



NOTES

- 1 Le développement d'une offre de qualité (normes dites internationales) tarde à prendre forme dans des secteurs et des régions en redéfinition. On note le désintérêt apparent vis-à-vis de la concurrence (y compris celui des états limitrophes et des provinces voisines) et la méconnaissance encore trop grande des marchés actuels et des clientèles émergentes.
- 2 Le premier guide produit par le ministère de la Voirie en 1927, « Voyez Québec d'abord » « See Quebec First », faisait suite à la publication, l'année précédente, d'une carte du réseau routier du Québec. Pour plus de renseignements sur les guides et les autres initiatives mises de l'avant par l'État québécois et ses partenaires du secteur privé depuis 1926, consultez l'ouvrage de Lise Bérubé et Jean-Marie Girardville, *Le tourisme québécois : histoire d'une industrie*, publié en 1992.
- 3 OMT (1999), *Changes in Leisure Time : The Impact on Tourism*.
- 4 Deux des points saillants de l'accord 1999 se résument ainsi : la retraite peut être prise sans pénalité actuarielle par les employés qui ont 35 ans de service ou 60 ans d'âge ; une bonification des crédits de rente des employés qui ont participé au régime avant 1993, jusqu'à 2 % du traitement admissible moyen par année de service. En somme, des Québécois ont accès à plus de temps libre ou à un peu plus d'argent pour en profiter.
- 5 La liste récréo-touristique pourrait être longue : le propriétaire des Alouettes (football) est américain, le nouvel actionnaire de contrôle des Expos (baseball) est américain, le nouveau président (depuis juillet 1999) est un Américain (bientôt naturalisé canadien), qui succède à deux Américains. Pour mémoire, leur « adversaire », président-directeur général d'American Airlines (« tuteur » de Canadian) est un Canadien originaire de Montréal !