

Chroniques

Volume 3, Number 2, July 1984

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1080801ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1080801ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this document

(1984). Chroniques. *Téoros*, 3(2), 15–18. <https://doi.org/10.7202/1080801ar>

Dans le but de tracer l'évolution du phénomène touristique, quatre (4) données statistiques permettront aux lecteurs de **Téoros** une meilleure compréhension de l'état actuel du tourisme au Québec et au Canada; soit :

- 1) L'indicateur national du tourisme (texte)
- 2) Le taux d'occupation mensuel dans les différents établissements hôteliers au Québec (tableau 1)
- 3) Les voyageurs non-canadiens entrant au Québec (tableau 2)
- 4) Les voyageurs non-canadiens entrant au Canada (graphiques 1 et 2)

L'indicateur national du tourisme

Pour la deuxième année consécutive, le tourisme a accusé une baisse générale au Canada en 1983, bien que certains signes d'un renversement de la tendance aient été observés au second trimestre. Le produit intérieur brut au titre de l'hébergement et de l'alimentation était inférieur de

15% à celui de 1982 au premier trimestre, mais il dépassait le niveau de 1982 au troisième trimestre.

- Le trafic voyageur sur les lignes aériennes canadiennes a fléchi de 7% entre 1982 et 1983, après avoir reculé de 9% entre 1981 et 1982.
- Les voyages internationaux n'ont pas connu, en 1983, une baisse systématique comme celle de 1982. Toutefois, on note une diminution dans le cas des visiteurs en provenance de la plupart des pays autres que les États-Unis, dont le nombre a fléchi de 8% par rapport à 1982. À l'inverse, les voyages de Canadiens vers ces mêmes pays ont progressé de 18% comparativement à l'an dernier. Une des causes fondamentales de cet écart réside sans doute dans les variations des taux de change; les devises étrangères continuant de se déprécier par rapport à notre monnaie.
- Le bilan des voyages entre le Canada et les États-Unis a continué en 1983 d'être favorable à nos voisins, malgré une

hausse de 2% des visites d'une nuit ou plus au Canada de personnes venant des États-Unis. Le nombre des visites d'une nuit de résidents canadiens aux États-Unis a bondi de 15% par rapport à 1982. Il y a eu au cours des mois d'été environ un million de plus de visites de Canadiens aux États-Unis, soit 33% de plus, qu'au cours de la même période en 1982, mais pas plus qu'au cours de l'été 1978.

- Pour conclure, en 1983, le tourisme a dû compter avec un climat économique plutôt défavorable, qui ne s'est rétabli que vers la fin de l'année. En effet, le chômage a été plus élevé qu'en 1982 sauf au quatrième trimestre, tandis que les augmentations d'une année sur l'autre du revenu personnel disponible par habitant ont été inférieures aux augmentations de l'indice des prix à la consommation (IPC) au premier semestre.

(Source: Statistique Canada)

Tableau 1

Taux d'occupation mensuel dans les différents établissements hôteliers du Québec en 1983-84

Région touristique	Nov. 83	Déc. 83	Janv. 84	Fév. 84	Mars 84
	%	%	%	%	%
Montréal	54	43	44	51	54
Québec	43	35	35	56	49
Laurentides	26	37	36	45	40
Estrie	38	36	39	43	37
Outaouais	42	P	33	45	43
Charlevoix	13	25	23	41	45

P : données peu fiables

Source : Bureau de la statistique du Québec

Tableau 2

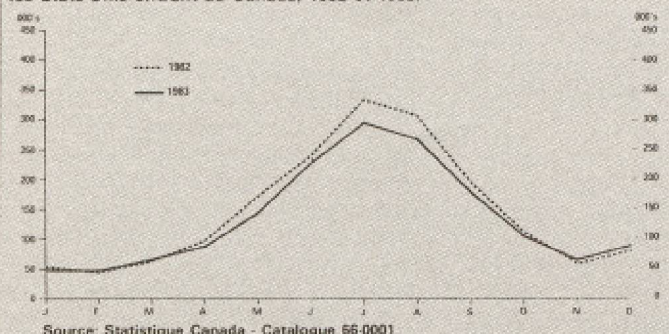
Voyageurs non-canadiens entrant au Québec pour les mois de janvier à décembre

	janvier à décembre		
Moyen de transport	1982	1983	Variation 1983 (%)
ÉTATS-UNIS			
• Automobile	847.880	826.708	- 2.5
• Autres qu'automobile	598.707	582.458	- 2.7
Total (partiel)	1.446.587	1.409.166	- 2.6
AUTRES PAYS			
Total	368.595	326.919	- 11.3
Total	1.815.182	1.736.085	- 4.3

Source : Statistique Canada - Catalogue 66-002/Mensuel

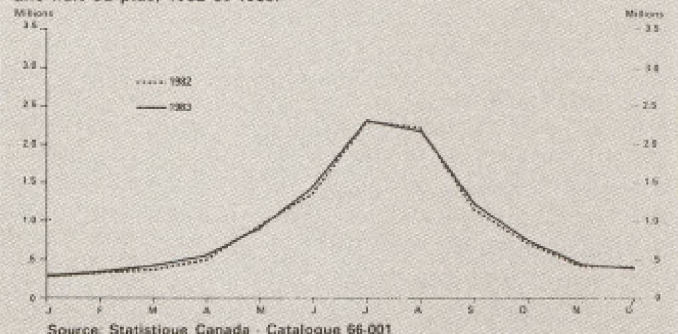
Graphique 1

Voyageurs⁽¹⁾ non résidents en provenance de pays autres que les États-Unis entrant au Canada, 1982 et 1983.



Graphique 2

Résidents des États-Unis entrant au Canada et séjournant une nuit ou plus, 1982 et 1983.



Un projet collectif pour un développement régional

La station touristique internationale Magog-Orford

En avril 84, dans l'Estrie, les firmes Sotar et Urbanitek lançaient, lors d'une importante conférence de presse, le plan directeur de développement de la station touristique internationale de Magog-Orford. Ce plan directeur se veut un document de référence pour la mise en valeur de ce vaste espace de 225 km² par l'exploitation notamment du potentiel des deux attraits majeurs que sont le lac Memphrémagog et le Massif du Mont-Orford.

Un consensus nécessaire

La transformation de la zone Magog-Orford en station internationale devra

reposer sur un consensus régional important parmi la population et tous les intervenants publics et privés susceptibles de contribuer à la réalisation de cette station. La grande participation des intervenants lors de la conférence de presse laisse croire que le consensus régional est en bonne voie d'être obtenu.

La stratégie d'intervention

Une facette importante de ce plan directeur consiste en une stratégie d'intervention reposant sur la mise en place d'une station touristique de 2,000 lits répartis en 4 secteurs (pour une prévision de 335,000 unités par année). Le concept d'aménagement mettra l'emphase sur deux notions fondamentales :

- (1) La nécessité de concentrer en des endroits très précis de la station les services récréatifs et les services de restauration et d'hébergement (soit à la tête du lac Memphrémagog, au centre-ville de Magog et au Mont-Orford).
- (2) La nécessité aussi d'encourager l'éclatement de la station en favorisant la mise en place de réseaux de

pistes de randonnées sur lesquelles viendront se greffer de petites auberges, des maisons de pensions, des gîtes ruraux.

Tout cela amènera plusieurs modifications à la région. Entre autres, le potentiel balnéaire du lac Memphrémagog sera exploité au maximum et le centre-ville de Magog sera réaménagé au complet pour en faire un centre commercial et un centre de services attrayant et fonctionnel. Le centre de ski du Mont-Orford sera, tant qu'à lui, modernisé et agrandi de façon à porter sa capacité d'accueil à 400,000 jours/skieurs par année.

Plusieurs autres aménagements sont prévus : golf de 18 trous dans le parc du Mont-Orford, protection effective de certains sites écologiques, création d'un port de plaisance . . .

Au total, des investissements publics de \$22 millions et des investissements privés prévus de \$170 millions qui dépendront de la bonne volonté de la population locale et des intervenants publics et privés . . . Il n'en tient qu'à la collectivité de prendre en main son développement régional. (P.B.)

Des occasions de réflexions et d'échanges

Les déjeuners-causeries du module de gestion et intervention touristiques

Au cours de l'année 1983-84, le module de gestion et intervention touristiques en collaboration avec l'Association technique du tourisme (A.T.T.) organisait quatre (4) déjeuners-causeries sur le thème de l'industrie touristique et les actions de l'État. Ces déjeuners-causeries ont eu beaucoup de succès.

Les conférenciers étaient Sylvie Bédard de Tourisme Canada (20 octobre 1983), Jacques Demers, auteur du livre **Le tourisme en péril** (23 novembre 1983), Alain Dubuc, journaliste aux pages économiques de **La Presse** (1er février 1984), et Georges Cazes, spécialiste français en aménagement touristique (7 mars 1984). Voici un bref compte-rendu de la causerie prononcée par M. Cazes.

Les paradoxes de l'aménagement touristique

Selon Georges Cazes, l'aménagement résulte de choix difficiles à effectuer et même paradoxaux.

Le premier paradoxe

L'un des choix difficiles se situe au niveau des politiques, notamment entre une politique spécifiquement touristique et une politique de loisir. En effet, une politique touristique est reliée à une démarche commerciale qui découle d'un choix économique. L'État focalise alors son action vers les entreprises touristiques, élabore des opérations de promotion, et, en termes d'aménagement sur le terrain, privilégie des équipements vendables (complexes et stations intégrés).

Au contraire, une politique de loisir est plutôt une politique dite sociale en fonction de laquelle les organismes (entre autres les organismes de tourisme social) se préoccupent des conditions d'installation des équipements.

Le second paradoxe

Un deuxième paradoxe illustre le dilemme que rencontre tout aménagiste quand vient le temps de choisir entre l'ouverture de l'espace à tous les types de fréquentation et la protection de l'espace, de sa faune, de sa flore, etc. En effet, comment en arriver à concilier ces deux aspects? M.

Cazes trouve intéressante l'approche prise par le Québec qui a créé des parcs de conservation et des parcs pour la récréation.

Le troisième paradoxe

Le dernier paradoxe provient du concept de la concentration qui s'oppose à celui de la diffusion des équipements. La concentration permet de réaliser des économies d'échelle, une mise en marché plus efficace mais par contre elle agresse l'espace et peut avoir des impacts néfastes sur la population locale. La diffusion de l'équipement respecte l'environnement; toutefois elle entraîne des coûts difficiles à supporter rapidement.

M. Cazes a terminé sa conférence sur un sujet qui, en France comme au Québec a fait coulé beaucoup d'encre, soit le débat sur la décentralisation. D'un côté le gouvernement crée des structures régionales telles les municipalités régionales de comté (M.R.C.) et leur laisse le soin d'élaborer des schémas d'aménagement et de l'autre il impose des directives provinciales (par des lois, règlements). Cette situation crée plusieurs ambiguïtés. (G.D.)

**Adjoint au directeur
du marketing,
Direction générale
du tourisme, MICT.**

Au-delà de six «organismes gouvernementaux (sont) susceptibles de modifier sensiblement l'équilibre touristique par leurs actions»⁽¹⁾ Ainsi, l'État québécois (et les pouvoirs publics en général) «intervient de différentes façons dans le domaine du tourisme»⁽²⁾. L'État, c'est avant tout des politiques, des programmes, les gens qui les conçoivent et ceux qui les mettent en application. Ces «fonctionnaires» chargés des dossiers touristiques doivent, contrairement à certains de leurs collègues d'autres ministères, composer avec les multiples intervenants qui œuvrent dans ce domaine.

Dans ces conditions, toute action gouvernementale axée sur la promotion des différentes régions touristiques est toute autant influencée par les spécificités régionales que par la multiplicité des acteurs concernés. L'État a donc voulu en endossant la création des A.T.R. se faciliter la tâche et celle d'une partie de ses employés en réduisant considérablement le nombre d'interlocuteurs venant de l'industrie. «Cette structure constitue en effet l'instrument privilégié pour la consultation et la concertation régionale»⁽³⁾. La mise en œuvre des différents programmes de marketing visant à faire connaître les régions et le Québec en entier devient alors plus facilement réalisable. C'est dans le but de connaître davantage les relations qu'entretient l'État avec l'industrie touristique québécoise, et plus particulièrement le rôle des gens affectés à cette tâche que nous avons interviewé M. Jacques Moisan de la Direction du marketing au ministère de l'Industrie, Commerce et Tourisme (Direction générale du tourisme). Chargé des relations entre la Direction et les Associations touristiques régionales (A.T.R.), M. Moisan s'occupe particulièrement des problèmes reliés à la promotion des régions et à leur implication dans l'effort de marketing gouvernemental.

Téoros: Dans quel contexte travaillez-vous et quelles sont vos principales tâches?

Jacques Moisan: Je travaille à la Direction du marketing qui est composée d'environ 60 postes permanents, dont plusieurs sont à l'extérieur du Québec (12 à 15 postes); la Direction comprend le service de la publicité, celui des relations publiques qui travaille avec les rédacteurs touristiques, celui de l'accueil et des



Monsieur Jacques Moisan.

renseignements touristiques et aussi le service de commercialisation. Chaque service possède un personnel spécialisé dans son domaine et il y a, chapeautant chacune des unités, des gens spécialisés en gestion. En ce qui me concerne, je suis l'adjoint au directeur du marketing et ma principale tâche est d'abord d'agir en tant qu'agent de liaison avec les intervenants touristiques, principalement les Associations touristiques régionales qui sont les interlocuteurs privilégiés du gouvernement en matière de promotion et de développement touristiques. Entre autres, il me faut voir à ce que tous les programmes du ministère fonctionnent bien, voir à ce qu'il y ait consultation parce que ce sont les A.T.R. qui représentent les entreprises, les villes et villages auprès du gouvernement, voir à ce que nos campagnes de promotion satisfassent les A.T.R., etc. Voilà mes principales tâches.

En deuxième lieu, j'ai à m'occuper de l'aspect budgétaire pour l'ensemble de la direction du marketing. Ça comprend la papeterie gouvernementale (et il y en a), la préparation des mémoires à présenter au conseil des Ministres, la défense des crédits, les rapports budgétaires, etc. En plus, des projets ad hoc et autres mandats spécifiques peuvent m'être assignés. Pour certains de ces projets, je dois travailler avec chacun des services à l'intérieur de la direction du marketing.

Téoros: Quelle formation est requise pour occuper un poste comme le vôtre dans la fonction publique?

J.M.: Personnellement, la formation que j'ai eu est un baccalauréat en administration, option marketing-management. Généralement, pour un poste de gérance, on a tendance à privilégier les gens spécialisés en gestion, puis on les entoure de personnel spécialisé dans le domaine dans lequel doit œuvrer l'unité en question. L'élément expérience joue aussi un rôle très important dans le choix des employés.

Téoros: Les relations que vous entretenez avec les A.T.R. en ce qui concerne l'effort marketing se fait certainement selon un cadre défini. Quel est-il?

J.M.: Tout d'abord, il y a les réunions générales des A.T.R. auxquelles nous participons et où se font diverses consultations. Il y a généralement trois réunions dans l'année, mais au besoin, s'il arrive quelque chose de spécial, on pourra se réunir jusqu'à cinq et six fois dans un an. On établit un ordre du jour et on le fait parvenir aux A.T.R. ainsi que les documents pertinents dont elles prennent connaissance avant la réunion. Lors de celle-ci la discussion s'entame sur les différents projets présentés. D'ailleurs, au lieu de monter le projet au complet, de le mettre dans le système et de consulter par après, ce qui serait en fait une fausse consultation, on élabore un projet ou un pré-document et là se fait la véritable consultation. À partir des renseignements recueillis auprès des A.T.R., on réoriente le projet (si nécessaire) et on le met en action selon les données établies par consensus.

Téoros: Quelles sont les perspectives d'avenir quant aux emplois comme le vôtre dans la fonction publique?

J.M.: Au gouvernement du Québec, depuis environ deux ou trois ans, il y a une directive à l'effet qu'il y a une réduction de postes partout. Donc la croissance des effectifs est nulle, sinon négative. Les opportunités de travail au ministère sont donc très rares. Il y a toutefois de plus en plus de contractuels qui sont engagés pour une période plus ou moins courte. De plus, on a essayé d'augmenter les budgets des A.T.R. pour qu'elles se développent davantage. Ce qui crée des opportunités de travail, et au lieu d'avoir une majorité de fonctionnaires travaillant en tourisme, on préfère avoir des entreprises privées, des organismes paragouvernementaux ou des A.T.R. qui prendront la place qui leur revient. Le rôle du gouvernement n'en serait plus qu'un de coordonnateur-catalyseur par lequel il aiderait à développer des programmes pour suffire à leurs besoins.

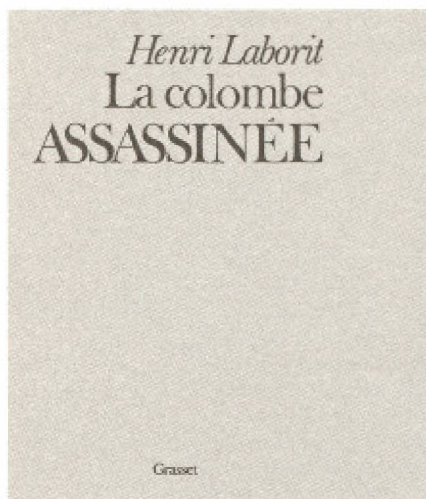
RÉFÉRENCES

- (1) DEMERS, Jacques, *Le tourisme en péril*, Nouvelle Optique, Montréal, 1983, p. 163.
- (2) DULUDE, Normand et Louis Jolin, *Les intervenants touristiques*, in *Le tourisme, aspects théoriques et pratiques au Québec*, Sodilis, Montréal, 1982, p. 194.
- (3) *Le Tourisme, perspective de relance*, Rapport, Les conférences socio-économiques, Québec, 1978, p. 231.

Henri Laborit

La colombe assassinée

Paris, Grasset, 1983, 211 p.



Le tourisme, une drogue psychotrope?

M. Henri Laborit tente de nous dépeindre, de nous faire comprendre la violence et l'agressivité qui existent dans la société dans laquelle nous vivons tous. M. Laborit, professeur émérite s'appuyant sur ses recherches sur la biologie des comportements, étudie «la violence chez l'animal puis chez l'homme» et démontre que celle-ci ne se limite pas aux seules relations interindividuelles. La violence régit les comportements collectifs, dans le groupe, entre les groupes, entre les États.

Dans l'épilogue de son ouvrage, l'auteur aborde le tourisme, «un exemple bénin parmi d'autres». «Le tourisme nous apparaît alors comme l'équivalent des drogues psychotropes dont l'emploi permet de tempérer les névroses, multipliées par la vie urbaine dans les sociétés industrielles.» Laborit rappelle que le tourisme est lié à la notion de loisirs qu'on oppose souvent à celle de travail. Il fait remarquer cependant que, dans notre monde contemporain, il est impossible de confondre les notions de loisirs et de repos. «Les loisirs répondent à une autre notion que celle qui en fait l'opposé de celle du travail. Si les loisirs sont bien contenus dans les moments où l'on ne travaille pas... ils ne sont pas synonymes de repos (...). En réalité, les loisirs ne s'opposent pas au travail, mais à l'ennui.»

Aux premières époques de l'homme, l'activité de subsistance était assez variée pour que son attention demeure en éveil, pour éviter l'habitude et l'ennui. En ces

temps-là, on faisait la chasse et la pêche pour pouvoir survivre; en nos temps dits modernes, ce travail d'une autre époque est considéré comme un loisir. «Les loisirs sont bien la conséquence de la société industrielle et expriment bien la fuite de l'ennui qu'elle sécrète».

C'est en ce sens que le tourisme est considéré par Laborit comme une drogue psychotrope. En plus du côté thérapeutique, un peu négatif, Laborit reconnaît des aspects positifs. Ceux-ci résultent des sources élargies d'informations directes qu'il permet. «Le contact entre cultures et comportements différents, une meilleure connaissance de l'autre... devrait être un moyen efficace de diminuer l'agressivité, la morgue et le contentement de soi et de son groupe ethnique, un moyen de planétiser l'espèce».

Deux nouvelles parutions de l'O.C.D.E.

L'organisation de coopération et de développement économique (O.C.D.E.) est un organisme international regroupant 24 pays (les pays de l'Europe de l'ouest, les États-Unis, le Canada, l'Australie, la Nouvelle-Zélande et le Japon) dont le but est de promouvoir le bien-être économique et social dans l'ensemble des pays membres. L'O.C.D.E. aide les gouvernements à formuler au mieux les politiques et travaille à leur coordination; l'O.C.D.E. stimule et harmonise les efforts de ses membres en faveur des pays en voie de développement. Pour ce faire, l'organisme diffuse plusieurs documents dont voici les deux derniers ayant un rapport direct avec le tourisme.

Rapport du Comité du tourisme sur les obstacles aux activités touristiques internationales, Paris, O.C.D.E., 1984.

C'est au premier trimestre de cette année que l'O.C.D.E. (et plus précisément le Comité du tourisme) publiait ce rapport. À l'intérieur du document, on y retrouve un inventaire suivi d'une analyse des obstacles aux activités touristiques internationales des 24 pays membres, dont plusieurs sont dues aux actions gouvernementales elles-mêmes, et des recommandations.

Le Comité du tourisme de l'O.C.D.E. s'appuie sur deux grands principes pour l'examen de ce thème. Premièrement, l'accès au voyage d'un pays à l'autre, que ce soit pour affaires ou pour agrément,

Cependant l'aspect positif du tourisme pour l'espèce n'est pas celui sur lequel s'appuient sa défense et son exploitation. «Dans nos sociétés productivistes, il est devenu lui-même un facteur de production», une affaire, un système axé sur la quête de devises étrangères. «Nous n'accueillons pas les touristes pour les mieux connaître mais pour leur soutirer des devises».

Enfin, Henri Laborit rappelle que notre conception actuelle du temps libre sera en proie à une profonde mutation. À notre stress quotidien, il faudra apporter quelques remèdes (et pas seulement le tourisme) pour que notre vie professionnelle devienne moins aliénante.

devrait être considéré comme un droit et non un privilège. Et deuxièmement, les prestations de services au touriste, avant son départ, lors de ses déplacements et à l'arrivée, doivent être régies par les règles habituelles de la concurrence commerciale conformément à la philosophie de l'O.C.D.E.

Comparabilité internationale des statistiques du tourisme publiées par les pays membres — Arrivées et nuitées —, Paris, O.C.D.E., 1983.

Ce document préparé encore une fois par le Comité du tourisme, résume les données touristiques internationales de base disponibles et publiées par les pays membres de l'O.C.D.E. sur les arrivées et départs aux frontières et sur les arrivées et nuitées dans les différents types d'hébergement. Son but est de permettre à l'utilisateur de ces données d'évaluer le niveau de comparabilité des statistiques du tourisme international publiées par les pays membres et d'émettre certaines suggestions. Il faudrait notamment que les pays membres adoptent les définitions du visiteur, du touriste et de l'excursionniste élaborées par l'Organisation mondiale du tourisme (O.M.T.), qu'ils retiennent le critère de sélection de la résidence pour mesurer les flux touristiques aux frontières et les séjours de touristes dans tous les types d'hébergement et qu'ils ventilent les données statistiques, pour l'analyse du marché selon a) le pays de résidence, b) le but de la visite, c) les modes de transport.