

Le Syndicat d'initiative touristique du Saguenay—Lac-Saint-Jean et le tourisme de masse

Gaston Gagnon and Marguerite Hurtubise

Volume 19, Number 1, Spring 2000

Pour une culture du tourisme au Saguenay–Lac-Saint-Jean

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1071803ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1071803ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Université du Québec à Montréal

ISSN

0712-8657 (print)

1923-2705 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Gagnon, G. & Hurtubise, M. (2000). Le Syndicat d'initiative touristique du Saguenay—Lac-Saint-Jean et le tourisme de masse. *Téoros*, 19(1), 43–46.
<https://doi.org/10.7202/1071803ar>

LE SYNDICAT D'INITIATIVE TOURISTIQUE DU SAGUENAY—LAC-SAIN-T-JEAN ET LE TOURISME DE MASSE

Gaston Gagnon et Marguerite Hurtubise

Le Syndicat d'initiative touristique du Saguenay—Lac Saint-Jean est la première organisation touristique à être formée en région. Tant par son mandat que par ses actions, il joue un rôle de premier plan dans la structuration et la promotion de l'offre régionale. Lié à l'essor de l'automobile et au tourisme de masse, le Syndicat cessera ses activités en 1973, avant d'être remplacé par l'Association touristique régionale.

LE TOURISME, UNE AFFAIRE DE TOUS

Lorsqu'en 1933 le Syndicat d'initiative touristique du Saguenay—Lac-Saint-Jean (SITSL) est créé, la région est paralysée par la crise économique qui affecte les pays occidentaux.

Pour une deuxième fois dans l'histoire du Saguenay—Lac-Saint-Jean après l'avènement du chemin de fer, les leaders locaux se mobilisent. Certains pensent alors à une réouverture des moulins de pulpe de Chicoutimi et de Val-Jalbert ; d'autres misent sur des travaux de voirie et d'équipements publics ; d'autres, enfin, sont à l'affût d'initiatives nouvelles, porteuses d'emploi et de faire-valoir du milieu.

La question du tourisme et la formation d'un syndicat d'initiative en région s'insèrent dans ce redéploiement. Jusqu'au milieu des années 1920, en effet, l'organisation et le développement du tourisme avaient été dépendants des compagnies de transport. Au Saguenay, les entreprises maritimes avaient exploité les attraits du fjord, alors qu'au Lac Saint-Jean, la Compagnie du chemin de fer Québec—Lac-Saint-Jean avait assuré la mise en valeur du plan d'eau du lac Saint-Jean et de ses

tributaires. Dans les deux cas, les paysages et les ressources halieutiques avaient dominé l'offre touristique.

Avec l'avènement de l'automobile, le produit se complexifie et se diversifie. Les curiosités locales, les traditions, l'histoire et l'architecture deviennent aussi des attraits. Le tourisme n'est plus seulement une initiative privée, mais « l'affaire de tous » (Paré, 1952 : 14-15). En premier lieu, des entrepreneurs, bien sûr : transporteurs, hôteliers, restaurateurs, commerçants, propriétaires de sites, qui bénéficient de l'industrie et, en second lieu, de l'État qui y voit un moyen d'augmenter ses sources de revenus et d'équilibrer sa balance commerciale (Boyer, 1999 : 113).

La fondation du SITSL s'inscrit donc à l'intérieur de cette trame générale, où le tourisme se structure au pays. D'une part, au niveau provincial et régional, par la loi de 1933 qui crée le Conseil du tourisme et les Syndicats d'initiative suivant le modèle français¹ ; d'autre part, au niveau fédéral, par l'Office du tourisme du Canada dont la fondation, en 1934, suit celle du Québec. Des relations multiples vont marquer ces trois instances. Par son rôle au centre de l'accueil touristique, le syndicat d'initiatives sert d'agent de liaison

ou d'intermédiaire auprès de ses partenaires en plus de jouer, au plan régional, un rôle semblable à celui du Conseil du tourisme sur le plan provincial².

Que cette structuration soit accompagnée d'une réflexion sur cette « industrie du visiteur³ » va de soi. Elle rend compte de l'état sociétal où, sous l'action combinée du syndicalisme d'affaires et de l'essor de la consommation, le tourisme devient accessible à un plus grand nombre. Le discours public traduit le mouvement général. En développant son réseau routier, le Québec découvre alors ses régions et s'ouvre davantage sur le monde. Cette situation fera dire au Premier ministre Maurice Duplessis, lors d'un discours prononcé en 1946 au Montreal Tourist and Convention Bureau, que « le tourisme est chez nous plus qu'une industrie importante, voire essentielle, c'est une industrie vitale⁴ ». Tandis qu'elle ne rapportait que 340 000 \$ en 1915, elle rapportait 77 millions de dollars en 1937, la meilleure année d'avant-guerre, ce qui lui permettait de se classer au troisième rang des industries au Québec, après l'agriculture et les forêts. Avec les années, la tendance n'ira qu'en progressant.

GROS MANDATS, PETITS BUDGETS

Il revient à Louis-Arthur Dussault, secrétaire de la Chambre de commerce de Chicoutimi et greffier de la ville de Chicoutimi de 1931 à 1937, d'avoir été le fondateur et « la cheville ouvrière » du SITSL⁵. La rapidité avec laquelle l'organisme est créé est directement proportionnelle à l'intérêt qu'il porte au tourisme.

Dès 1931, par ses doubles fonctions, Dussault met la question du tourisme « à [son] programme de travail⁶ ». Le 6 mai 1933, il reçoit le bulletin du ministère de la Voirie où il est fait mention de la Loi sur le tourisme. Il communique aussitôt avec le député Gustave Delisle qui le met en contact avec le sous-ministre suppléant et secrétaire du Tourisme. Trois mois plus tard, le 24 août, des arrangements sont pris pour incorporer légalement le SITSL, qui sera le deuxième (sur un total de vingt) à être formé au Québec. Pendant quinze ans, de 1933 à 1948, Dussault exercera la fonction de directeur du SITSL.

La loi de 1933 fixe la mission et le plan d'action du syndicat, à savoir :

1. Maintenir et opérer un bureau de renseignements gratuits concernant le tourisme ;
2. Faire connaître, au moyen de la propagande et de la publicité, les sites, les monuments, l'histoire, les lieux de villégiature, de chasse et de pêche ;
3. Éditer et distribuer cartes, brochures, guides, albums et autres publications propres à développer le tourisme ;
4. Travailler à améliorer les moyens d'accès, de transport et d'accueil des visiteurs ;
5. Encourager le développement de l'industrie hôtelière et des arts domestiques ;
6. Favoriser la formation d'un corps de guides historiques ;
7. Servir d'agent de liaison entre les administrations publiques, les compagnies de transport, les associations hôtelières, les chambres de commerce et les groupements touristiques⁷.

Pour rencontrer ses objectifs, le SITSL compte alors sur un budget annuel de 2 400 \$, le principal poste de dépenses étant celui de la rémunération de son directeur et de sa secrétaire (1 300 \$), suivi des frais de publicité, de déplacements, d'abonnements et de bureau (1 100 \$). Parmi les 18 municipalités et conseils de comté membres, la ville de Chicoutimi est le plus gros bailleur de fonds avec 800 \$.

J.-E.-A. Dubuc, maire et député du comté à Ottawa, est le premier à appuyer le Syndicat. En plus de soutenir financièrement ses activités, il met un espace gratuitement

à sa disposition à l'intérieur du nouvel hôtel de ville. Les autres contributions municipales importantes proviennent du Conseil de comté du Lac-Saint-Jean (400 \$) et de villes industrielles comme Arvida (200 \$) et Jonquière (100 \$). La subvention du gouvernement provincial est de l'ordre de 500 \$, donc bien en deçà de la participation du milieu.

Dussault invoque à plusieurs reprises les questions budgétaires et financières pour atteindre ses objectifs ; entre autres, il donne l'exemple de la Mauricie qui dispose d'un budget de 7 000 \$. Dans l'espoir de compter un jour sur un budget de 10 000 \$, il fait des suggestions comme celle d'une contribution municipale basée sur le pourcentage de population de chaque municipalité. Dans le cas des petites localités, Dussault propose que le conseil de comté fournisse une contribution basée sur un pourcentage déterminé par les conditions locales. Le Syndicat pourrait ensuite augmenter ses ressources en sollicitant des contributions privées.

Malgré tous ses efforts, Dussault ne parvient pas à améliorer la situation financière de l'organisme. Sur 72 municipalités en région, seulement 18 contribuent de façon régulière. Pour compenser cette situation et réaliser efficacement sa mission, le syndicat doit donc s'appuyer sur le concours de souscripteurs privés et sur le travail de bénévoles.

LE TOUR QUÉBEC— SAGUENAY—LAC-SAINT-JEAN

Le premier objectif du Syndicat est d'attirer et de « diriger » le touriste. À cette fin, Dussault utilise la vieille formule des compagnies de transport en offrant un circuit avec étapes ou stations. C'est ainsi qu'avec le tour de la Gaspésie, le « tour » de Québec—Saguenay—Lac-Saint-Jean devient le seul autre tour d'importance qu'un visiteur peut faire en automobile.

Loin d'être un obstacle à se rendre en région, la distance est présentée alors comme un atout, ce que Dussault fait valoir en 1946 quand il écrit que « l'industrie du tourisme en était une où on n'avait pas à se préoccuper de l'éloignement des marchés ». Poursuivant plus loin dans son Bulletin sur l'offre touristique, il précise les diverses raisons pour lesquelles le visiteur vient au Saguenay—Lac-Saint-Jean, soit :

pour jouir de nos paysages, de notre poisson, de notre gibier, de nos produits agricoles ; on venait y visiter nos grandes industries, nos grandes centrales électriques, on venait voir Péribonka où Louis Hémon avait écrit « Maria Chapdelaine », on venait admirer nos institutions consacrées au culte, à l'enseignement, à l'hospitalisation, on venait constater notre commerce bien établi. On avait rien à transporter. On venait sur les lieux mêmes « consommer » nos produits⁸.

Le voyageur n'avait d'ailleurs qu'à se présenter au bureau du syndicat pour avoir une idée de cette offre. Non seulement celui-ci était-il « meublé et orné » avec des objets de la région, mais des tapis crochétés pour les planchers et des tentures du pays pour les fenêtres lui donnaient un cachet typiquement saguenéen, en plus de favoriser la promotion de l'artisanat local.

Pour Dussault, ce décor n'était pas innocent. Il se voulait au contraire une stratégie visant à faire une forte impression sur les vacanciers. Selon lui, c'était « l'un des meilleurs moyens de publicité et surtout de bonne publicité. Les personnes qui [venaient] au bureau en [parlaient] à leur entourage et [faisaient], sans s'en apercevoir, une réclame inestimable au syndicat⁹ ».

Un service personnalisé attendait par ailleurs la clientèle. En plus d'une carte historique produite par la Société historique du Saguenay et des prospectus d'hôtels, le visiteur recevait le guide régional après s'être inscrit au registre. Édité dès 1936, en versions française et anglaise, sous le titre *Saguenay—Lac Saint-Jean—Le pays de Maria Chapdelaine* (le roman de Louis Hémon étant le produit d'appel régional), le guide connaîtra un grand succès¹⁰.

Le visiteur pouvait aussi se familiariser avec les principaux coins de la région en parcourant un album de photographies. Pour des renseignements plus complets, il pouvait, pour le Lac-Saint-Jean Ouest, consulter le bureau du syndicat à Hébertville, tenu par le notaire Joseph Richard, ou, pour le Lac-Saint-Jean Est, s'adresser au bureau d'Alma, opéré par Albert G. Naud. Il y avait des échanges constants entre les trois bureaux qui disposaient également d'un minimum

d'information sur la province, le Canada et les États-Unis.

Aux visiteurs intéressés, le syndicat offrait, en supplément, un service de guides. Formés au Séminaire de Chicoutimi, des étudiants étaient embauchés pour renseigner les touristes sur l'histoire régionale et sur ses principaux sites et monuments. De plus, des guides-chauffeurs étaient disponibles, permettant à la clientèle captive des trains et des bateaux, notamment du célèbre S.S. Richelieu, de faire une courte incursion au Saguenay, quitte à y revenir pour un séjour.

OPÉRATION ACCUEIL

Au sortir de la Seconde Guerre mondiale, la région se voit envahie par le tourisme de masse. Cet achalandage n'est pas sans inquiéter le Syndicat. Si le produit touristique ne faisait aucun doute, on devait y apporter certaines améliorations pour répondre aux besoins du tourisme familial, démographie oblige. Parmi celles-ci, l'élément le plus flagrant concernait le manque d'hébergement. On met alors de l'avant une opération d'inventaire pour identifier les logements disponibles. On lance aussi un appel pour développer l'industrie hôtelière et améliorer les menus, en leur donnant une couleur plus régionale¹¹.

Dans le même temps, le Syndicat tente de regrouper les artisans pour faciliter la vente de leurs produits. Cette question reviendra régulièrement, le marché étant accaparé par des monopoles qui étalaient les mêmes objets. Le Syndicat s'intéresse en outre à la question de l'environnement. Des propositions sont soumises pour organiser chaque printemps « un grand ménage de sa propriété ». L'embellissement aussi est considéré, avec la priorité de démolir les bâtisses abandonnées ou en ruine le long des routes¹².

SEUL LE « ROYAUME » COMPTE

En 1947, un an avant l'inauguration de la route Chicoutimi-Québec, mieux connue sous le nom de boulevard Talbot, les Chambres de commerce du Saguenay—Lac-Saint-Jean inscrivaient le tourisme à leur programme de congrès. Les discussions portaient sur l'idée qu' :



Vue aérienne de Lac-Bouchette, photo Pierre Lahoud.

il ne [suffisait] pas d'inviter des visiteurs chez nous, il [fallait aussi] les accueillir cordialement, les loger et les nourrir convenablement et les récréer dans la mesure où nos ressources sportives et touristiques le [permettaient]. Il [fallait] en conséquence instruire nos gens sur la façon de recevoir et de traiter les étrangers. Un touriste satisfait, disait-on, nous [valait] plus de publicité qu'une réclame même tapageuse, mais ne répondant pas à la réalité¹³.

Pour améliorer ainsi l'accueil, on propose la création d'un bureau de tourisme dans chaque ville où il y a une chambre de commerce, ces bureaux devant être maintenus aux frais des villes. Par ailleurs, on proposera que les octrois gouvernementaux servent avant tout à la publicité et qu'une fédération provinciale des bureaux de tourisme soit organisée pour donner un essor nouveau au tourisme au Québec¹⁴.

Ce mot d'ordre est entendu et, à compter de 1952, plusieurs municipalités du Lac-Saint-Jean quittent le SITSL pour former leur propre syndicat. Après Alma, la ville de Roberval fait de même en 1959, ainsi que la municipalité de Péribonka et la ville de Jonquière¹⁵. Dès 1956, la firme G.-A. Brakeley de Montréal déplore toutefois cette scission. Dans un rapport remis au secrétaire Paul Tremblay du Syndicat

touristique du Lac Saint-Jean (STLSJ), elle insiste que « c'est l'ensemble des qualités de ce "Royaume" qui, seul, peut créer en sa faveur au Canada et aux États-Unis, un afflux touristique d'une valeur appréciable ».

Passant au peigne fin les ressources touristiques du Lac-Saint-Jean, le consultant est peu élogieux sur son potentiel. D'abord, son accès était limité par une seule route, celle de La Tuque au lac Bouchette n'étant pas encore ouverte à la circulation. Le trajet par chemin de fer était aussi considéré comme très long (dix heures) et celui par autobus tout autant (huit heures). Quant aux hôtels, ceux-ci étaient nettement trop petits, n'offrant que de cinq à dix chambres, utilisées le plus souvent par les voyageurs de commerce. Les restaurants avaient, pour leur part, le défaut d'être mal répartis sur le territoire. Enfin, le principal attrait du secteur, le lac lui-même, était peu ou pas aménagé. Presque tous les plans d'eau situés dans un rayon de près de 80 kilomètres autour du lac Saint-Jean appartenaient ou étaient loués à des clubs privés, anglophones principalement.

C'est donc un constat peu reluisant que le rapport mettait en évidence. Seuls le sanctuaire du lac Bouchette et les chutes de Val-Jalbert échappaient à la critique. Devant cet état de faits, le consultant propose de « mettre sur pied une organisation touristique de grande envergure afin que la région soit la première à se mobiliser pour

recevoir « les millions d'ouvriers et de collets blancs, de gens dont le revenu annuel est de 4 000 \$ à 6 000 \$, qui – tant au Canada qu'aux États-Unis – [cherchaient alors] un endroit de vacances¹⁶ ».

UN AUTRE TEMPS

Il faudra attendre six ans avant que la recommandation du consultant soit mise à exécution avec la réintégration du STLSJ à l'intérieur du SITSL. Lors d'une conférence donnée à la Chambre de commerce d'Arvida, en 1962, le directeur de l'Office du tourisme du Québec, Robert Prévost, se réjouit de ce virement de situation. Il en profite pour insister sur l'importance d'adopter des « buts communs » et de réaliser des « plans d'ensemble » pour contrer le « manque d'unité apparent dans les grandes régions touristiques¹⁷ ».

Le SITSL participe alors à la promotion de nouvelles attractions comme le Jardin zoologique de Saint-Félicien, le parc de la Place d'Armes à Chicoutimi, la pêche à la ouananiche, la traversée du lac Saint-Jean à la nage et le Festival des bleuets. Il fait de même en regard des attraits d'hiver tels que le ski alpin et le Carnaval Souvenir de Chicoutimi.

Sur un autre plan, lors de la fondation du Conseil du Tourisme, un mémoire est soumis par le directeur du Syndicat Gaston Carrier. Ce dernier y déplore la « détérioration du visage et du caractère français du Québec au cours des dernières décennies », cette destruction équivalant « à la destruction de notre patrimoine touristique le plus précieux ». Il invite le Conseil « à faire appel à toutes les associations et corps publics en faveur de l'élimination de toutes ces annonces n'ayant pas le caractère français ». Le Syndicat fait valoir également que « l'information et la propagande officielle [devraient] relever de la province », car « l'information touristique est un service public qui favorise le progrès et la prospérité de l'ensemble de l'industrie touristique ». Selon lui, pour être « partielle, objective et complète », cette information doit être rendue ou contrôlée par la Province. À cette fin, il recommande « qu'aucun bureau de renseignements ne soit autorisé à opérer à moins d'avoir préalablement obtenu à cette fin une autorisation du Conseil du Tourisme¹⁸ ».



Vue aérienne de Val-Jalbert, photo Pierre Lahoud.

Les préoccupations du Syndicat sont partagées et entendues. Les années 1960 correspondront à un engagement plus grand de l'État, notamment dans la culture et le tourisme, par le biais de la création du ministère des Affaires culturelles (1961) et du ministère du Tourisme, de la Chasse et de la Pêche (1963).

Cette effervescence se reflétera dans une participation plus grande du milieu au tourisme et à la découverte de son patrimoine. C'est ainsi qu'à compter des an-

nées 1970, plusieurs bureaux touristiques vont s'implanter dans les grandes villes du Saguenay et du Lac-Saint-Jean. En 1973, le SITSL cessera ses activités. Cinq ans plus tard, grâce aux efforts de l'Association des commissaires industriels, l'organisme sera remplacé par l'Association touristique du Saguenay—Lac-Saint-Jean—Chibougamau-Chapais avec, comme premier défi, de faire reconnaître la région comme un des « pôles touristiques » du Québec (Brassard, 1977).



NOTES

- 1 *Statuts du Québec* (1933), 13 George V, chapitre 36.
- 2 SAS (1946), *Fonds du Syndicat* : Mémoire de L.-A. Dussault, secrétaire directeur, 7 juin.
- 3 SAS, *Fonds V.T.*, dossier 563, pièce 3.
- 4 SAS (1946), *Fonds du Syndicat* : Bulletin, 5 juillet, 1(3).
- 5 *Le Progrès du Saguenay*, 7 septembre 1933.
- 6 SAS, *Fonds du Syndicat*, articles 11.12 et 11.03.
- 7 *Ibid.*
- 8 *Ibid.*
- 9 SAS, *Fonds V.T.*, dossier 563, pièce 24.
- 10 SAS, *Fonds Ville de Chicoutimi*, article 441, dossier 444.1.
- 11 SAS (1946), *op. cit.* : Bulletin, 21 octobre.
- 12 SAS (1946), *Ibid.* : Bulletin, 1^{er} avril.

- 13 SAS (1947), *Ibid.* : Bulletin, 5 mars.
- 14 *Le Progrès du Saguenay*, 30 octobre 1947.
- 15 SAS, *op. cit.* : P99/20.03.
- 16 Société d'histoire du Lac Saint-Jean, *Fonds du STLS*, F-97.
- 17 SAS, *Fonds Ville de Chicoutimi*, boîte n° 441.
- 18 SAS, *Fonds V.T.*, dossier 1940, pièce 4.

BIBLIOGRAPHIE

- Boyer, Marc (1999), *Histoire du tourisme de masse*, Paris, P.U.F., Fonds Mgr Victor Tremblay.
- Brassard, Gérald (1977), *Proposition globale en vue d'établir le tourisme régional du Saguenay—Lac Saint-Jean sur des fondements économiques*, Chicoutimi, ARCI.
- Paré, L.-M. (1952), « Le tourisme est l'affaire de tous », *Concorde*, n° 10, octobre, p. 14-15.