

## Un numéro qui a fait jaser

Volume 4, numéro 2, juillet 1985

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1080947ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1080947ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

### Éditeur(s)

Université du Québec à Montréal

### ISSN

0712-8657 (imprimé)

1923-2705 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

### Citer ce document

(1985). Un numéro qui a fait jaser. *Téoros*, 4(2), 37–37.

<https://doi.org/10.7202/1080947ar>

## Un numéro qui a fait jaser

Le numéro précédent consacré à l'information touristique (vol 4, no. 1) a suscité plusieurs réactions. Plusieurs de nos lecteurs nous ont fait connaître leur satisfaction par rapport au thème du numéro et par rapport à la qualité des articles et à leur présentation. D'autres lecteurs ne partageaient pas tout à fait les points de vue des auteurs des articles sur tel ou tel aspect abordé par eux tandis que certains ont tenu à nous souligner quelques oublis. Mais, il est bon de se le rappeler, ce numéro n'entendait pas être exhaustif sur toutes les questions reliées à l'information touristique. Il s'agissait, comme le soulignait Normand Cazalais dans la présentation du numéro, de donner la parole aux artisans de l'information, le numéro étant constitué de témoignages, de visions de l'intérieur.

Voici deux lettres qui révèlent l'intérêt que l'on a porté à ce numéro et nous remercions les auteurs de ces lettres de nous avoir fait parvenir leurs commentaires écrits.

Louis Jolin  
Directeur  
La Revue **Téoros**

## L'information touristique à La Presse

Monsieur le Directeur,

C'est avec plaisir que j'ai lu le numéro de mars 1985 que votre revue a consacré à l'information touristique au Québec et, en particulier, au journal **La Presse**.

La diversité des articles, la qualité de certains témoignages et l'excellent travail de coordination de M. Normand Cazalais ont contribué à rendre ce numéro de **Téoros** fort enrichissant.

Les résultats de l'enquête réalisée sous la direction de M. Jean Stafford auprès des lecteurs du cahier Vacances-Voyage de **La Presse** démontrent, sans jeu de mots, que nous ne faisons pas fausse route.

Je me permets toutefois de répondre à l'article de Pierre Vincent, intitulé *Du Rêve à la réalité*, sur l'information touristique à **La Presse** en apportant, pour le bénéfice de vos lecteurs, les précisions suivantes :

1.- Les thèmes du cahier Vacances-Voyage sont fixés par la Direction de l'Information, en collaboration avec le responsable de ce cahier, M. Michel-G. Tremblay, en tenant compte de l'actualité (saisons, nouvelles destinations, etc.) et des besoins de nos lecteurs (les destinations exotiques ne nous font pas oublier le Canada ou les États-Unis, beaucoup plus accessibles).

2.- De janvier 1983 à avril 1985, les thèmes du cahier ont été les suivants :

- 30 cahiers sur les États-Unis (25%)
- 42 cahiers sur tous les pays d'Europe (35%)
- 9 cahiers sur les destinations canadiennes (7%)
- 12 cahiers sur les Antilles et le Mexique (10%)
- 3 cahiers sur l'Asie (2%)
- 3 cahiers sur l'Afrique et le Moyen-Orient (2%)
- 4 cahiers sur l'Amérique du Sud (2%)
- 15 pages-cahiers sur le Québec (13%) plus 30 chroniques hebdomadaires de Lilianne Lacroix qui a obtenu en 1983 le prix du journalisme de Loisirs au Québec pour cette chronique publiée dans le cahier.

3.- La majorité des articles sont rédigés par nos chroniqueurs touristiques, selon des critères professionnels. Le lecteur y trouve ainsi une garantie de sérieux. Nous ne croyons pas à la formule selon laquelle *plus nous serions de fous à écrire, mieux tout le monde serait informé*. Le chroniqueur au tourisme est un spécialiste au même titre que le chroniqueur de cinéma ou de hockey.

4.- Nous ne demandons pas à nos chroniqueurs au tourisme de *toujours être positifs* ou de *glisser sur les aspects négatifs d'une destination de vacances*. Par exemple, un reportage sur Haïti devra comprendre des données évidentes : régime politique, pauvreté des habitants, qualité de l'eau, faiblesse du réseau routier. Devrons-nous taire pour autant la richesse historique du pays, la chaleur des Haïtiens, l'animation de ses villages, les prix abordables? Le lecteur jugera. Il importe, pour nous, de ne pas le tromper et de nous souvenir qu'il lit des reportages qui doivent l'aider à planifier ses vacances. Les reportages socio-politiques trouvent leur place ailleurs dans le journal.

5.- Si nous acceptons, comme tous les médias d'information, des invitations de grossistes ou de transporteurs, ils sont toujours prévenus, au départ, que nous gardons notre entière liberté professionnelle. Sans jouer aux puristes, cette formule permet de faire connaître à nos lecteurs des destinations auxquelles, pour des raisons budgétaires, nous devrions renoncer.

6.- **La Presse** alloue à ses chroniqueurs au tourisme un budget de voyage annuel (\$40,000 en 1985) leur permettant de visiter des pays ou de compléter des itinéraires susceptibles d'intéresser nos lecteurs.

7.- Nous ne sommes pas à l'abri des pressions des transporteurs, des grossistes, des pays ou des agences de publicité. Non seulement ces pressions ne sont-elles pas plus fortes que dans d'autres secteurs d'activités, mais **La Presse**, avec un tirage de 320,000 exemplaires et plus d'un million de lecteurs le samedi, peut déterminer elle-même ses priorités.

8.- Dans le monde de l'information touristique, **La Presse** s'est taillée au fil des ans, grâce à la qualité professionnelle de ses reportages et à l'excellence de ses journalistes, une réputation et une crédibilité dont nous sommes fiers. Laisser croire que nous cédon volontiers

aux pressions des vendeurs de rêves relève de la pure fantaisie. Et pour une raison très simple, qui tient au bon sens : tromper la confiance de nos lecteurs reviendrait à nous détruire.

Je vous pris d'agréer, Monsieur le Directeur, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Le Directeur de l'Information,

Claude Gravel

## Un oubli malencontreux

Monsieur Jolin,

Depuis plusieurs années, l'organisme que je représente, l'Organisation pour le tourisme étudiant au Québec, s'occupe à promouvoir le voyage en distribuant de l'information aux étudiants de niveau post-secondaire. Croyant fermement à notre mission d'éducation, vous pouvez vous imaginer ma joie lorsque j'appris le thème de votre numéro de février. Enfin quelqu'un reconnaissait l'importance de l'information touristique! Bravo pour cette initiative.

Malheureusement, en dévorant la revue je n'ai vu aucune mention concernant les 38 bureaux d'information voyages des cégeps et universités. Ceux-ci, opérés par 500 bénévoles, ont répondu à près de 40,000 demandes d'information en 1983-84. Pour l'année qui vien de se terminer, l'impact semble encore plus fort. Une telle initiative aurait dû, selon nous, être mentionnée.

De plus, l'OTÉQ publie aussi un magazine : **Temps libre**. Distribué gratuitement 6 fois par année, **Temps libre** rejoint plus de 100,000 personnes par parution grâce à ses 50,000 copies. Malgré son jeune âge (2 ans), nous croyons aussi qu'il aurait dû être mentionné comme outil d'information important, principalement pour les jeunes.

Nous avons toujours appréciés votre revue et nous vous encourageons à continuer puisqu'elle est primordiale pour le développement du tourisme québécois. Nous estimons toutefois que le numéro sur l'information touristique manquait peut-être d'un peu de recherches...

Bien à vous,

Robert Bisson,  
Président